

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

DA MITOLOGIA ANCESTRAL À MITOLOGIA MUSICAL:
Reflexos do espetacular e do hiperespetacular em
videoclipes de David Bowie,
Kiss e Lady Gaga.

TICIANO RICARDO PALUDO

PORTO ALEGRE, MARÇO DE 2017

TICIANO RICARDO PALUDO

DA MITOLOGIA ANCESTRAL À MITOLOGIA MUSICAL:

Reflexos do espetacular e do hiperespetacular em
videoclipes de David Bowie,
Kiss e Lady Gaga.

Tese apresentada como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação Social, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM-FAMECOS-PUCRS).

Orientador: Dr. Antonio Hohlfeldt

Ficha Catalográfica

P184d Paludo, Ticiano Ricardo

Da mitologia ancestral à mitologia musical : Reflexos do espetacular e do hiperespetacular em videoclipes de David Bowie, Kiss e Lady Gaga / Ticiano Ricardo Paludo . – 2017.

329 f.

Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Hohfeldt.

1. Comunicação social. 2. Mitologia musical. 3. Artista total. 4. David Bowie, Kiss, Lady Gaga. 5. E-producer. I. Hohfeldt, Antonio. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

TICIANO RICARDO PALUDO

DA MITOLOGIA ANCESTRAL À MITOLOGIA MUSICAL:

Reflexos do espetacular e do hiperespetacular em
videoclipes de David Bowie,
Kiss e Lady Gaga.

Tese apresentada como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação Social, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM-FAMECOS-PUCRS).

Aprovada em 22 de março de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Antonio Hohfedt – PUCRS

Prof. Dr. Carlos Gerbase – PUCRS

Prof. Dr. Luiz Antonio de Assis Brasil – PUCRS

Prof. Dr. Antonio Carlos Borges da Cunha - UFRGS

Prof. Dr. Fabricio Silveira – UNISINOS

TICIANO RICARDO PALUDO

DA MITOLOGIA ANCESTRAL À MITOLOGIA MUSICAL:

Reflexos do espetacular e do hiperespetacular em
videoclipes de David Bowie,
Kiss e Lady Gaga.

RESUMO: A presente tese busca compreender as articulações e tensões existentes nos mitos musicais do século XXI para verificar a possibilidade de traçar-se um paradigma de construção mítica pós anos 2000 que dê conta da pluralidade de propostas, plataformas e linguagens contemporâneas. Para isso, apresenta metodologia própria de análise do que chama de *artista total*. O recorte ilustrativo se dá através de videoclipes dos artistas David Bowie, Kiss e Lady Gaga, sendo esta última uma expoente do referido artista total, e David Bowie, o fundador do modelo. Os videoclipes são pensados como óperas encapsuladas e vetores de construção mítico-espetacular, desde que obedeçam a certos critérios que são explanados durante a pesquisa. Ao final, a tese apresenta o conceito de *adversong* que compreende a união entre música e publicidade, ápice do artista total da década de 2010.

Palavras-chave: comunicação social; mitologia musical; David Bowie; Kiss; Lady Gaga; artista total.

TICIANO RICARDO PALUDO

**DA MITOLOGIA ANCESTRAL À MITOLOGIA MUSICAL:
Reflexos do espetacular e do hiperespetacular em
videoclipes de David Bowie,
Kiss e Lady Gaga.**

ABSTRACT: This thesis aims to study the articulations and tensions that exist in the 21st century musical myths, and will verify the possibility of tracing a 2000's mythic construction paradigm to understand the plurality of proposals, platforms and contemporary languages. For this, it presents its own analysis method to think about the total artist concept. An illustrative cut occurs through David Bowie, Kiss and Lady Gaga's music videos. Bowie will be presented as one of the very first total artists in pop culture, followed by Kiss, and Gaga. Music videos will be presented as encapsulated operas. In the end, the thesis discusses the adversongs, an union between music, and advertising, apex of the total artist of the 2010 decade.

Keywords: communication; musical mythology; David Bowie; Kiss; Lady Gaga; total artist.

AGRADECIMENTOS

Ao longo desses quatro anos de doutoramento, muitas pessoas estiveram ao meu lado, me acompanhando, dando palavras de incentivo, fazendo críticas construtivas e fomentando questionamentos. Precisaria escrever um livro completo para contemplar todos os que estiveram nessa jornada. Como isso é proibitivo, destaco algumas pessoas, e nelas homenageio às demais.

Obrigado aos meus colegas de FAMECOS/PUCRS por sempre me ensinarem a ver o mundo de maneira diferente, sobretudo os amigos Andreia Mallmann, André Pase, Cláudio Mércio, Cristina Lima, Cristiane Finger, Cristiane Mafacioli, Danusa Oliveira, Gabriela Kurtz, Helena Stigger, Ilton Teitelbaum, Liana Furini, Márcia Christófoli, Paula Puhl, Roberto Tietzmann, Vinicius Mano e Zé Carlos de Andrade.

Obrigado a todos os professores do PPGCOM da FAMECOS, em especial ao meu orientador, Antonio Hohfeldt, que além de me puxar as orelhas, fez com que eu o admirasse ainda mais, me pautando por sua competência e inteligência extraordinária. Muito obrigado por acreditar em mim e no meu projeto. É uma homenagem (*in memoriam*) às inspiradoras professoras Bia Rahde e Eliana Antonini.

Um agradecimento especial às pessoas que me trouxeram para dentro da vida acadêmica, lá no início dos anos 2000, e em 2007, quando comecei a lecionar na PUCRS: Adriana Amaral, Eduardo Pellanda, João Guilherme Barone Reis e Silva e Magda Cunha.

Obrigado aos colegas da FACCAT, em especial, ao meu amigo amado Augusto Parada, e à Tais Vieira, diva de papos inspiracionais.

Ao meu mano do coração e parceiro musical, Gustavo Demarchi, por tudo o que dividimos musicalmente, e na vida.

Aos amigos Rick e Marilene, companheiros de gastronomia e diversões variadas. Também aos meus bichos de estimação, verdadeiros e sinceros amigos, em especial ao Sebastian, meu companheiro de produção musical.

Obrigado aos meus pais, Antonio e Laura, por sempre estarem ao meu lado, me apoiando de todas as maneiras possíveis, à minha irmã Carla, e para minha sobrinha Marina, que nasceu durante o doutoramento. Amo vocês.

Obrigado a todos os meus alunos da PUCRS e da FACCAT: vocês moram no meu coração.

E por fim, obrigado à Luciana Queiroga, amor da minha vida, companheira que segue comigo há 20 anos! Te amo mais que tudo. Obrigado por fazer eu acreditar em mim, aceitar os desafios, crescer e me tornar uma pessoa cada dia melhor.



A vida sem música seria um erro (Nietzsche).

SUMÁRIO // 9

LISTA DE FIGURAS // 12

INTRODUÇÃO // 15

1. DOS MITOS AOS NOVOS MITOS // 25

1.1 POR UMA CONCEITUAÇÃO DO MITO PRIMITIVO // 25

1.2 GESTAÇÃO DOS MITOS // 26

1.3 CONSOLIDANDO O MITO ATRAVÉS DA SUA NATURALIZAÇÃO;
O PAPEL DO HEROI E OS RISCOS QUE AMEAÇAM A EXISTÊNCIA
MÍTICA // 27

1.4 MITO, PROCESSO HISTÓRICO E RITUAL // 30

1.5 OS NOVOS MITOS NASCEM NAS ESTRELAS DO CINEMA // 33

1.6 A ESTRELA E O SEU *DUPLO* // 43

1.7 OBJETOS DE FÉ MÍTICA E SUA RELAÇÃO COM AS
ESTRELAS // 50

1.8 A ESTRELA É UM SOL BRILHANTE E QUENTE // 53

1.9 OS NOVOS MITOS NO CAMPO MUSICAL // 55

1.10 EXTENDENDO MCLUHAN PARA O CAMPO MUSICAL // 57

1.11 O *TRIPÉ VIRTUOSO DA EXTENSÃO MUSICAL* // 60

1.12 LINGUAGEM E DIALETO MUSICAL SINGULAR // 65

1.13 OS HEROIS DA GUITARRA // 68

1.14 POR UMA DEFINIÇÃO DE HEROI MUSICAL E SUA RELAÇÃO
COM A TÉCNICA // 70

1.15 OS HEROIS MÚSICAIS DO PASSADO E O *VIRTUOSO* // 71

1.16 MITIFICAÇÃO ATRAVÉS DO SACRIFÍCIO DO HEROI // 74

1.17 POR QUE INTERESSA A DISCUSSÃO SOBRE O VIRTUOSISMO? // 85

2. DO ESPETÁCULO AO HIPERESPETÁCULO // 88

2.1 POR UMA DEFINIÇÃO DO ESPETÁCULO // 88

2.2 TEATRO: IMPULSO E REPRESENTAÇÃO // 90

2.3 A IDEOLOGIA DO ESPETÁCULO // 93

2.4 O PERSONAGEM DE FICÇÃO // 95

2.5 AMPLIANDO O CAMPO DA ATUAÇÃO PARA A PINTURA E A MÚSICA // 103

2.6 CARAVAGGIO: ENCENAÇÃO NA PINTURA // 106

2.7 RAMMSTEIN: REPRESENTAÇÃO NO VIDEOCLÍPE // 109

2.8 MADONNA: VIDEOCLÍPE AO VIVO // 112

2.9 O CORPO EM CENA // 117

2.10 O ESPETÁCULO COMO SIMULAÇÃO E IMAGINÁRIO // 120

2.11 CIVILIZAÇÃO DO ESPETÁCULO E HIPERESPETÁCULO // 125

2.12 DOS MITOS ÀS CELEBRIDADES // 135

2.13 O QUESTIONÁVEL E EMBLEMÁTICO ESVAZIAMENTO DO PROJETO ARTÍSTICO // 142

2.14 CONTEÚDO *HARD* EM MEIO *SOFT* // 152

2.15 A INDÚSTRIA MUSICAL COMO ESPETÁCULO // 155

3. DA ÓPERA AO VIDEOCLÍPE // 163

3.1 ÓPERA: POLIFONIA DE SONS E IMAGENS // 163

3.2 O IMPULSO DA CAMERATA FLORENTINA // 165

3.3 OS PRIMEIROS CONTORNOS DA ÓPERA // 168

3.4 A ÓPERA E O REAL: ASSIMILAÇÃO E DISSEMINAÇÃO // 170

3.5 MONTEVERDI: A PRIMEIRA FIGURA CHAVE DA ÓPERA // 172

3.6 A ÓPERA SAI DOS PALÁCIOS E GANHA AS RUAS // 174

| | |
|-----------|---|
| 3.7 | A VOZ DA ÓPERA É A VOZ DO POVO // 176 |
| 3.8 | ÓPERA E CONSUMO DOMÉSTICO: DO TEXTO AO SOM // 178 |
| 3.9 | ÓPERA, LITERATURA, VOZ E IDIOMA: A SEDUÇÃO SONORA DO TRADUTOR TRAIADOR // 179 |
| 3.10 | ÁRIAS: AS ANCESTRAIS DAS CANÇÕES POP // 183 |
| 3.11 | OS ARQUÉTIPOS SONOROS DA ÓPERA E A VOLTA AOS CLÁSSICOS // 184 |
| 3.12 | RETOMANDO WAGNER E SEU PROJETO ARTÍSTICO // 189 |
| 3.13 | DA VINCI: O ARTISTA PLURAL // 198 |
| 3.14 | DO <i>E-PRODUCER</i> AO <i>ARTISTA TOTAL</i> , E DA MITOLOGIA ANCESTRAL À <i>MITOLOGIA MUSICAL</i> // 202 |
| 3.15 | <i>ADVERSONGS</i> : DA MÚSICA À PUBLICIDADE E DA PUBLICIDADE À MÚSICA // 219 |
| 3.16 | SOM, IMAGEM, VIDEOCLÍPE: A NEO-ÓPERA CONTEMPORÂNEA ENCAPSULADA DO <i>ARTISTA TOTAL</i> // 229 |
| 4. | POR UMA METODOLOGIA ANALÍTICA DA ÓPERA ENCAPSULADA: O VIDEOCLÍPE COMO ORATÓRIO ELETRÔNICO DO <i>ARTISTA TOTAL</i> // 239 |
| 4.1 | DAVID BOWIE – “LIFE ON MARS” (“Vida em Marte”) // 243 |
| 4.2 | KISS – “PSYCHO CIRCUS” (“Circo psicótico”) // 258 |
| 4.3 | LADY GAGA – “APPLAUSE” (“Aplausos”) // 282 |
| 5. | RESISTÊNCIA/DESISTÊNCIA // 301 |
| | REFERÊNCIAS // 314 |

LISTA DE FIGURAS

MAPA MENTAL DA TESE // 18

FIGURA 1: Mary Pickford // 35

FIGURA 2: Cartaz promocional de **Tormenta de paixões** // 41

FIGURA 3: Vídeo-aula Vinnie Moore // 77

FIGURA 4: Vídeo-aula Vinnie Vincent // 77

FIGURA 5: Capa álbum **Trilogy** (UNIVERSAL, 1986) // 79

FIGURA 6: **Davi com cabeça de Golias** (Caravaggio, 1606) // 107

FIGURA 7: *Printscreen* “Pussy” (Rammstein, 2009) // 111

FIGURA 8: Trecho da performance de “Gang bang” (Madonna, 2012) // 115

FIGURA 9: Comparação entre Grohl e Minaj // 151

FIGURA 10: Desenho da máquina voadora de Da Vinci // 201

FIGURA 11: Mozart *peruqueiro* e sua peruca // 206

FIGURA 12: Händel, *peruqueiro* literal e figuradamente // 207

FIGURA 13: Händel (à esquerda), e o rei George I (à direita),
durante a apresentação da **Música aquática** // 209

FIGURA 14: Um átomo para pensar a mitologia musical // 212

FIGURA 15: **As tentações de Santo Antão** (Bosch, 1495-1500) // 231

FIGURA 16: **As tentações de Santo Antonio** (Salvador Dali, 1946) // 233

FIGURA 17: Exemplo de oratório // 240

FIGURA 18: Capa do álbum **Aladdin sane** (RCA, 1973) // 248

FIGURA 19: Bowie e suas personas // 253

FIGURA 20: *Frame* inicial de “Life on Mars” // 253

- FIGURA 21: Bowie em *close* // 251
- FIGURA 22: Bowie, um *clown* de luxo // 254
- FIGURA 23: Bowie inquietante/sedutor // 255
- FIGURA 24: Bowie, figura em fundo neutro // 255
- FIGURA 25: Bowie enigmático // 256
- FIGURA 26: *Frame* final de “Life on Mars” // 257
- FIGURA 27: Kiss e seus *alter egos* // 259
- FIGURA 28: Gene Simmons (The Demon) // 260
- FIGURA 29: Paul Stanley (Starchild) // 260
- FIGURA 30: Ace Frehley (Spaceman) // 261
- FIGURA 31: Peter Criss (Catman) // 261
- FIGURA 32: Gene Simmons com suas botas em meio a fãs mirins // 263
- FIGURA 33: Logotipo do Kiss // 264
- FIGURA 34: Capa do álbum **Unmasked** (CASABLANCA, 1980) // 265
- FIGURA 35: Kiss desmascarado na MTV // 267
- FIGURA 36: Kiss e Marvel // 269
- FIGURA 37: Kiss dando o sangue pelos fãs // 270
- FIGURA 38: Cena inicial de “Psyco circus” // 274
- FIGURA 39: Cena inicial de “Psyco circus” // 274
- FIGURA 40: Capa de **Psyco circus** (MERCURY, 1998) // 275
- FIGURA 41: Kiss em quadrinhos de **Psyco circus** // 276
- FIGURA 42: Kiss e o jogo de **Psyco circus** // 277
- FIGURA 43: Kiss no videoclipe de “Psyco circus” // 277
- FIGURA 44: Gene Simmons vomita sangue // 278
- FIGURA 45: Ace Frehley, o homem do espaço // 278

- FIGURA 46: Peter Criss, o homem gato // 279
- FIGURA 47: Gene Simmons e suas asas de morcego // 279
- FIGURA 48: Paul Stanley sedutor // 280
- FIGURA 49: Cena final de “Psycho circus” // 280
- FIGURA 50: Gaga, “Just dance”, just Bowie // 285
- FIGURA 51: Gaga homenageando Bowie no Grammy 2016 // 285
- FIGURA 52: Gaga e sua tatuagem de Bowie // 286
- FIGURA 53: Moisaco de personas/figurinos de Gaga // 287
- FIGURA 54: Quem é Gaga? // 292
- FIGURA 55: “Applause”, uma Gaga, muitas personas // 292
- FIGURA 56: **O nascimento da Vênus** de Boticelli (1483) // 293
- FIGURA 57: Gaga, a Vênus do *pop* // 294
- FIGURA 58: Capa do álbum **Artpop** (INTERSCOPE, 2013) // 294
- FIGURA 59: Gaga e Metrópolis (1927) // 295
- FIGURA 60: Gaga e Dr. Caligari (1920) // 296
- FIGURA 61: Gaga e Bergman (1957) // 296
- FIGURA 62: Gaga *pop art*/**Artpop** // 297
- FIGURA 63: Gaga, um centauro na cartola // 298
- FIGURA 64: Gaga e o voo de Ícaro // 298
- FIGURA 65: Fases e *personas* dos mitos Kiss, Bowie e Gaga // 311

INTRODUÇÃO

A partir do presente estudo, buscarei compreender as articulações e tensões existentes nos mitos musicais contemporâneos para verificar a possibilidade de se traçar um paradigma de construção mítica pós anos 2000 que dê conta da pluralidade de propostas, plataformas e linguagens existentes, atualmente. A pesquisa ira dispor de três vértices da música para chegar a essa construção. Serão comparados os projetos artístico-musicais do compositor e intérprete multifacetado David Bowie com as atuações da banda de *rock* pesado Kiss e a cantora *pop* Lady Gaga. Nessa perspectiva, Bowie será apresentado como matriz de Kiss e Gaga. Ao longo do trabalho, demonstrarei que Gaga é um desdobramento de Kiss e Bowie, e que ela atualiza os mecanismos de atuação desses artistas como técnica de sobrevivência e pertinência frente a um mercado altamente fragmentado e volátil, como se encontra hoje o da indústria musical.

O estudo está dividido conforme o Mapa Mental apresentado a seguir.

Na presente introdução, discuto o tema, objetos, problema de pesquisa, hipóteses, justificativa e procedimentos metodológicos.

Os capítulos estão estruturados conforme o que segue.

No primeiro capítulo, discutirei o mito. Essa abordagem ocorre mediante um caminho que parte dos mitos primitivos e que finaliza no que chamo de *novos mitos* (aqueles construídos pela indústria do cinema de Hollywood desde o século passado). Estudarei, também, a figura do *heroi* e os arquétipos do inconsciente coletivo, estruturas que serão vitais para as análises posteriores. Igualmente significativo será o conceito de *duplo* (DOSTOIEVSKY (2013 [1846])), integrante das construções mitológicas na

música. Parte da tese já nasce nesse capítulo, quando será apresentado um conceito autoral ao qual chamo de *tripé virtuoso da extensão musical*. Trata-se de um modelo aplicável ao campo musical que auxilia a compreender a jornada que os músicos percorrem para se tornarem objetos de culto e idolatria. O capítulo ainda promove um resgate das figuras dos heróis da guitarra (exemplo icônico e ilustrativo que fez parte do imaginário musical entre os anos de 1980 e 1990). Nessa amostra, irei debater sobre os conceitos de *virtude* e *virtuosismo* e sua relação com o campo mítico e sonoro.

O segundo capítulo levanta as questões relativas ao espetáculo e propõe uma trajetória analítica que parte dele até chegar ao *hiperespetáculo*. Para compreensão desse fenômeno, irei recorrer a obras que versam sobre espetáculo, tecnologias do imaginário e teatro. Também realizarei uma aproximação entre a construção de personagens espetaculares e sua relação com os personagens dos romances.

No terceiro capítulo meu olhar será direcionado para a fusão entre teatro, música e imagem. Partindo da ópera (em especial da estrutura de *espetáculo total* proposta por Richard Wagner) e desaguando no videoclipe, resgatarei conceitos que ajudem a compreender o papel da imagem utilizada na construção mítica. Essa mecânica se dará mediante uma apropriação de estruturas analíticas aplicadas no teatro, que, após apropriação, serão reconstruídas. O novo paradigma resultante dessa reconstrução vai delimitar certo tipo de vídeos que servirão como modelos para compreender a *imagem em movimento* como ferramenta construtora das estruturas mitológicas musicais, encarando-os como um tipo de ópera encapsulada moderna. Como premissa básica, para figurar nessa categoria de análise, esses vídeos deverão apresentar os artistas atuando como protagonistas das imagens. Vou definir, também, o que entendo por *artista total* e *mitologia musical*.

Através de uma estrutura de passado-presente, construirei os moldes analíticos que serão empregados na compreensão do mito, do espetáculo e

da imagem como processos contínuos e interligados, no tempo e no espaço, necessários para a criação e manutenção dos mitos da música ou, como disse, dos artistas totais. Os *artistas totais* são os artistas musicais que se utilizam da estrutura da obra de arte total, na concepção de Wagner, e misturam música, teatro, dança, moda, comportamento, máscaras e uma criação conceitual extremamente arquitetada, que lhes confere uma aura mítica, isto é, a capacidade de vetorizar comportamentos humanos e ser objeto de iluminação, admiração e culto permanente.

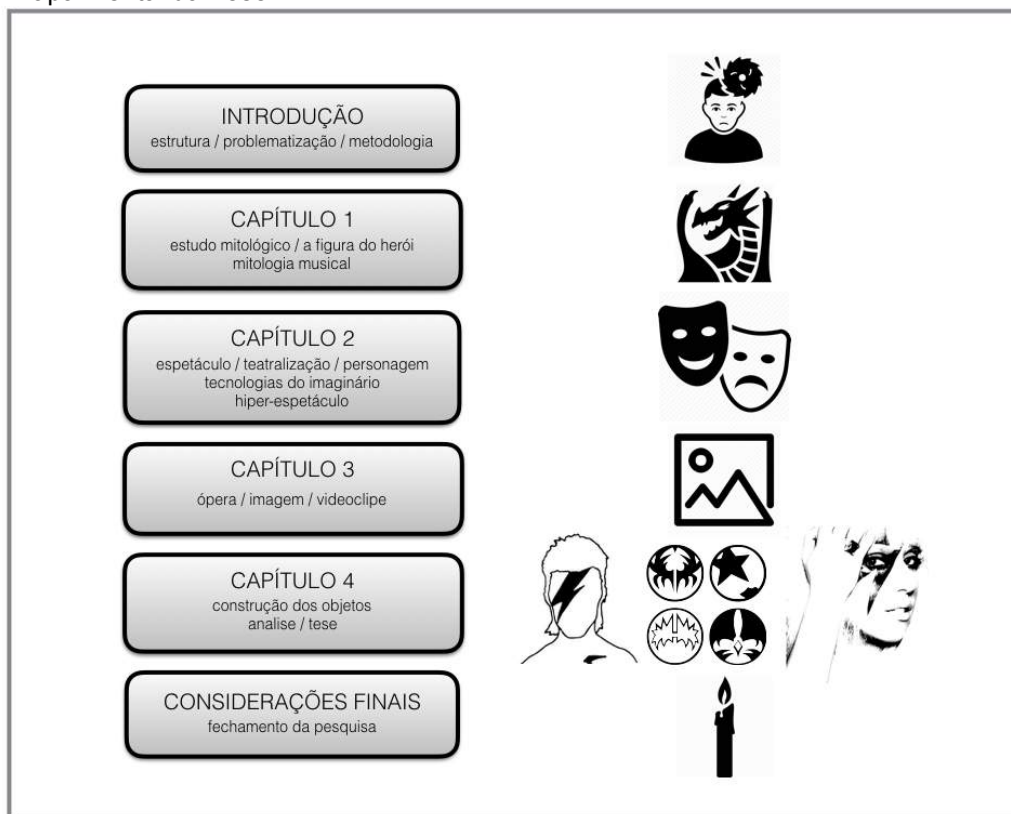
O videoclipe será considerado o epicentro, a condensação síntese desses projetos artísticos, uma vez que a sociedade está cada vez mais fascinada com o consumo e a produção de imagens, em especial aquelas em movimento. Nesse contexto, o videoclipe assume o papel do *single*¹ do passado, sendo uma espécie de oratório ao qual se retorna para seguir o processo de adoração, consumo e idolatria. Ele é, ainda, um cabide no qual podem ser pendurados conceitos, atitudes e produtos. Ao final da tese, vou apresentar o conceito autoral que de *adversong*, explicado oportunamente adiante, que consiste na união entre música e publicidade, costurando, enfim, o campo da comunicação à presente pesquisa.

Uma vez desenvolvidos todos os conceitos pertinentes ao estudo, passo à apresentação dos objetos recortados, para posterior análise. Os objetos dizem respeito a três videoclipes, sendo o primeiro de David Bowie, o segundo de Kiss, e o terceiro de Lady Gaga. Os vídeos selecionados servem para demonstrar, não só os conceitos defendidos na tese, como uma forma de ilustrar o videoclipe como reforço positivo do mito. Tem-se a seleção de um artista *pop* masculino, uma banda de *rock* e uma artista *pop* contemporânea, o que fornece um panorama satisfatório. Assim, teremos uma noção da importância funcional do videoclipe no processo artístico e mítico. Um dos pontos altos da pesquisa consiste na aproximação que proponho entre música *pop*, teatro e ópera, compreendendo os dois últimos como fontes paradigmáticas para a leitura e deciframento das imagens em

¹ Composição com alto potencial de venda e aderência. Pode significar, também, “música de trabalho” (nos anos 1960, chamado de compacto, constituído de duas faixas consideradas

movimento e, conseqüentemente, dos mitos da música *pop*. Os vídeos selecionados para a pesquisa são apresentados a seguir.

Mapa Mental da Tese



Fonte: o autor (2016)

DAVID BOWIE

Título: "Life on Mars"

Direção: Mick Rock

Ano: 1973



KISS

Título: "Psycho Circus"

Direção: James Hurlburt

Ano: 1998



LADY GAGA

Título: “Applause”

Direção: Inez van Lamsweerde e Vinoodg Matadin

Ano: 2013



Através dos recortes, é possível perceber que parto de um artista veterano (Bowie), seguindo para um grupo que continua em atividade desde a década de 1970 (Kiss) e finalizo com uma artista novata que tem menos de uma década de atuação (Gaga). Quando o projeto da tese iniciou, Bowie ainda estava vivo. Sua morte no último ano da pesquisa, tornou o estudo ainda mais estimulante, uma vez que, como relatarei, o artista planejou minuciosamente a sua saída da cena mundana e transmutação no panteão musical. A seleção dos objetos pretende apresentar três dimensões do campo musical artístico: um cantor/compositor consolidado, com décadas de atuação, que fez de sua vida uma obra de arte; um grupo de *rock* que, embora tenha percorrido caminhos alternativos, segue fiel ao seu projeto mítico inicial; e uma cantora que se declara assumidamente influenciada de forma direta por ambos. No decorrer do texto será possível verificar que esses três exemplos ilustram a proposta da tese de buscar o que chamo de *artista total*. Assim, os videoclipes escolhidos serão pensados como condensações das construções mítico-musicais dos artistas em questão.

Portanto, o problema de pesquisa consiste em responder à seguinte questão: é possível construir um modelo mítico musical que dê conta do universo sonoro atual, altamente fragmentado e volátil?

A motivação do projeto partiu de meus interesses pessoais e profissionais, uma vez que, além de docente e pesquisador, sou, também, produtor musical e compositor presente na cena artística, desde o final da década de 1980. De lá para cá, atuei em bandas de *rock* e *pop*, produzi uma série de artistas, compus para teatro, dança e cinema, trabalhei como *remixer* e DJ e recebi uma série de prêmios e menções locais, nacionais e internacionais. Desde 2007, ministro regularmente, na FAMECOS/PUCRS, o Curso de Extensão em Produção Musical, com mais de 15 edições já realizadas e dezenas de alunos formados.

A tese fecha um ciclo iniciado no período da graduação (1994-1998) em comunicação social. Naquela oportunidade, elaborei uma monografia intitulada “Kiss, o mito vivo”, defendida em 1998, na qual analisei a banda Kiss como marca e mito. Dez anos após (2008-2010), apresentei minha dissertação de mestrado em comunicação social, intitulada “Reconfigurações musicais: Os novos caminhos da música na era da comunicação digital”, na qual pontuei as transformações ocorridas na indústria musical, entre 1900 e os anos 2000, sob o ponto de vista do produtor musical. Digo que a tese fecha um ciclo, pois, agora, de forma mais aprofundada, e com a maturidade que a vivência e os estudos posteriores proporcionaram, resgato e amplio os trabalhos anteriores, contribuindo, de forma autoral, com o paradigma do *artista total* atuante no campo musical. Esse movimento permite pensar relações íntimas entre mito, música, teatro, ópera, espetáculo, imagem, e publicidade e propaganda, com a comunicação social. Justifica-se a escolha do tema tendo em vista a sua pertinência e atualidade dentro de um campo de estudos interdisciplinares entre música e comunicação, campo que tem crescido cada vez mais, mas que ainda necessita de material para consulta e reflexão.

Todo artista é um comunicador. Portanto, o tema do mito espetacular faz parte do universo comunicacional. Melo (2005) destaca que a pesquisa em comunicação compreende o estudo científico dos elementos que integram os processos de comunicação, ou, em outras palavras, a análise de todos os fenômenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidas a uma única pessoa, a um grupo de pessoas, ou a uma massa populacional. Esse campo do saber envolve um espectro interdisciplinar do qual fazem parte a sociologia, a história, a psicologia, a antropologia e as artes (no meu caso específico, a música). Trata-se, pois, de transpassar as barreiras entre disciplinas vizinhas, a fim de promover uma legítima rede de conhecimentos que ajudem a compreender os complexos fenômenos comunicacionais que envolvem a vida em sociedade.

Os procedimentos metodológicos da tese consistem em revisão bibliográfica, pesquisa em periódicos e artigos científicos, e busca de materiais documentais, incluindo histórias de vida.

O trabalho será de cunho qualitativo que, segundo Bauer; Gaskell; Allum (2002), consiste naquele tipo de estudo que lida com interpretações das realidades sociais. Flick (2009) entende que esse tipo de abordagem pode envolver uma análise da experiência de indivíduos, ou grupos, sendo essa experiência relacionada a histórias biográficas, práticas cotidianas ou práticas profissionais. Tal direcionamento procura evidenciar e sistematizar como as pessoas constroem o mundo à sua volta. Esse levantamento pode ser feito a partir de pesquisa documental e bibliográfica, observação participativa (ou não), ou através de um olhar empírico direcionado ao campo em estudo.

Assim como ocorreu na dissertação de mestrado, vou me servir, novamente, da proposta metodológica do pesquisador *insider* que, segundo Hodkinson (2005), é aquele que busca avaliar a sua própria prática ou analisa um cenário no qual encontra-se inserido. Ela compreende aquelas pesquisas em que pesquisador e objeto pesquisado são próximos. Uma vez que sou produtor musical, considero a escolha apropriada. Hodkinson (2005)

aponta que, quando o estudioso pesquisa a sua própria prática, tem-se a vantagem de conhecer o campo *a priori*, mas que esse conhecimento deve ser utilizado de forma cautelosa, a fim de que a pesquisa proporcione uma revisita ao que já é familiar e não apenas um olhar conformista e definitivo. Para evitar tal armadilha, seguirei um caminho sistematizado por Silva (2010): a pesquisa científica, na área da comunicação, compreendida como um processo de três fases.

Na primeira fase, ocorre o que ele chama de *estranhamento*. Nessa etapa, o pesquisador se abstrai de seus valores e se despe de seus pré-conceitos. Assim, fica aberto a novas descobertas de forma mais imparcial e menos indutiva.

A segunda fase é denominada de *entranhamento*. Essa etapa é descrita pelo autor (2010, p. 14) como um

procedimento compreensivo e fenomenológico de empatia por meio do qual o pesquisador mergulha no universo do outro (...), colocando-se no lugar desse outro para sentir aquilo que lhe escapa, viver a experiência que não é sua, e participar da diferença como repetição de uma vivência.

A terceira fase é a do *desentranhamento*, que consiste em sair do outro e voltar a si, retomando seus valores, agora afetado pelo contato com o objeto pesquisado.

Além disso, como já exposto, oportunamente, será apresentada uma metodologia própria de análise de construção mítica aplicada ao videoclipe, a partir de modelos do teatro, ópera, mito e espetáculo. Levando em conta todas as suas tessituras, os diálogos, ruídos, trilhas musicais, os enquadramentos, tratamentos de cor, edição e corte, etc, Rose (2002) comenta que analisar esse todo é a complexidade de um filme, é mais do que um discurso. Trata-se de um amálgama complexo de texto, imagens visuais, sons, jogos de luz e sombra. Trata-se de uma *salada* de linguagens e, independente do esforço que se faça para laçar todos os detalhes e pertinências, o produto final de estudo será sempre uma simplificação, um

conjunto de extratos ilustrativos. Como complementa Epstein (2005, p. 26), “nenhum procedimento analítico deixa de ser reducionista”. Para evitar ao máximo tal reducionismo, a tese irá propor uma metodologia própria de análise de videoclipes, destacando, oportunamente, quais extratos serão mais relevantes para uma aproximação satisfatória.

Boa leitura e bem vindo ao mundo das estrelas mítico-musicais.

1. DOS MITOS AOS NOVOS MITOS

Como ponto de partida, iniciarei falando sobre o mito. O mito é um tema extremamente amplo, abordado sucessivamente por diversos autores e correntes. Para decifrar os mitos discutidos nessa tese, optarei pelas abordagens propostas por Barthes (2009 [1957]), Eliade (2007, [1963]), Ziberman (1977) e Rocha (2008). Escolhi estes autores porque considero suas leituras do mito adequadas ao meu projeto. Utilizarei, também, os estudos de Campbell (2008, 2007 [1949]), que auxiliarão na compreensão do papel do herói nas narrativas míticas, e finalizarei com a leitura de Morin (1989 [1957]), que irá fornecer uma base sólida para a discussão sobre os mitos construídos a partir da indústria do entretenimento. Ao final do capítulo, será possível compreender a relação existente entre os mitos primitivos, os novos mitos e como essas duas criações são referenciais para os mitos pertencentes ao campo da indústria da música.

1.1 POR UMA CONCEITUAÇÃO DO MITO PRIMITIVO

Para Eliade (2007), a palavra *mito* é empregada, tanto no sentido de ficção/ilusão, como no de tradição sagrada ou modelo exemplar. Para muitas sociedades, o mito pode ser chamado de *vivo*, quando fornece modelos de conduta humana, conferindo valor e significação à existência. O mito é uma criação humana cultural legítima. Eliade (2007, p. 11 – grifo do autor) arrisca uma conceituação (a que considera menos imperfeita) para o mito:

O mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do *princípio*. (...) O mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade passou a existir (...).

Trata-se de uma narrativa de criação que relata como algo foi produzido e começou a ser/existir. Os personagens dos mitos, como dito, são entes sobrenaturais. Os mitos, portanto, dizem respeito a atividades criadoras, irrupções do sagrado nos primórdios do tempo humano. Essas irrupções fundamentam o mundo dos humanos no que ele é. É a partir das intervenções dos entes sobrenaturais que o homem é o que é hoje. Os mitos de formação (ou de origem) são chamados de *cosmogônicos*. O mito é considerado uma história sagrada e verdadeira, pois se refere à realidade. Como complementa Eliade (2007, p. 12 – grifo do autor), “(...) o mito cosmogônico é *verdadeiro* porque a existência do Mundo aí está para prová-lo (...)”.

Quando eu conceituar a mitologia musical, será possível observar que o mito musical fala sobre a criação do seu mundo, isto é, da sua atmosfera artística.

1.2 GESTAÇÃO DOS MITOS

Zilberman (1977) defende que o mito é algo anterior à religião formal, uma tentativa de explicitação do universo que procura ordenar o mundo, não podendo ser desvinculado da existência cotidiana do homem primitivo, vindo a se constituir no seu fundamento único. Como será visto adiante, embora as artes e a indústria da mídia tenham se apropriado da estrutura mítica para promover seus entes mítico-espetaculares, a autora reforça que, originalmente, o mito não tratava de uma explicação intelectual ou de uma fantasia artística, mas sim de uma realidade viva, que dominava e determinava, de forma ininterrupta, o mundo e o destino humano. Portanto, as narrativas míticas representam, nessa esfera, a afirmação de uma realidade original, elevada, determinante para a vida. Para Zilberman (1977, p. 24), os mitos apresentam um caráter bivalente:

(...) De um lado, significa uma separação diante da realidade mais forte que, por meio da magia, o homem crê poder submeter; por outro, a realidade externa é igualmente vista como

dominadora, na medida em que é considerada a verdadeira fonte de vida.

O mito era (e ainda o é) primitivamente utilizado para reconfortar o homem sobre os acontecimentos cotidianos. Foi, também, o embrião do pensamento filosófico. A partir da crítica racionalista da filosofia grega, ganhou contornos de evento fabuloso. Rocha (2008) ressalta que, pelo mito, as sociedades expressam suas contradições, experimentando seus paradoxos, dúvidas e inquietações. O autor entende que o mito se apresenta como uma narrativa, um discurso e uma fala que permitem refletir-se sobre a existência humana, o surgimento do mundo e as relações sociais.

Zilberman (1977) ressalta que a realidade mitológica deve ser entendida como um todo orgânico, reativado permanentemente pela repetição que eterniza o presente, isto é, o momento da criação. Nesse sistema globalizante, o mito pressupõe atitudes de crença. O homem se liga ao mito de modo irracional, azeitado pela fé que tudo justifica, colocando, assim, o mito a um passo da religião. Mas a narrativa mítica não é explícita. O mito possui sempre um lado tênue, pouco iluminado, uma mensagem cifrada, não declarada de todo. Como tudo o que não se revela por inteiro, acaba sendo extremamente sedutor e envolvente. O mistério comumente imanta o objeto mítico, fazendo dele um foco de atenção, curiosidade e interesse.

1.3 CONSOLIDANDO O MITO ATRAVÉS DA SUA NATURALIZAÇÃO; O PAPEL DO HEROI E OS RISCOS QUE AMEAÇAM A EXISTÊNCIA MÍTICA

A naturalização do mito consiste em um sistema de gestão mítica que vetorize a sua leitura como algo natural, e não como uma construção artificial. A neutralização da possível destruição do mito pela sua decifração se dá mediante sua naturalização. Por isso, um dos pontos relevantes, ao se pensar o mito, diz respeito à sua perspectiva naturalista. Nesse olhar, viveu o homem primitivo, adorando astros e corpos celestiais, transformados em

mitos, como forma de compreender as peripécias das forças da natureza. Este homem de um passado distante não possuía controle sobre o meio no qual habitava. Esse controle era, então, atribuído aos deuses, forças sobre-humanas que ditavam o universo. Provocar a ira dos deuses acarretaria, como consequência, desastres e catástrofes naturais. Como lembra Rocha (2008, p. 28), “as regularidades, as variedades e as alternâncias dos quadros propiciados pelos fenômenos da natureza eram a fonte para os exercícios simbólicos que se constituíam em mitos”. Ao longo do tempo, o mito foi utilizado, tanto como explicação de acontecimentos de ordem natural, para aquietar a pulsante mente humana, como para satisfazer desejos religiosos. Deste modo, o mito se traduz em um colo materno que acalma e dá segurança, e um vetor paradigmático necessário ao viver.

O ápice da evocação do mito ocorre no processo ritualístico. Ao contrário das histórias ordinárias – que podem ser mencionadas em qualquer espaço e horário do dia – os feitos míticos têm hora e local apropriados para serem lembrados e rememorados: são os rituais. O ritual é um lapso de tempo sagrado. Para dar um exemplo, em determinado tempo histórico, o povo tibetano recitava certas cantigas épicas somente à noite e durante o inverno. A recitação transformava-se em um poderoso sortilégio que propiciava, àqueles que o recitassem, boa sorte e êxito. Essa recitação, para sua proteção, implicava em provocar a presença de entes sobrenaturais e heróis (ELIADE, 2007).

Morin (1989) define o herói como aquele que atua a meio caminho entre os deuses e os mortais, ambicionando, tanto a condição de deuses, como a libertação dos mortais de sua miséria infinita. Como descreve o autor (idem, p. 26), “na vanguarda da humanidade, o herói é o mortal em processo de divinização. Parente dos homens e dos deuses, os heróis míticos são (...) denominados semideuses”.

Já Campbell (2008) apresenta o herói como um guerreiro, aquele que, através de um caminho (o qual o autor vai chamar de a *jornada*), que exige esforço, perseverança, foco e dinamismo, retornará vitorioso, narrando o

aprendizado que o desafio lhe proporcionou, ou pagará esta tentativa com a vida. Esse dado é crucial para minha pesquisa pois, como será visto, o artista mítico-musical apresenta um traço heroico latente.

Campbell (2008) diz que o mito fornece uma imagem do cosmos que conserva, no indivíduo, um sentido de assombro místico sobre tudo o que com ele tenha contato no universo à sua volta. O autor também defende que o mito passa a existir quando adquire um status natural. Ao ser naturalizado, o mito se camufla e o consumidor do mito não percebe que ele é um sistema cifrado de comunicação. Para ele, *significante* e *significado* mantêm relações naturais, e não artificialmente construídas. Nesse plano, a eternidade não diz respeito ao futuro ou ao passado: ela é uma dimensão do agora.

Para ser eterno, o mito se constitui de arquétipos que gerem uma identificação universal, atemporal, presentes em todas as mitologias, verdadeiros modelos que apoiam a vida humana. Nesse processo construtivo, o mito é forjado reorganizando fatos e ideias anteriores a ele, que são reordenados, sendo a forma veículo e receptáculo para o conceito que expressa. O mito age como um vampiro que se alimenta dos sentidos para buscar a imortalidade. A naturalização dos mitos pode ser pensada, a partir de Barthes (2009, p. 235), da seguinte maneira:

Passando da história à natureza, o mito faz uma economia: abole a complexidade dos atos humanos, confere-lhes a simplicidade das essências, suprime toda e qualquer dialética, qualquer elevação para lá do visível imediato, organiza um mundo sem contradições (...) no qual as coisas, sozinhas, parecem significar por elas próprias.

O mito não quer ser decifrado, quer ser imortalmente naturalizado. Para que sobreviva, ele depende de um contexto histórico, social, geográfico, cultural e temporal. Se for retirado de seu habitat, de seu ecossistema simbólico, corre o risco de sucumbir. E se o mito não faz sentido ou não ganha aderência, é porque não está vinculado àquela realidade, não conseguiu ser uma fala, ou tornou-se uma espécie de fala muda, não compreendida. Ao fazer sentido, ou seja, significar, efetivamente, pode

expandir-se. Um mito amadurece porque se expande. Ainda que o curso da história tencione o mito, não existe revolução nele. Não existe transformação na essência do mito. Ele quer se perpetuar, significar sem contradições ou oposições. No momento em que, a partir da linguagem, o homem relativiza o mito, a naturalização fica exposta como um constructo *a priori* e pode eliminar o mito.

1.4 MITO, PROCESSO HISTÓRICO E RITUAL

Se, hoje, o homem moderno considera-se constituído pela história, o homem arcaico se via constituído a partir de eventos míticos. O tempo do homem moderno é o tempo histórico, do curso de uma história universal linear, resultado da metamorfose da sociedade e dos povos, com períodos delimitados *a posteriori* e aceitos pela comunidade científica. Assim surgiram a Idade Média ou a Renascença, por exemplo. Mas o homem arcaico acreditava que era o que era devido a fatos míticos ocorridos no princípio do universo, fatos estes que constituíam uma história sagrada, pois os personagens dessa história não eram humanos, mas entes sobrenaturais. Eliade (2007, p. 17 – grifo do autor) afirma que o homem das sociedades arcaicas era “(...) obrigado não somente a rememorar a história mítica de sua tribo, mas também *reatualizá-la* periodicamente em grande parte”.

O homem moderno compreende que a história é um ponto de vista e que pode variar de acordo com novas interpretações, no decorrer de seu estudo e registro. Já o homem arcaico sentia que era seu dever rememorar fielmente os mitos, pois reatualizá-los significava repetir o que os deuses, heróis ou seus ancestrais fizeram, na origem dos tempos. Desse modo, os mitos ensinavam como perpetuar os gestos criadores dos entes sobrenaturais. Conhecer os mitos constituía, assim, o desvendar do mistério da origem das coisas (ELIADE, 2007).

Para Eliade (2007), a história narrada pelo mito diz respeito a um conhecimento de ordem esotérica, algo secreto e transmitido no decorrer de uma iniciação, carregado de uma aura de magia e religiosidade. O *homo*

religiosus (como o chama Eliade, 2007), entendia que era como era porque uma série de eventos esotéricos havia ocorrido na formação do mundo. Ao contar sobre esse processo de criação, os mitos explicavam ao homem como e porquê ele fora assim constituído. Para esse homem, sua existência real e autêntica iniciara quando ele recebera a comunicação dessa história primordial e aceitara suas consequências. Os seus ancestrais eram míticos, entes sobrenaturais. As cerimônias religiosas representavam festas rememorativas. Exemplificando e trazendo para a atualidade, assim ocorre nas missas católicas, nas quais os fiéis são lembrados do papel de Cristo que se sacrificou pela humanidade, e de que Deus fez o homem à sua imagem e semelhança. A igreja sempre foi um grande gestor mítico. Como coloca Jung (2000 [1954], p. 20),

(...) graças ao labor do espírito humano através dos séculos, tais imagens foram depositadas num sistema abrangente de pensamentos ordenados do mundo, e ao mesmo tempo (...) representadas por uma instituição poderosa e venerável que se expandiu, chamada Igreja.

A ligação com o mito não é exclusividade da religião. Campbell (2007) aponta que os mitos florescem a partir das mais diversas vertentes, sendo elementos de inspiração para a atividade humana. Religião, filosofia e arte são alguns dos campos da vida tocados pelo mito. Como não existe um ecossistema mitológico geral e efetivo, cada ser vai se apegar àquele ou àqueles mitos que mais lhe sirvam para reconfortar, ordenar e possibilitar que a vida siga viva, assim como o mito segue vivo. Campbell (2007, p. 21) vê como função primária dos ritos e da mitologia fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar, “(...) opondo-se àquelas outras fantasias humanas constantes que tendem a levá-lo para trás”.

Mas, afinal, o que de fato é a mitologia? Significa somente o estudo dos mitos e suas articulações e tensões? Campbell (2007) diz que a mitologia não é uma, mas um leque de possibilidades: esforço para explicar o mundo; produto de fantasia poética; repositório de instrumentos alegóricos, destinado a adaptar o indivíduo ao seu grupo; sonho coletivo, sintoma das estruturas arquetípicas; percepção metafísica; revelação de Deus a seus filhos, etc.

Se o mito revive no rito, a vida é repleta de ritos. Nesse processamento, está o indivíduo, uma mera fração distorcida da imagem total do homem. Esta fração tem sempre suas limitações que variam de acordo com o decorrer da vida (infância, juventude, fase adulta e anciã). Além disso, na ciranda da existência, o homem escolhe escopos de vida. Ele não pode ser tudo, mas pode ser algumas coisas. A totalidade do homem só existe no corpo social. Os ritos de passagem (nascimento, casamento, morte, etc) traduzem as ações em formas clássicas e impessoais. Nas cerimônias, cada um participa de acordo com sua posição e função. As gerações passam como células anônimas no corpo da vida. Os ritos ajudam a entender que o tempo não pára e ensinam uma lição de unicidade essencial entre indivíduo e grupo. Os grupos de indivíduos é que vão dar vida e força aos mitos, cada qual com sua função social na sociedade mítica (CAMPBELL, 2007).

Campbell (2007) indica que, no passado ancestral, a força social estava direcionada aos grupos, e não ao indivíduo. Todo o sentido residia nos grupos, grandes formas anônimas. Naquele tempo, não se via nenhum sentido no indivíduo, com sua capacidade específica de expressão. Para o autor, hoje, esse pensamento encontra-se invertido. Perdeu-se a noção de grupo. Não há sentido no grupo; não há sentido no mundo. O indivíduo é senhor do sentido.

Um dos mitos mais fortemente presentes no homem contemporâneo diz respeito ao artista musical. Através dele, os consumidores da indústria do espetáculo buscam um novo patamar de espiritualidade, um rito de celebração à vida e uma válvula de escape às pressões sociais. Portanto, se os mitos eram entes sobre-humanos, os novos mitos, que começam a ser gestados no início do século XX, encontram lugar nas estrelas espetaculares. É delas que vão nascer os mitos musicais contemporâneos. E para se compreender a origem desse fenômeno, vou recorrer à obra de Morin (1989), que aborda as estrelas do cinema, paradigma que vetoriza e dá suporte ao entendimento dos novos mitos musicais.

1.5 OS NOVOS MITOS NASCEM NAS ESTRELAS DO CINEMA

As estrelas do cinema têm uma relação direta com os mitos musicais contemporâneos, uma vez que a indústria de Hollywood forneceu elementos e esquemas estruturais que ainda hoje são aplicáveis na construção do sucesso comercial dos artistas da música. Por isso, referencio, a seguir, um estudo pioneiro realizado por Morin (1989), no qual ele se dedicou a sistematizar o funcionamento da mitificação dos astros cinematográficos. No decorrer do texto, farei algumas referências – quando pertinentes – ao campo musical para, no próximo subcapítulo, entrar definitivamente em sua explanação plena.

A primeira relação que proponho envolve o sol e suas implicações simbólicas. O sol, estrela colossal, sempre teve um papel importante na mitologia, principalmente na egípcia. O sol, que diariamente traz a luz, quando se vai, deixa os seres na escuridão, nas trevas. O sol aquece, irradia e ilumina. Por ser um astro luminoso, que dá vida à terra, é possível pensá-lo como a grande estrela, metáfora adequada para compreender porque os artistas de sucesso são chamados de *estrelas*, ou, em última instância, de sóis que banham o mundo com seu brilho. Rocha (2008, p. 28 – grifos ao autor) refere-se ao sol do seguinte modo: “Astro maior entre os corpos reais, astro *hollywoodiano* ocupando o papel destacado nos mitos. O sol *superstar* no duplo sentido”. Morin (1989) comenta que, embora as vedetes existissem no teatro, foi somente com o cinema que elas passaram a possuir um caráter mágico capaz de gerar uma grande idolatria por parte do público. Este processo começou a tomar forma no princípio do século XX, com estrelas de cinema se cristalizando na Europa e nos Estados Unidos.

Morin (1989) aponta alguns exemplos, como Mary Pickford (Figura 1), a primeira atriz a gerar um alto grau de projeção e identificação com o público. Ele cita, também, a italiana Francesca Bertini, e a misteriosa dinamarquesa, importada pelos Estados Unidos, Theda Bara, que introduziu o beijo na boca, no cinema. Como disse anteriormente, se o mito é um vampiro que se alimenta dos sentidos para buscar a imortalidade, Bara era a

vampira estelar encarnada, pois representava uma mulher fatal, misteriosa e poderosa que, através dos lábios, sugava a alma de seus amantes, nutrindo-se delas. Igualmente importante foi o papel do cineasta Cecil B. De Mille, que introduz, no cinema, o modelo de mulher bela, provocante e excitante, que fixou os cânones da *beleza-juventude* em Hollywood. Nessa beleza-juventude, pode-se identificar uma mistura milenar de culturas e aspirações humanas: a soma do desejo egípcio pela imortalidade, com a beleza física exaltada pelos gregos, além do sonho de ser eternamente bela e jovem. A este sistema de atrizes em ascensão, Morin (1989, p. 8) chamou de *star system*: “Em 1919, o conteúdo, a direção e a publicidade dos filmes gravitavam ao redor da estrela. O *star system* é, desde então, o coração da indústria cinematográfica”. Entre as décadas de 1920 e 1930, grandes arquétipos polarizaram as telas. O arquétipo consiste em uma imagem de referência que provoca identificação, reconhecida, sob certo sentido, de modo universal, e que apresenta traços de comportamento humano comuns presentes de forma muito semelhante em entes diferentes, em espaços geográficos muitas vezes extremamente distantes e culturalmente distintos. Assim, uma pessoa, na Europa, pode ter sentimentos e imagens mentais similares aos de habitante da Ásia.

Figura 1: Mary Pickford



Fonte:<https://pt.wikipedia.org/wiki/Mary_Pickford#/media/File:Mary_Pickford_cph.3c17995u.jpg>
Acesso em 15/01/2016

Voltando ao cinema dos primórdios do século XX, no plantel feminino, brilhavam arquétipos de virgens inocentes ou rebeldes, *vamps* sugadoras de homens e destruidoras da moral e o grande arquétipo da *femme fatale* (no português, *mulher fatal*). Esta mulher fatal é descrita por Randazzo (1996) como bela e misteriosa, dotada de um charme perturbador e hipnótico, geralmente causando resultados desastrosos. Sob a perspectiva da história judaico-cristã do mundo, Eva pode ser pensada como a primeira mulher fatal, aquela que seduziu Adão, pecou e, como consequência desastrosa, provocou a expulsão do casal do paraíso. Outro mito de importância histórica é evocado, tanto por Randazzo (1996), como por Morin (1989). Trata-se de Mata Hari, dançarina exótica que se tornou agente secreta alemã, na Primeira Guerra Mundial, e que foi fatal para os oficiais britânicos que caíram em seus braços e em seu feitiço amoroso, traindo sua pátria. Tudo isso leva a pensar que, independente da cultura, pode-se encontrar *Evas e Thédas* representadas e reproduzidas mundo afora, no passado, e ainda hoje em dia.

Além dessas tipologias femininas descritas, Morin (1989, p. 8) aponta outra variante: “Entre a virgem e a mulher fatal, surge a divina, tão misteriosa e soberana quanto a *femme fatale*, tão profundamente pura e destinada ao sofrimento quanto a jovem virgem”. A *divina* é aquela que sofre e faz sofrer.

Do lado masculino, o herói também figura nas telas. Conforme explica o autor (idem, p. 8), “ao redor dos heróis da justiça, da aventura, da ousadia, descendentes filmicos de Teseu, Hércules e Lancelote, cristalizam-se os grandes gêneros épicos”. Nesse ponto, pode-se perceber, pela fala de Morin (1989), como a própria mitologia grega carrega traços de arquétipos e propõe modelos comportamentais que serão, futuramente, reproduzidos nos filmes de Hollywood. Nesse contexto, além do herói de aventura, surge o herói do amor, jovem, aparentemente fatal, com traços efeminados, mas olhar ardente. Seu grande ícone é o astro Rodolfo Valentino.

Entre os séculos XX e XXI, o erotismo desempenhou um papel cada vez mais protagonista nas produções cinematográficas. O imaginário mítico desse tempo tocou, de forma galopante, na sexualidade humana. Homens e mulheres fatais, sexualmente fatais, povoaram as mentes e as salas de projeção.

Se os mitos ancestrais eram os entes sobre-humanos construídos pela tradição, proclamados pela cultura oral e celebrados pelos ritos repetidos em ciclos, as tecnologias audiovisuais e a indústria do entretenimento serão os alicerces e catalisadores dos ídolos do cinema. As estrelas do cinema apresentam-se excêntricas, voluptuosas e sublimes, vivendo em mansões e usufruindo de um estilo de vida reservado a poucos iniciados, muito distante da maioria do público plebeu e mortal. Seus amores são inflamados, suas vidas ousadas, sua pele reluzente e sua aura brilhante. Elas vivem isoladas em seus mundos mágicos, longe do cotidiano ordinário. São heróis e heroínas com poderes especiais. Podem fazer coisas que os seres humanos comuns não podem, e até o ato mais comum e banal assume um caráter mágico. O mito artístico é um constructo que transmuta o irreal em real, e a estrela vive em fermentação no herói e na heroína.

É nesse cenário que a idolatria desenfreada começa a florescer, para nunca mais desaparecer. A morte de Rodolfo Valentino, em 1926, representa um marco importante. Como aponta Morin (1989, p. 9), “duas mulheres se suicidam diante da clínica onde Valentino acaba de expirar. Seus funerais transcorrem em meio à histeria coletiva. Seu túmulo jamais deixará de ter flores”. Essa comoção gerada pela morte de uma estrela vai ser reproduzida em diversos momentos subsequentes da história, com fãs fazendo vigílias e orações, adornando os túmulos de seus astros constantemente, transformando suas tumbas em local santo de peregrinação. Visitar o ente sobre-humano artístico sepultado é um rito que deixa o peregrino com a sensação de ser banhado pela atmosfera iluminada da estrela, vida onde existe morte, luz onde existe escuridão. Cada novo fã se converte em ponto catalisador de ressurreição do ídolo abatido pela morte terrena. Afinal, a luz da verdadeira estrela nunca deixa de brilhar e iluminar. O sol se põe mas nasce em cada novo fã, em cada nova reverência e lembrança. Em diversos casos, a morte do ídolo catalisa seu poder de sedução e aumenta a aura de mistério que o circunda. A morte terrena do ídolo reafirma a vida simbólica. O que ainda poderá ser descoberto sobre ele? O que ainda teria produzido de inédito? Sentiu dor na partida? Deixou alguma mensagem cifrada para os fãs? Quem preencherá o seu espaço de um ídolo simbólico? Essas são apenas algumas das especulações que a morte pode provocar.

A idolatria pode ganhar contornos patológicos. A literatura médica descreve esses casos. Um deles é chamado de Síndrome de Clérambault. Como relatam Sampaio et. al. (2007), a Síndrome de Clérambault, uma variação de outra síndrome, conhecida por Erotomania, é descrita como uma convicção delirante, apresentada, geralmente, por uma mulher, que acredita que um homem, mais velho e de posição social mais elevada, o ama. O delirante persegue o objeto de amor e, por isso, eventualmente, envolve-se em retaliações e ameaças em resposta às repetidas rejeições. O nome da síndrome se popularizou após o psiquiatra francês Gaëtan Clérambault publicar um artigo, em 1921, descrevendo esse tipo de comportamento, sendo ela uma variante de sua antecessora, a Erotomania. Uma das características percebidas é a de que o doente tende a insistir que o objeto

de amor é quem se apaixona primeiro, e é ele quem faz as primeiras investidas amorosas, ou seja, é ele quem declara o interesse inicial. Gramary (2008) diz que o gatilho para essa falsa percepção pode se dar, simplesmente, em um contato breve e ocasional do doente com o objeto amado. O indivíduo costuma descrever, detalhadamente, as evidências do amor correspondido, através de mensagens por meio de olhares, comunicação verbal ou não-verbal, exercidos intencionalmente pelo objeto. A Erotomania – que consiste em um amor excessivo por um objeto real ou imaginário – costuma persistir, apesar dos esforços por parte do objeto amado em negar tal interesse. Essa negação pode ser interpretada paradoxalmente, pelo paciente, como disfarce da declaração de amor. Rios (2013, p. 461) comenta que, na Erotomania,

a contribuição passional oferecida ao objeto de seu amor tem a característica de ser inversamente proporcional à importância da contribuição imaginativa, ou seja, ama-se muito mais em pensamentos, fantasias e demandas, que na oferta, conquista e manutenção do amor. De alguma forma, esses pacientes esquecem de si mesmos, ficam inquietos, sonhadores, coléricos. Imaginam que são olhados e que são amados.

É frequente que o erotômano comece a viver em função do objeto amado, tornando-se um perseguidor frenético. Gramary (2008, p. 55) descreve um dos casos citados por Clérambault que ilustra esse paradigma comportamental:

Uma francesa de 53 anos estava convencida de que o rei Jorge V estava apaixonado por ela. Moveu-lhe uma perseguição insistente a partir de 1918, tendo-se deslocado por diversas vezes à Inglaterra. Costumava esperar por ele em frente ao Palácio de Buckingham. Certa vez, viu uma cortina se mexer em uma das janelas do palácio e interpretou esse fato como um sinal do rei. Afirmava que todos os habitantes de Londres sabiam que ele a amava, mas alegava que a tinha impedido de conseguir arranjar alojamento em Londres, que a tinha feito perder as reservas que tinha feito nos hotéis, e ainda, que era responsável pelo desaparecimento de toda a sua bagagem, incluindo dinheiro e alguns retratos dele. “O rei pode odiar-me, mas nunca poderá esquecer-me. Nunca poderei ser-lhe indiferente, nem ele a mim. Faz-me sofrer em vão. Fui atraída por ele desde as profundezas do meu coração”.

O relato demonstra outro pensamento delirante, segundo o qual existe uma crença, por parte do doente, de que o objeto amado não pode ser feliz sem ele. Trazendo para o presente, pode-se pensar nessa patologia no que diz respeito a certas identificações projetivas, nas quais os espectadores se projetam nas mensagens que são apresentadas pelos produtos culturais como filmes, músicas ou livros, e em função da doença, têm uma percepção distorcida, como se aquele conteúdo fosse dirigido exclusivamente para si, resultado de um amor nutrido do artista por si.

De volta ao cinema, como aponte, a tecnologia desempenha um papel protagonista no encantamento estelar. Embora recebido com desconfiança, o cinema sonoro (que, como se sabe, começou mudo) deixou a construção mítica ainda mais real. A força da trilha musical, dos ruídos e das falas, sublinhavam a narrativa, conferindo força e dramaticidade às cenas. Imagem e som em movimento serão, como explanarei adiante, um passo decisivo para o videoclipe como veículo estelar. Em meio a projeções e identificações recheadas com som e imagem, imaginário e real se aproximam ainda mais, alimentando-se mutuamente. O astro se transmuta em herói poderoso que cria um laço de afetividade próximo e pessoal, de forma tão intensa com o espectador, que este passa a viver um estado de paixão constante e possessiva, temendo, inclusive, pela vida do mito idolatrado. Assim como o mito ancestral, o novo mito, o mito das estrelas, influencia os comportamentos, agencia os interesses e serve de modelo e inspiração para a vida. É um mito vivo e em movimento. Se da morte não se pode escapar, o cinema cria um artifício que a sublima: o final feliz (em inglês, *happy end*). Nesta forma tradicional, verdadeira utopia repleta de fantasia, repetida à exaustão até os dias de hoje, tudo acaba bem: a dor e sofrimento ficam para trás; os maus são punidos; a justiça é feita; e os bons sempre triunfam e prosperam. Como reforça Morin (1989, p. 11 – grifo do autor), “o *happy end* substitui o fim trágico. A morte e a fatalidade recuam diante de um otimismo providencial”. Além disso, mesmo que o ídolo esteja morto, através do cinema, cada nova exibição do filme é, de certo modo, uma ressurreição.

Passadas algumas décadas, e após ligeira queda (como se comporta qualquer ciclo de vida humano ou industrial), o *star system* se reequilibrou. A erotização, em especial a feminina, manteve acesa a chama da indústria. Nesse quadro, figuraram nomes como Audrey Hepburn, Leslie Caron, Françoise Arnoul, Marina Vlady e Brigitte Bardot. Para Morin (1989), o último estágio marcante, a última realização grandiosa do sistema estelar se deu mediante o florescer e a morte de Marilyn Monroe. Como ele (idem, p. 18 – grifos do autor) aponta,

(...) Monroe, *vamp* molhada em **Tormenta de paixões**, nua sob o vestido vermelho, sexo devorador, rosto desinibido, é quase um símbolo do novo relançamento do *star system*.

O referido filme é de 1953, e a imagem descrita por Morin (1989) pode ser percebida no cartaz promocional da trama, apresentado na Figura 2. As declarações públicas de Monroe buscavam confirmar sua intensidade: “Não me alimento de quases, não me contento com a metade! Nunca serei sua meio amiga ou seu meio amor. É tudo ou nada”².

² Trecho reproduzido por Zero Hora, 05/08/2016, p. 40.

Figura 2: Cartaz promocional de **Tormenta de Paixões** (no original, **Niagara**)



Fonte: < https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/1/12/P%C3%B4ster_de_Niagara.jpg >
Acesso em 16/01/2016

Morin aponta um declínio de frequência de público do cinema entre as décadas de 1950 e 1960. É relevante mencionar que, nesse período, a televisão ganhava espaço na vida da sociedade, tirando do cinema a soberania e a exclusividade da imagem em movimento, uma vez que a televisão entrava na intimidade da casa de cada um, instalando-se em sua sala. Se, na década de 1930, à estrela não era permitido engravidar, casar com pessoas comuns ou morar no campo, devendo viver somente na companhia de outros seres estelares, na década de 1960 o lado ordinário das estrelas começava a ser exposto. Nesse novo momento, a estrela poderia ser mãe, cozinheira ou moradora do interior. Em suma, iria, agora, expor traços totalmente mortais. Esse comportamento implicava, também, em estar mais próximo e disponível ao público. A consequência foi o florescimento de fã-clubes e revistas de fofocas de celebridades. Começava uma produção em

massa de materiais fetichistas que serviam para alimentar os famintos fãs. Como explica Morin (1989, p. 20),

(...) assim como determinados deuses do panteão da Antiguidade se metamorfoseavam em deuses-heróis da salvação, as estrelas-deusas humanizam-se, tornam-se novos mediadores entre o mundo maravilhoso dos sonhos e a vida quotidiana.

Se o homem primitivo respeitava os deuses, sem nunca almejar ser um deles ou ter sua vida, na sociedade dos novos mitos o homem deseja viver segundo a imagem espetacular dos deuses espetaculares. Historicamente, os primeiros a ousarem se igualar ao patamar de um deus foram os reis. Isso explica porquê, frequentemente, alguns astros são chamados de *reis* e *rainhas* do teatro, do rádio, do cinema, da música, etc. Esse endeusamento das estrelas provoca um fenômeno de mão dupla que se retroalimenta. Segundo Morin (1989, p. 24), “o representante e o representado se determinam mutuamente. A estrela é mais que um ator encarnando personagens; ela se encarna neles e eles se encarnam nelas”. A estrela é tão espetacular quanto o personagem que interpreta, e o personagem que interpreta é tão espetacular quanto a estrela. Terminado um filme, nasce um híbrido entre ator e personagem. Enquanto o filme for exibido, o personagem seguirá existindo. Enquanto o ator for celebrado, sua vida artística sobreviverá. Trata-se de uma vida perpetuada pela imagem, pela imagem em exposição e movimento. A estrela é a soma dessas duas partes, personagem e ator existindo após o filme, exaltados através da imagem.

Como comentei, igualmente importante é a figura do herói. Todo o mito artístico tem um lado heroico, de enfrentamento do *status quo*. Mas viver a vida das estrelas, com toda a dor e a delícia que possa oferecer, converte-se em uma aventura para poucos. Os heróis dos filmes são heróis no sentido divinizador das mitologias. *Ser estrela* implica em absorver parte da essência heroica dos personagens representados. Quando falo em *mito da estrela*, refiro-me ao processo de divinização a que ela é submetida, o que faz de si ídolo das multidões. Ser ídolo diz respeito a ser amado, com fervor e paixão.

Portanto, o amor e a paixão são construtores míticos. As estrelas são feitas para serem amadas e cultuadas. A beleza dos astros alimenta os personagens e os personagens alimentam a beleza dos astros. Esses dois suportes míticos, herói imaginário e beleza, interpenetram-se e se conjugam. Se, no teatro, a beleza não é requisito fundamental, no *star system* ela é essencial. No *star system*, uma série de universos paralelos, como a moda, os cosméticos e as cirurgias, tornam-se ferramentas para forjar ou lapidar a beleza. Essa beleza física é buscada para estampar a beleza da alma. Se o interior da estrela é divino, essa divindade deve ser espelhada no exterior. Assim, o corpo ideal da estrela revela uma alma ideal (MORIN, 1989). Ainda que, como afirma o dito popular, “beleza não põe mesa”, ou seja, ser belo fisicamente não signifique ser belo espiritualmente, a indústria do cinema e do entretenimento seguem vendendo essa falsa relação de causa-consequência.

1.6 A ESTRELA E O SEU DUPLO

O universo das estrelas seduz, não somente ao público consumidor do mito da estrela, mas também àqueles que sonham em ser estrela. Entretanto, só uma proporção extremamente pequena consegue penetrar no mundo das celebridades. Entre milhões de aspirantes, apenas alguns serão eleitos. Morin (1989, p. 34) comenta que ser estrela é “(...) o impossível possível, o possível impossível”. Em muitos casos, como acontecia no passado, a estrela acaba se tornando refém de sua condição. Isso significa representar nas telas e na vida. Quando assume o personagem em um filme, a estrela encarna uma vida privada. Ao voltar ao mundo real, deve encarnar uma vida de estrela. Como sistematiza Morin (1989, p. 39), “através de todos os papéis que desempenha nos filmes, a estrela representa o seu próprio papel; através de seu próprio papel, desempenha todos os papéis que faz no cinema”. O autor (*idem*, p. 39) ainda sentencia: “A vida privada de uma estrela deve ser pública”. Isto ocorre porque tudo é espetacularizado para ser consumido. O inventário de uma estrela engloba seus trabalhos e seus feitos pessoais, suas propriedades (constituintes e materiais) e seus gestos, seu corpo e sua alma. O consumidor do mito estelar é um *voyeur* com apetite

voraz: observa a estrela em atuação e nas ações cotidianas. Tudo o que a estrela faz e diz deve ser espiado, comentado e noticiado. Isso inclui seus gostos pessoais, seu modo de vida e sua opinião, sobre tudo e sobre todos. De modo total, a vida é um palco permanente para a estrela. Ela vive o seu duplo: ora estrela, ora personagem. A estrela, uma prisioneira da glória. E paga caro por isso. Como resultado, tem-se muitas vezes estrelas abusando das drogas ou até cometendo suicídio, esmagadas pelo peso imposto a um mortal elevado à condição de um deus.

Ser *personagem* ou *persona* configura um *duplo*. Morin (1989) afirma que o duplo está na origem de Deus. Como ele diz (1989, p. 46), “os deuses se desembaraçam do comum dos mortais para se tornar grandes imortais”. Os seres humanos também são formados por jogos de luz e sombra. Ora facetas são reveladas, ora ocultadas. Para Jung (1993 [1974]), as sombras fazem parte da personalidade humana. As sombras escondem mistérios. Todo forte tem seu ponto fraco, todo fraco tem seu lado forte. Essa realidade humana não é apenas uma aparência, mas um retrato fiel da eterna natureza que une, sem distinção, os altos e baixos comuns a todos os homens. No *duplo*, é possível ser um *personagem*, isto é, aquele que evolui historicamente, único (e não vários ao mesmo tempo), ou *persona* (vários ao mesmo tempo). A *persona* é como a máscara do ator. É um estado volátil, um fragmento de tempo no qual deixa-se de ser A e passa-se a ser B. Como se, ao assumir-se B, se vestisse uma máscara e, no instante seguinte, se pudesse ser C, D, E e etc, ou voltar a ser A. A *persona* é um corpo que se desnuda rapidamente para, adiante, colocar uma nova máscara. De acordo com Jung (p. 2000, 128), “(...) poderíamos até dizer que a *persona* é o que não se é realmente, mas sim aquilo que os outros e a própria pessoa acham que se é”. Um professor, por exemplo, pode representar a *persona professor* perante seus alunos, e, quando retorna a casa, ser a *persona esposo*, trocando novamente de papel de acordo com o local em que se encontra.

Mesmo as pessoas comuns possuem o seu duplo. Em grande parte, a vida é um jogo de representações. Nem tudo é revelado. Parte do todo é velada. Porém, as pessoas comuns atuam para um mundo infinitamente

menor do que o mundo das estrelas: seu palco é sua casa, seu local de trabalho, seu círculo de amizades. O palco da estrela glorificada e vitoriosa envolve uma imensidão de espectadores. E a estrela precisa estar à altura de seu duplo: ser um modelo de perfeição em um corpo e alma humanos, imperfeitos por natureza. Desse modo, a mitologia da tela se estende para além da tela, uma relação dialética de negociação de personalidades e *personas*. Dostoiévski (2013 [1846]) aborda a questão em “O duplo”. Como aponta Bezerra (2013, p. 238), “Dostoiévski responde que a duplicidade é o traço mais comum das pessoas (...) não inteiramente comuns. Um traço que, em linhas gerais, é inerente à natureza humana (...)”.

Dostoiévski retrata um encontro perturbador e dinâmico de um homem com seu duplo. A leitura revela um texto que apresenta a existência do duplo propositalmente surreal e aterrorizante. A reflexão chama a atenção para a questão de que o homem é sempre um conjugado, *ele (internamente) e ele (externamente)*, sua imagem interna total (da qual às vezes é privado, pois conhecer-se é um processo lento e complexo) e sua imagem exposta, editada (aquele filete de luz que permite que emane para fora de si). O homem é, simultaneamente, o seu eu e um outro eu. Nem sempre a visão que os outros têm sobre o eu representa o eu consciente e integral, pois muitas vezes ele é ocultado. O inverso também é válido, ou seja, conhece-se apenas um eu daqueles que o rodeiam, o duplo eu dos outros fica na penumbra. O duplo de Dostoiévski mostra um ser que é projetor e tela de si mesmo. Ao defrontar-se consigo, com seu duplo, começa a pensar sobre quanto pesa o seu eu. O personagem principal da novela, chamado Sr. Golyádkin tenta negar que o homem seja ele, um outro-ele, e que a vida seja uma arte de representação: “Só ponho máscara quando vou a um baile de máscaras, e não uso diariamente diante das pessoas” (DOSTOIÉVSKI, 2013, p. 25). Aparece, aqui, uma preocupação moral com essa possível (e real) dualidade, a representação ou seleção do que deve ser exposto, como falta de caráter.

Retornarei à questão das máscaras adiante, pois elas têm papel significativo nos objetos de estudo da minha tese. De volta ao autor (idem),

em determinado ponto do relato, o duplo é apresentado como falta de caráter: “(...) as pessoas de bem vivem sem farsa e nunca aparecem duplicadas (...)” (DOSTOIÉVSKI, 2013, p. 145). Em outra passagem, revelar-se pode ser entendido como o retirar das máscaras: “(...) quando tudo vier à tona e caírem as máscaras de algumas pessoas, e alguma coisa se revelar (...)” (idem, 2013, p. 27). Essa representação social não diz respeito apenas a falas, máscaras ou atitudes. Como mostra o autor (idem, p. 57), através das palavras do Sr. Golyádkin, até o figurino serve para ocultar certas verdades:

(...) Fixou o olhar nos punhos das mangas de seu uniforme, depois ergueu a vista e fixou-a num senhor de aspecto bastante respeitável. “Este senhor está de peruca – pensou o senhor Golyádkin –, e se tirar essa peruca aparecerá de cabeça pelada, tal qual a palma da minha mão”. Feita tão importante descoberta, o senhor Golyádkin lembrou-se também dos emires árabes, de quem, caso tiremos o turbante verde que usam como sinal de parentesco com o profeta Maomé, também restará a cabeça pelada (...).

Claro que o figurino exposto nesse recorte é uma metáfora sobre verdades ocultas, mas não deixa de evidenciar como, a partir dele, pode-se construir uma leitura guiada sobre si para os outros. O figurino também desempenha um papel na construção simbólica do homem. Outra reflexão que surge é a seguinte: para o outro, eu também sou outro. A novela de Dostoiévski é emblemática, pois foi escrita no século XIX, e já naquele tempo colocava em discussão as representações sociais e as contradições mentais provenientes dessas condutas que seriam caras para a psiquiatria e o estudo do comportamento humano, nos séculos XX e XXI. O autor refere-se constantemente ao personagem principal chamando-o de “nosso herói”, prova de que considera esse encontro com o eu e seu duplo, um ato de bravura e enfrentamento. Conhecer a si em suas múltiplas facetas pode ser tão complexo e angustiante que justifica a narrativa construída de forma eficaz, em tom sombrio, conduzida pelo autor para mostrar, durante toda a trama, um personagem correndo atrás de si ao mesmo tempo em que foge constantemente desse encontro consigo mesmo. Esse fato se evidencia no trecho recortado a seguir:

Todos os pressentimentos do senhor Golyádkin se realizaram de forma plena. Tudo o que ele temera e previra agora se concretizava. Ele perdeu o fôlego, ficou tonto. O desconhecido estava sentado à sua frente, também de capote e chapéu, em sua própria cama, com um leve sorriso nos lábios e, apertando um pouco os olhos, fazia-lhe um amistoso aceno com a cabeça. O senhor Golyádkin quis gritar, mas não pôde, quis protestar de algum modo, mas não teve forças. Ficou de cabelos arrepiados e sentou-se, desfalecido de pavor. Aliás, havia razão para isso. O senhor Golyádkin reconhecera por completo seu amigo noturno. O amigo noturno não era senão ele mesmo – o próprio senhor Golyádkin, outro senhor Golyádkin, mas absolutamente igual a ele –, era, em suma, aquilo que se chama o seu duplo, em todos os sentidos (...) (DOSTOIÉVSKI, 2013, p. 74).

Assim como antes expus um questionamento sobre a verdade do mito, a narrativa de Dostoiévski também levanta esse ponto, colocando em xeque o real e seu duplo, no que diz respeito a quem seria o verdadeiro Sr. Golyádkin. Trazendo a discussão novamente ao campo do *star system*, como apontou Morin (1989), muitas vezes a estrela acaba por matar ou ocultar o seu eu, deixando visível apenas o seu duplo. Esse original é o lado mortal da estrela, o humano frágil e perecível que a sustenta. Dostoiévski cria um ponto crucial de tensão ao mostrar um duplo melhor que o original, que acaba por esmagar e tomar para si o papel principal. O duplo é visto como um desafeto, inimigo perigoso do original. Pode-se pensar essa relação como um convite à reflexão sobre quando, muitas vezes, o homem se auto-boicota e se inferioriza perante suas próprias forças, que desconhece, ou acredita não existir. Afinal de contas, em todo duplo existe uma parcela significativa de seu original. Como exemplo, no trecho que segue, o autor apresenta o personagem deslocando a responsabilidade por seu fracasso, atribuindo-a ao seu duplo: “E seu ato pérfido e a calúnia contra outra pessoa, acusação que fez a outra pessoa por falhas que o senhor mesmo cometeu? Hein? Como se chama isso?” (DOSTOIÉVSKI, 2013, p. 175).

Para pensar a fusão entre estrela e personagem, utilizo o duplo de Dostoiévski (2013, p. 86): “(...) Sabe que às vezes aparecem gêmeos (...) iguaizinhos como duas gotas d’água, de sorte que é impossível distingui-los? Pois bem, é disso que estou falando”. O duplo de Dostoiévski é mais bem sucedido que seu original, mais carismático e sedutor. Trata-se de uma

projeção. As estrelas são o duplo dos homens por detrás delas. Elas mesmas gostariam de ser tão adoráveis quanto os personagens que representam. Como na novela de Dostoiévski, correm atrás de seu duplo, nunca o alcançando, só o tangenciando. E, se, no início da história, o lado moral procura negar as máscaras, no decorrer dos fatos, aceita que elas existam: “(...) as pessoas que usam máscaras deixaram de ser raras, e (...) hoje em dia é difícil reconhecer uma pessoa mascarada (...)” (DOSTOIÉVSKI, 2013, p. 114). Assim como a estrela, o duplo de Dostoiévski é ousado, e ser ousado significa, muitas vezes, ser inadequado. Essa inadequação figura em diversos pontos da narrativa. Como ele diz, em determinado momento, “o duplo, conforme seus hábitos torpes, o empurrava pelas costas” (DOSTOIÉVSKI, 2013, p. 232). No caso estelar, o ator empurra o personagem, assim como o personagem empurra o ator. E nesse empurra-empurra, a vida segue acelerando. O duplo provoca, ainda, um deslocamento das virtudes e das fraquezas. Como equaciona Bezerra (2013, p. 240),

(...) a duplicidade é aquele estado de uma consciência na qual se alojam, convivem e dialogam coisas às vezes até diametralmente opostas ou antagônicas, pondo a consciência do protagonista no movimento pendular entre aceitação e/ou recusa à consciência e ao julgamento do outro, numa atitude às vezes desesperada para afirmar sua própria consciência.

Seguindo a dicotomia estrela *versus* ser de carne e osso, o parágrafo a seguir citado, enfatizado por Morin (1989, p. 40), explicita o que mais tarde será o molde de conduta controlada, adotada pelos promotores de artistas musicais, para manter o mito vivo, conforme abordarei, adiante. Por ora, fico com a citação:

No estágio hollywoodiano, o *star system* determina a organização sistemática da vida privada-pública das estrelas. Buster Keaton estava condenado por contrato a nunca rir. Os contratos, igualmente, forçam a ingênua a levar uma vida casta, pelo menos na aparência, na companhia de sua mãe. A *glamour girl*, inversamente, deve mostrar-se nos clubes noturnos de braço dado com cavalheiros escolhidos pelos produtores. São os empresários que marcam os encontros íntimos e românticos, iluminados pelo luar e pelos *flashes* fotográficos.

É a indústria do entretenimento que constrói o duplo do artista e é esse duplo que será objeto de culto, lucro e adoração. O trecho evidencia uma direção cênica da vida. A vida tratada como um filme, uma representação social que tem por objetivo manter e permanentemente construir a estrutura mítico-espetacular. Assim, a estrela se comporta de acordo com o que dela é esperado, assumindo seu arquétipo e papel definidos *a priori*, dando ao público o que ele quer ver. Voltando a Monroe, ao retratar uma faceta de sua vida, Curtis (2011) demonstra essa prisão que o duplo pode representar, quando a atriz, que interpreta Monroe, afirma: “Só o que as pessoas veem é Marilyn Monroe”, ou seja, o duplo passa a eclipsar e a se sobrepor ao ser humano, isto é, o personagem toma para si a vida da estrela. Se os empresários artísticos assumem o papel de diretores de cena, o público passa a desempenhar o olho da câmera que capta cada detalhe das cenas vividas. Longe dos olhos do público, trancadas em quartos de hotéis ou em suas mansões, as estrelas podem, pelo menos por alguns instantes, voltar ao seu estado mundano e mortal, no reencontro entre o duplo e o seu original. Mas sob o olhar do público, essas funções comuns da plebe devem ser camufladas e maquiadas. Nas palavras de Morin (1989, p. 40), “a estrela pertence toda ao seu público. Servidão gloriosa que entenece o público que a requer. Como os reis e os deuses, a estrela pertence mais aos admiradores do que estes a ela”. Traduzindo, se a estrela tem um rosto iluminado, claro e inconfundível, o público é um todo difuso, sem rosto, uma massa disforme, densa e quente, que invade a estrela, exigindo-a com tal intensidade que acaba por cegá-la. O público torna-se o buraco negro da estrela. Uma multidão de *flashes* sem rosto, tirando um pedaço da estrela para si, público e indústria espetacular agindo como os holofotes amortecedores dessa divinização.

Festivais anuais, como o de Cannes³, servem para que as estrelas provem que existem além da tela, que existem em carne e osso. Mas não só isso: devem estar tão radiantes quanto nas telas. Essa precisão não pode correr riscos. Rugas, espinhas, imperfeições e traços mortais jamais devem

³ Tradicional premiação internacional do cinema mundial, que teve sua primeira edição em 1946 e ocorre até os dias de hoje, na França.

ser expostos. É nesse contato mais direto, da estrela com seu público, que o mito se vê posto à prova. Nesse momento, trava-se um confronto entre mito e realidade, aparência e essência. Ser real é fazer com que a aparência reflita a essência, o conceito, a fala do mito. Como disse antes, o mito se engrandece pelo seu poder de culto, de uso. Nesse duelo entre público e estrela, o mito precisa continuar sobre-humano, ou correrá o risco de começar a ser desvendado. Nesse jogo de aparências, as estrelas amam-se, divinizam-se, autoproclamam-se mitos, não apenas para chamar a atenção para si, mas para igualarem-se ao seu duplo, sustentando a sobrevivência passageira desse duplo, reanimando a fé em si mesmas.

1.7 OBJETOS DE FÉ MÍTICA E RELAÇÕES COM AS ESTRELAS

É possível estabelecer uma analogia entre a religião e a indústria do entretenimento. Ambas são pautadas por figuras-chave, emblemas e símbolos que representam o divino, a superação e o caminho da felicidade. São, do mesmo modo, passíveis de culto, ritualização e adoração. Assim como um terço bento, uma fotografia autografada (no passado) ou uma *selfie* com o ídolo (no presente), são relíquias consagradas à devoção. Se a igreja produz, fomenta e comercializa materiais religiosos destinados à exaltação da fé, igualmente a indústria do entretenimento alimenta o fã das estrelas produzindo toda a sorte de *souvenirs* que possam servir como rosários de adoração. Se, no coração do *star system*, em meados do século XX, o contato com o fã se dava por meio de cartas e fotos autografadas, no século XXI essa ligação vai ser substituída por interações em redes digitais conectadas e pelo *selfie* com o ídolo, substituto atual do velho autógrafo analógico. A *selfie* é, em última instância, um autógrafo digital e prova testemunhal da presença e existência do ídolo perante o fã, e vice-versa.

Toda a informação que chega, seja por meio da mídia, seja pelas conexões digitais em rede, traz uma novidade, um segredo, um algo a mais que permite ao fã apropriar-se de uma parcela da intimidade da estrela. Uma entrevista com a estrela é como uma revelação cosmogônica para quem a idolatra. O culto à estrela transforma-se em fetichismo. Todo e qualquer

pedaço da estrela, ou objetos tocados por ela, santificam-se. O toque de Midas da estrela converte um simples guardanapo sujo em uma relíquia de ouro, brilhante como ela, e como tudo o que a cerca. É o amor, desejando fixar-se em um pedaço, num símbolo do ser amado, que substitui a sua presença real. Um trapo de roupa rasgado, um autógrafo, uma foto, são resultantes de um amor macro, condensado em um micro fragmento encantado. O culto fetichista necessita e se nutre de toda a sorte de informações sobre o ídolo: O que gosta de comer? Quais são suas medidas? Que locais já visitou? Aonde estudou? Qual sua cor preferida? Que perfume usa? Essas informações auxiliam a concretizar o real na ausência do próprio real. São signos que representam o ídolo em sua ausência. Repetindo os feitos míticos, glorifica-se a vida. Portanto, utilizar a mesma cor que o ídolo, por exemplo, representa estar próximo dele, partilhar o seu gosto, uma preferência agendada e, sem dúvida, de escolha quase inquestionável. Afinal, pode questionar-se o gosto de um deus?

Em 1939, esse traço de colecionismo fetichista já era efetivamente percebido e documentado. Morin (1989) cita exemplos extremamente variados de pedidos feitos pelos fãs por elementos *ready made* prontos para se converterem em objetos de culto: sabonete usado; trapo de roupa; pedaço de cabelo; saleiro ou pimenteiro; colher; grampo de cabelo; meias; caixa de fósforo; grama do jardim da casa da estrela, etc.

Se hoje, sob certo aspecto, a relação entre fãs e ídolos é um pouco mais horizontalizada (haja visto o sucesso de coletivos nos quais a própria estrela organiza uma corrente de financiamento para seus projetos e o fã assume um papel mais ativo), tradicionalmente a relação entre ídolo e estrela era estritamente vertical. Morin (1989) chama essa interação de *relação verme-estrela*. Como em toda a relação de amor, assim como o fã ama a estrela, deseja ser amado por ela, porém não em pé de igualdade: ele estará sempre muito aquém do objeto de adoração. Ele é um verme rastejante, humilde. Se a estrela é uma deusa, ele jamais pode querer se igualar a ela, mesmo que siga seus passos e que ela lhe sirva como modelo de conduta. Morin (1989, p. 52) compara essa relação a um amor religioso: “É esta

desigualdade que caracteriza o amor religioso, essa adoração não-recíproca, embora eventualmente recompensada”.

Mas a devoção não deve ser vista como alienação. Isso, porque, ao idolatrar, na verdade, o fã estabelece uma relação de identificação projetiva com o ídolo. Essa relação consiste em se identificar com a fala que o mito produz. Trata-se de uma identificação psíquica entre o espectador e a projeção da mensagem mítica, tanto no cinema, como na música. O espectador vive, em nível psíquico, a vida intensa dos heróis míticos, isto é, identifica-se com eles, sofre, chora, ri e se emociona com eles. Para Morin (1989), essa identificação pode seguir dois caminhos. O primeiro deles diz respeito a uma identificação de projeção por parceiros do sexo oposto⁴. O segundo caminho engloba uma identificação dirigida a um *alter ego*, uma estrela do mesmo sexo e da mesma idade. O fã encara a estrela como um *outro eu*, uma espécie de duplo, um cúmplice e amigo distante que o apoia através de seus atos heroicos que servem de inspiração, carinho e consolo. Aqui, o duplo habita dois corpos distintos, o da estrela e o do fã.

Nesse ponto da discussão, surge uma dúvida: por que, afinal, as pessoas amam os ídolos? Morin (1989) propõe uma explicação convincente, embora ela não deva ser encarada como totalizante, uma vez que as relações atuais entre ídolos e fãs estão mais variadas e elásticas. Ele afirma que o espectador se sente minúsculo e só. Então, ele vê a estrela soberana e majestosa. Ocorre uma sintonia, uma identificação simbólico-projetiva: ele se torna um adorador daquilo que a estrela representa, daquilo que ele gostaria de ser. É comum que o adorador mimetize o ídolo: usa a roupa que ele usa; torna a bebida preferida do ídolo, a sua; ouve as mesmas músicas que ele; lê os mesmos livros; imita seus tiques e trejeitos; e assim, sucessivamente. A estrela nasce para iluminar a vida ordinária, conferir-lhe lógica, amplificando a existência através dos sentidos, colorindo o mundo opaco, realçando seu viço

⁴ Atualmente, haja visto as discussões contemporâneas sobre a questão de gênero e liberdade de orientação sexual, pode-se atualizar essa visão para uma relação de identificação sexual/amorosa independente de sexo.

e sua tessitura, compensando-a de sua miserabilidade. Como lembra Morin (1989, p. 67),

o homem sempre projetou em imagens seus desejos e temores. E projetou sempre na sua própria imagem – em seu duplo – a necessidade de superar a si mesmo na vida e na morte. Este duplo é detentor de poderes mágicos latentes; qualquer duplo é um deus virtual.

A estrela serve como tela de projeção: ela encarna e fixa o ser mitológico em um ser palpável, de carne e osso, um deus vivo, ou, conforme o conceito apresentado anteriormente por Eliade (2007), converte-se no mito vivo. Fazendo uma analogia com a frase sagrada propagada pela Igreja Católica (presente no Novo Testamento), quando um fiél diz a Jesus: “Não sou digno que entreis em minha morada, mas dizei uma só palavra e serei salvo”, qualquer gesto de carinho, por mais distante que seja, pode ser pensado como “não sou digno de entrar em teu mundo estelar, mas fiz um gesto astral e serei salvo”. E essa salvação é um banho de luz e calor.

1.8 A ESTRELA É UM SOL BRILHANTE E QUENTE

A estrela pode ser pensada como um sol. Se a estrela é o sol, o fã da estrela apresenta um comportamento semelhante ao girassol: está sempre olhando na sua direção. Segue seus passos aonde quer que ela vá, segue a sua iluminação. As estrelas do cinema e da música são como um conjunto de sóis. Seria esse sol imortal? Pode este ecossistema estelar, este reinado, ser ameaçado? Morin (1989) afirma que sim, e eu concordo com ele. A religião da mídia está sujeita a agentes desagregadores. O fã envelhece, apaixona-se por alguém *real* (no sentido de próximo e similar, namorado ou cônjuge) ou não *real* (no sentido de realeza e distância, papel da estrela). O tempo também corrói o coração e a memória. Quantas estrelas do passado, que brilharam intensamente, estão hoje resumidas a citações perdidas em livros pouco lidos ou verbetes de dicionários? Quantas foram engolidas pelo tempo e completamente esquecidas, sem traços aparentes de sua existência, disponíveis para consulta? Muitas. E se isso ocorreu, elas não foram mitos,

foram estrelas, porque só os mitos são imortais. Apenas aquelas que, efetivamente, assumiram a imortalidade de um deus (mesmo, e, principalmente, após a sua morte terrena), sobreviveram à dura passagem do tempo e à aceleração dos tempos atuais, que despeja cada vez mais ídolos efêmeros e voláteis, alcançaram a estratosfera mítica.

Existem, ainda, dois fatores de ameaça ao mito, não abordados por Morin (1989) e que destaco, agora. Eles não figuram em sua obra, pois fazem parte da mitologia contemporânea, posterior àquela analisada pelo autor. O primeiro diz respeito ao binômio produção/fragmentação: produção em massa de ídolos e a fragmentação da atenção. Como aprofundarei no próximo capítulo, a indústria do espetáculo, interligada em rede planetária, despeja, diariamente, tantos aspirantes a ídolos e tantos semi-ídolos que a força da construção mítica fica pulverizada e enfraquecida. Se, antes, existia a tela do cinema, a grande e única tela, hoje existe uma miríade de telas pulsando pela atenção do público. Ter muitos lugares para onde olhar contribui para a fragmentação da atenção.

O segundo fator é uma armadilha que deve ser evitada pela estrela: a proximidade extrema com o público. Como disse anteriormente, o mito não pode ser penetrado, não pode ser exposto, revelado, sob a pena de ser desmitificado. O mesmo vale para a estrela. Ela não tem interesse em que o público saiba de suas fraquezas ou que seus comportamentos mundanos sejam revelados. Ela não quer partilhar o seu original, apenas o seu duplo, aquele que é público, construído, exposto e espetacularizado pela indústria do entretenimento. Nesse sentido, manter uma distância entre estrela e fã é uma atitude necessária e prudente.

Embora Morin (1989) aponte que, com o passar do tempo, as estrelas começaram a se revelar cada vez mais para o público, como afirmei no decorrer desse capítulo, o mistério é um elemento vital para a estrela, que deve ser preservado para contribuir com sua manutenção e longevidade. Se a estrela é um sol brilhante, o fã sente-se muitas vezes impelido a voar para perto dela. Voar significa romper fronteiras, fronteiras que delimitam o espaço

do fã e o do ídolo. Aproximar-se demais do ídolo, penetrar em suas camadas não permitidas, pode gerar uma decepção muito grande ao ver-se que o mito tem medo, fome, sono, está de mau humor, possui celulite, estrias, olheiras, etc. Dirigir-se ao centro do sol pode ser mortal, como o foi para Ícaro, segundo a mitologia grega (GALLAGHER, 1994). Ícaro voou com asas feitas de penas de pássaros coladas ao corpo, com cera. Voou mais alto do que devia. Aproximou-se demais do sol. Como consequência, o calor intenso do astro fez derreter a cera, descolando as asas, causando sua queda mortal. A aproximação excessiva, livre de mistérios, ao ídolo, pode provocar o mesmo efeito e fazer o fã cair em queda livre, destruindo o encantamento mítico.

Outra analogia possível para pensar o mito da estrela diz respeito à peça **Édipo rei**, de Sófocles (2014 [427 a.C]). Édipo é o herói mítico da narrativa e precisa vencer diversos desafios. Desse enredo, me interessa uma pequena passagem:

Chegando às cercanias de Tebas, Édipo encontra a cidade desolada por uma calamidade inaudita. Como se não bastasse a morte de seu rei, a Esfinge, monstro nascido de Equidna e Tifon, fora enviada pela deusa Juno contra os tebanos. Com sua cabeça, face e mãos de mulher, cauda de dragão, voz de homem, corpo de cão, asas de pássaro e garras de leão, o monstro propunha um enigma a todos os viajantes dizendo-lhes: “Decifra-me ou te devoro” (ROCHA, 2008, p. 52-53 – grifo do autor).

Uma vez que o ídolo artístico se alimenta da idolatria do fã, vejo-o como uma esfinge que indaga a mesma questão: decifra-me como mortal ou seguirei devorando-te com meu mistério e nutrindo-me da tua idolatria. Nesse caso, decifrar a esfinge significa destruir o seu poder mítico e invencível.

1.9 OS NOVOS MITOS NO CAMPO MUSICAL

Até esse ponto da pesquisa, procurei recuperar uma série de características apresentadas pelos autores consultados que me permitiram uma visão abrangente sobre as facetas do mito arcaico e do mito contemporâneo. O que quero ressaltar, agora, é que muito do que aparece no mito das estrelas está enraizado na herança herdada dos mitos arcaicos.

Por isso, muitos traços estruturais são semelhantes. Embora eu tenha dado um salto do mito arcaico ao mito das estrelas do cinema, devo relativizar a linha do tempo, já que as estrelas (e os mitos) musicais surgiram muito antes das tecnologias audiovisuais e muito depois dos mitos arcaicos, apresentando traços representativos dessas duas esferas. Se as estrelas do cinema foram construídas pelo *star system*, os mitos musicais foram criados pela indústria musical. Porém, antes dos novos mitos musicais, existiam os mitos musicais ancestrais.

Para a compreensão dessa dimensão, vou, inicialmente, investigar alguns aspectos referentes ao campo musical para, depois, enveredar pelo restante desse universo. Tratarei, em uma primeira abordagem, genericamente, sobre músicos compositores e intérpretes. As questões referentes à construção mítica pelo espetáculo e pelo direcionamento artístico e estético serão abordadas no próximo capítulo. Por ora, me limitarei a observar como o ato de tocar um instrumento pode ser visto como algo realizado por um ser mitológico e digno de heroísmo.

Talvez, hoje, certas pessoas não percebam antigos musicistas dos séculos passados como estrelas, pois, em tempos distantes, ainda que o talento fosse reconhecido, o tipo de admiração e idolatria seguia padrões de comportamento muito diferentes do que os moldados e amplificados pelo cinema e, posteriormente, pela indústria musical. Porém, se a figura da estrela ainda não estava formada, a do mito musical primitivo já podia ser percebida.

Apontei, até aqui, características dos mitos que serão instrumentos de leitura aplicáveis conceitualmente no recorte da minha tese. Reunindo as informações organizadas pelos mitólogos, vi que o mito é passível de converter-se em objeto de culto e adoração, fornecer modelos de conduta, desejo de ser eterno, e ser uma fala que naturaliza para afirmar o seu poder. Esses elementos também vão habitar a mitologia musical, em especial a contemporânea, como poderá ser verificado ao longo do meu estudo. Isso posto, irei destacar alguns exemplos representativos que ilustram o mito

musical. Para isso, tratarei de dois pontos distintos e interligados: os instrumentos musicais como extensão do homem, auxiliando a construção mítica; e o completo domínio do dialeto musical como elemento de glorificação e heroísmo.

1.10 EXTENDENDO MCLUHAN PARA O CAMPO MUSICAL

Inicialmente, proponho uma apropriação do conceito de *extensão* de Marshall McLuhan (2005 [1964]), ampliado por Pereira (2011), para posterior aplicação ao campo musical, tendo como recorte ilustrativo a obra de músicos historicamente reconhecidos como geniais, oriundos de universos musicais distintos. São eles: Jacqueline du Pré (intérprete), Jimi Hendrix (compositor/intérprete) e Miles Davis (compositor/intérprete).

Em linhas gerais, a palavra *extensão* sugere o prolongamento ou a expansão de algo. Uma extensão elétrica, por exemplo, permite que se acesse um ponto de energia de um local distante de sua origem – ampliando seu espectro de atuação física (trazendo energia para um ponto distante para onde a mesma estava inacessível) – e, dependendo do tipo de extensão, possibilita que mais de um dispositivo elétrico seja conectado para uso – ampliando, desse modo, o poder de conexão. Se três lâmpadas elétricas forem ligadas de forma individual em uma extensão que disponha de três pontos de fornecimento de energia distintos, a ligação ampliará a atuação física, o poder de conexão e, também, amplificará o poder de emissão de luz (energia amplificada). Partindo dessa ideia, discutirei agora, como essa analogia pode ser pensada no campo musical.

Jacqueline du Pré foi uma célebre intérprete do *cello*; Jimi Hendrix é constantemente referenciado como um dos mais influentes guitarristas de todos os tempos, e embora tenha promovido a releitura de obras musicais, é mais conhecido como um grande compositor; Miles Davis é um trompetista reverenciado como um dos pilares do *jazz*, tanto no patamar da composição, como da interpretação. O que esses instrumentistas que vem da música erudita, do *rock* e do *jazz*, têm em comum? Eles conseguiram utilizar os seus

instrumentos como extensões do seu meio, não exatamente na mesma concepção de McLuhan (2005), mas como modo de expressão, amplificação e conexão entre sua arte e seu público. Aqui, o *meio* será tratado por mim como o corpo do artista. Pereira (2011, p. 110) auxilia na compreensão sobre os meios como extensão:

A idéia de um organismo ou sistema possuir extensões de si não deve ser tomada como algo restrito aos sistemas humanos. Tratar-se-á, de maneira geral, da capacidade de um dado sistema poder se expressar, ou se estender, através de algum dispositivo específico, individual, ou através de algum produto coletivo, do grupo ao qual pertence, ou, ainda, através de um conjunto de sinais organizados, isto é, de um código, que não precisa ser, necessariamente, um código simbólico, artificial.

Para que os instrumentos musicais, sejam eles elétricos (como a guitarra de Hendrix), ou acústicos (como o *cello* de du Pré ou o trompete de Davis), transformem-se em *extensores-cúmplices* do trabalho de um artista, faz-se necessário uma articulação técnica, estética e comunicacional. Como aponta Pereira (2011, p. 110),

os golfinhos com o seu sistema de comunicação do tipo sonar e os morcegos e seus sistemas de comunicação tipo radar (códigos não simbólicos), as aranhas e suas teias (dispositivo individual), as abelhas com suas colmeias (produção coletiva) e com seus complexos voos-linguagens (códigos não simbólicos) (...) são alguns exemplos de extensões no reino animal. (...) Em todos esses exemplos, o que se pode observar é um ganho para o sistema quanto a possibilidades das suas capacidades se estenderem, promovendo formas incrementadas de afetar e de se comunicar com os seus respectivos grupos e/ou ambientes.

Essa capacidade de se comunicar, apontada pelo autor, pode ser entendida no campo artístico-musical como sendo uma percepção subjetiva que o público tem acerca do artista, de sua interpretação e de sua obra. Michael Lydon, fundador da revista Rolling Stone, comenta sobre a apresentação de Jimi Hendrix no Festival de Monterey, ocorrido em 1967 ⁵:

⁵ Essa performance pode ser vista em <<http://www.youtube.com/watch?v=8NNQEwDoDaU>> Jimi Hendrix - Wild Thing (Monterey Live 1967) HD acesso em 26/05/2012.

(...) A apresentação se tornou mais que uma extensão das giradas de Elvis. Virou um prolongamento infinito delas, uma orgia de ruídos tão tensa que temi que o dínamo fornecedor de energia não suportasse e se fundisse até o estado atômico primordial. Hendrix não só dedilhava as cordas, ele dava pancadas com a palma da mão, praguejava contra elas, esfregava-as no microfone, empurrava-as com virilidade sobre o amplificador. E quando se ajoelhou diante da guitarra como se ela fosse uma vítima a ser sacrificada, derramou fluido de isqueiro sobre ela e acendeu a chama, aquilo foi de fato um sacrifício: a oferenda da coisa mais perfeita e amada. Assim, sua destruição enobreceu-a ainda mais (LYDON in LAWRENCE, 2007, p. 86-87).

A performance descrita demonstra uma atuação ritualística na qual o fogo purifica a arte, uma sublimação através da queima sacrificial, a extensão do artista entregue ao público e ao espaço. Como afirmam Mauss e Hubert (2013, p. 86), “a vítima sempre tem algo de divino que o sacrifício liberta”. Essa ligação profunda entre o instrumento e o instrumentista também é percebida e descrita em outros universos sonoros e temporais. Sobre a performance de Miles Davis, a cantora Juliette Gréco diz que, “para se encantar com ele, não era necessário ser uma acadêmica ou uma especialista em *jazz*. (...) Entre o homem, o instrumento e o som havia muita harmonia. Naquele nível estético era absolutamente devastador” (GRÉCO in WILLIAMS, 2011, p. 56).

A relação é igualmente percebida em Jacqueline du Pré ⁶:

Quando Jacqueline du Pré tocava o *cello*, ela sabia exatamente quem ela era. Dos cinco anos de idade em diante, ela tinha no *cello* um amigo, um confidente, um camarada, um refúgio – uma fonte inesgotável de consolo e um canal pelo qual ela podia expressar seus sentimentos mais profundos. Em sua música, ela tinha a capacidade de simultaneamente se perder e se encontrar (EASTON, 1989, p. 11).

Quando penso os instrumentos musicais como uma extensão do músico, como pôde ser observado nas referências apresentadas até então,

⁶ Tradução livre realizada por mim. Exceto quando a tradução for de terceiros, e para evitar notas repetitivas em excesso, fica sub-entendido que as demais traduções foram sempre efetuadas desse modo.

quero sugerir que, para que este prolongamento amplificado de energia/mensagem se concretize, algumas variáveis devem ser observadas. Proponho um paradigma baseado em três eixos centrais: a dedicação incondicional; a paixão avassaladora; e a influência propulsora do contexto.

1.11 O TRIPÉ VIRTUOSO DA EXTENSÃO MUSICAL

Vou chamar esse paradigma de o *tripé virtuoso da extensão musical*. A linguagem musical, assim como qualquer outra, exige estudo e dedicação para que possa ser introjetada, assimilada e aplicada com naturalidade. É possível pensar esse tema observando a obra de Gladwell (2008), quando ele disserta sobre a sua “Teoria das 10.000 horas”. Conforme o autor (idem, p. 43),

(...) são necessárias 10 mil horas de prática para se atingir o grau de destreza pertinente a um *expert* de nível internacional (...) Dez mil horas equivalem a cerca de três horas por dia, ou 20 horas por semana, de treinamento durante 10 anos. (...) Parece que o cérebro precisa desse tempo para assimilar tudo o que é necessário para atingir a verdadeira destreza.

Observa-se, assim, a primeira variável atuando: *dedicação incondicional*, o que significa sacrificar a vida privada ao estudo do instrumento. O autor analisa diversos exemplos no campo musical indo de Wolfgang Amadeus Mozart aos Beatles, demonstrando que, “(...) quanto mais a fundo os psicólogos analisam as carreiras dos talentosos, menor parece o papel desempenhado pelo talento e maior se mostra a importância da percepção” (GLADWELL, 2008, p. 41-42). Como complementa McLuhan (2005, p. 37), “(...) os nossos sentidos humanos, de que os meios são extensões, também se constituem em tributos fixos sobre as nossas energias pessoais e que também configuram a consciência e experiência de cada um de nós”. Williams (2011, p. 8-9) apresenta um relato referente à dedicação incondicional sobre “Kind of blue” (Columbia, 1959), obra de Miles Davis, de 1959, considerada até hoje um divisor de águas no *jazz* contemporâneo:

“Kind of blue” foi concebido em um ambiente fechado, com todas as suas sensibilidades individuais apontadas para o interior. É o que lhe confere essa extraordinária noção de foco, de concentração, de pureza. Seus músicos pareciam estar enfeitiçados. Não é de espantar que os quarenta minutos de música do álbum tenham sido gravados em meras nove horas, e que nunca tenha havido uma segunda tentativa de recriá-lo.

O autor (idem, 2011, p. 10) complementa o relato referente à dedicação:

Bill Evans, seu pianista, escreveu uma série de notas explicativas para o disco, nas quais o ato da criação musical é comparado à produção dos artistas japoneses que passam um dia inteiro preparando seus pincéis e tintas antes de executar delicados ideogramas num único e indelével traço.

Um outro exemplo de dedicação pode ser percebido quando Williams (2011, p. 28) escreve sobre o tema “All blues”⁷:

A chegada do trompete surdo contemplava a combinação, um contraste ressonante com a granulação quente das palhetas, produzindo uma linha melódica tão pura e tão simples que dava a impressão de ter sido extraída de algo muito mais complexo. A marca registrada mais óbvia de tudo isso era a concentração, mas por trás da economia de gestos e esforço, parecia haver enormes reservas de intensidade.

A segunda variável diz respeito à *paixão avassaladora*. É inconcebível – ou no mínimo difícil de imaginar – que alguém que se dedique com a intensidade relatada/proposta por Gladwell (2008) não seja um apaixonado. Essa paixão parece estar muito mais relacionada ao processo em si do que aos resultados. Pode-se fazer uma analogia com um maratonista: preparar-se para correr a maratona é mais gratificante do que alcançar a linha de chegada em si. A isso se dá o nome de *autotelismo*. O prazer e a auto-realização estão nos meios e não nos fins. Para muitos artistas musicais, o

⁷ Uma apresentação de 1964 está disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=vFTp2O0ywyw>> Miles Davis - All Blues – 1964 acesso em 26/05/2012.

processo é mais importante do que o resultado, e um resultado excepcional é consequência de um processo excepcional.

Jacqueline du Pré é considerada, pela crítica especializada, como uma das maiores intérpretes do “Concerto para *cello*”⁸ (conhecido no meio como “Elgar cello concert”), escrito pelo compositor britânico Edward Elgar. Sua performance acima da média está relacionada à dedicação incondicional e à paixão avassaladora. Como relata Easton (1989, p. 14),

tendo a certeza de que a sua performance era perfeita, referia-se à sua interpretação do “Elgar Cello Concert” – gravado em 1970 com seu marido Daniel Barenboim – como sendo seu canto do cisne. Ela dizia que o tom ia direto para uma zona de loucura, e o retorno à passagem lenta de Elgar levava-a às lágrimas em cada nova audição.

A terceira variável refere-se ao que chamo de *influência propulsora do contexto*. Quando tinha cinco anos, du Pré apaixonou-se pelo *cello*. Como ela mesmo relata (DU PRÉ in EASTON, 1989, p. 26),

eu me lembro de estar em casa, na cozinha, olhando para cima, aonde havia um velho rádio. Lembro de escalar a mesa, ligá-lo e ouvir um som de orquestra. Deve ter sido o programa “A hora das crianças” da BBC. O som a princípio não me impressionou muito, até que ouvi o *cello* e... me apaixonei imediatamente. Algo do interior do instrumento falou comigo e ele tem sido meu amigo desde então. Eu disse para minha mãe: eu quero fazer esse som.

Do depoimento, emerge uma pergunta: quantas crianças no mundo apaixonaram-se por um instrumento musical e essa paixão acabou sendo amortizada ou até estirpada pela falta de incentivo da família, seja esse incentivo financeiro, emocional, ou ambos? Sem um contexto propício, as 10 mil horas de Gladwell (2008) não decolam, não saem do chão. Elas precisam de combustível propulsor para que o processo cognitivo-musical seja posto

⁸ Um trecho dessa interpretação pode ser vista em <http://www.youtube.com/watch?v=_J-lwtzzge8> Jacqueline Du Pre - Elgar Concerto - Part 1.avi acesso em 26/05/2012.

em movimento. Nesse sentido, a mãe de Jacqueline, a pianista Iris du Pré, desempenhou um papel decisivo, que contribuiu para o prolongamento do *cello* como extensão do corpo de sua filha. Essa construção se desenvolveu segundo a seguinte sistemática: toda noite, Iris preenchia um livro de estudos, tornando a aprendizagem prazerosa e o aprendizado estimulante. Easton (1989, p. 27) narra o processo (Jackie era o apelido de Jacqueline du Pré):

O livro era composto por temas musicais e desenhos que Iris escrevia à noite, quando as crianças já estavam dormindo. Jackie ficava emocionada quando acordava e encontrava uma nova peça com desenhos e textos deixada ao lado de sua cama. Uma vez que a peça fosse dominada, uma nova peça era escrita por Iris. Ao acordar e encontrar uma nova peça, Jackie pulava da cama e corria escada abaixo para tocá-la com sua mãe.

Gladwell (2008, p. 45) reforça o exposto ao referir-se ao incentivo necessário para que se chegue ao domínio de um campo do saber: “Para um adulto jovem, é quase impossível alcançar essa marca por conta própria. Ele precisa de pais que o incentivem e apoiem”.

Williams (2011) e McLuhan (2005) trazem ideias que auxiliam na compreensão de minha proposta referente ao papel do contexto propulsor. Começando por Williams, o autor (2011, p. 26) compara as gerações atuais e seus antecessores, no que diz respeito às diferenças de informações disponíveis e propagáveis:

Diferentemente de nós, eles não eram cercados por uma programação televisiva 24 horas por dia, música em elevadores e supermercados, pôsters cobrindo cada superfície urbana, *junk mail*, bancas de revistas, logotipos comerciais por todos os lados, mensagens de texto via celular, *e-mails* e *telemarketing*. Em nossas vidas normais mal podemos escapar da tempestade permanente de sinais visuais e auditivos. Um modo possível de se alcançar a paz interior tem sido adaptar a natureza da arte para que ela nos forneça menos informações e nos desperte mais sentimentos: daí a chegada, na pintura, do minimalismo de Barnett Newman, do expressionismo abstrato e contemplativo de Mark Rothko, dos padrões geométricos discretos de Agnes Martin, e do branco aparentemente sem conteúdo, sobre telas brancas, de Robert Rauschenberg, um músico de *jazz* nas horas vagas.

McLuhan (2005, p. 31) afirma que

a velocidade elétrica mistura as culturas da pré-história com os detritos dos mercadologistas industriais, os analfabetos com os semiletrados e os pós-letrados. Crises de esgotamento nervoso e mental, nos mais variados graus, constituem o resultado, bastante comum, do desarraigamento e de inundação provocada pelas novas informações e pelas novas e infundáveis estruturas informacionais.

Ter mais informação e acesso a aparatos tecnológicos abundantes significa estar mais exposto a um contexto diferente daqueles que dispõem de um referencial mais empobrecido. Se uma avalanche de elementos pode ser perturbadora, a falta deles também pode implicar resultados menos interessantes. O talento, a aptidão, a dedicação, nada disso pode ser deixado à margem. Como confere McLuhan (2005, p. 34),

os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, num passo firme e sem qualquer resistência. O artista sério é a única pessoa capaz de enfrentar, impune, a tecnologia, justamente porque ele é um perito nas mudanças de percepção.

Interpretando a fala do autor, e recorrendo à minha dissertação de mestrado, já naquela ocasião eu entedia por *artista sério* aquele que possui uma *verdade artística* (PALUDO, 2010), isto é, uma autenticidade construída segundo as três variáveis antes expostas, as quais agora percebo, e sistematizo, propondo chamar de *tripé virtuoso da extensão musical*. Digo que são *variáveis*, pois embora defenda que a existência simultânea desses três eixos seja necessária ao êxito e equilíbrio de forças, elas agem em diferentes níveis de intensidade e profundidade, variando de instrumentista para instrumentista. Já que, como diz McLuhan (2005, p. 21), “(...) não era a máquina, mas o que se faz com ela, que constitui de fato o seu significado ou mensagem”, pode-se pensar que o simples fato de possuir um instrumento não faz de ninguém um instrumentista exitoso e muito menos garante que o instrumento musical atue como real extensão do corpo do artista. Recorrendo a Hendrix (HENDRIX in LAWRENCE, 2007, p. 131), “tudo o que toco é verdade e emoção”.

Discutirei, agora, como essa verdade e emoção se traduzem em um linguagem pessoal.

1.12 LINGUAGEM E DIALETO MUSICAL SINGULAR

Após um aprimoramento contínuo auxiliado pelo contexto, reflexo da dedicação movida pela paixão, o instrumentista – que, em um primeiro momento, pode ter se dedicado aos rudimentos técnicos de seu instrumento – domina a sua linguagem básica, e, por fim, entra em processo constante de assimilação e introjeção da linguagem musical como forma de expressão, ficando aquela linguagem de tal modo incorporada ao seu eu que passa a atuar como um dialeto particular que pode emocionalmente ser compreendido pelo *corpus* de sua platéia como uma identidade musical única. Então, assim como suas atitudes e direcionamento artístico, também o domínio instrumental pode contribuir para a mitificação musical e para a formação do duplo artístico. Quando se atinge esse estágio, o ato de tocar torna-se trivial como o ato de falar. Quando se chega a uma singularidade universal no ato de tocar, o astro se torna espetacular e divino.

Assim sendo, a questão técnica (a habilidade técnica de tocar ou falar – afinal, como disse Barthes (2009), o mito é uma fala) passa para um plano secundário e o que aparece é a camada mais profunda, ou seja, o campo das emoções e reflexões interiores que se utiliza da técnica para se fazer ouvir, para ganhar vida e percorrer o mundo. Como pergunta e responde Williams (2011, p. 58): “De onde veio o som de Miles Davis? De dentro de Miles Davis, obviamente, depois que ele adquiriu a confiança para ir além das influências externas e tocar a sua própria música”. Trazendo para du Pré, tem-se o que segue: “Jacqueline amava sua gravação do *Concerto*, de Schumann; sua interpretação, sombria e melancólica, expressava o inexpressável” (EASTON, 1989, p. 213). Como esse apontamento de Easton (1989) relata, assim como um compositor conquista sua personalidade singular musical, o mesmo pode ocorrer com um intérprete. E completando com Hendrix (HENDRIX in LAWRENCE, 2007, p. 117): “Voce escuta os sons na sua cabeça ou no seu

coração e envia uma mensagem para os dedos. É essa a minha técnica”. Ou seja, todos os recortes propostos parecem ilustrar a ideia de domínio da linguagem musical incorporada e introjetada com um alto grau de expressão artística.

Ainda que eu tenha falado de diferentes instrumentos musicais como a guitarra, o *cello* e o trompete, a relação é igual para qualquer instrumento, de qualquer estilo, incluindo a voz humana, instrumento igualmente importante, que se articula da mesma forma, com a variante de que o timbre de voz é uma marca pessoal, nata e intransferível, talvez o instrumento mais difícil de domar, embora ele já seja uma extensão natural do organismo humano. Pode-se deduzir, então, que os instrumentos são ingredientes temperados pela execução.

Se encararmos a linguagem como consequência da extensão, poderemos recorrer a Pereira (2011, p. 112): “Uma extensão tecnológica deve ser entendida, principalmente, como um novo modelo gramático a propor padrões de organização e de disponibilização de informações, qual uma linguagem (...)”. Quignard (1996) também enxerga a questão desse modo, e pontua que o homem compensa, com os instrumentos musicais, as limitações existentes em sua voz. Os instrumentos musicais vão além e além dos territórios aonde a voz humana pode alcançar. Por fim, o próprio McLuhan ilustra o exposto, quando se refere, metaforicamente, a Napoleão, dizendo que Napoleão compreendeu a gramática da pólvora. A pólvora dos artistas é acionada pelo mecanismo das extensões musicais, que fazem explodir toda a força interior de cada músico sobre a platéia. Lawrence (2007, p. 82) consegue perceber como essa gramática, estendida, atuava em Hendrix:

Todo mundo falava. A música seguia tocando. Havia o ruído de tráfego na Edgware Road. Tudo estava barulhento. E muito alto! Enquanto eu ficava sentada, a todo instante Jimi erguia os olhos e dizia alguma coisa sobre um som. Como o som do disco... o som da TV... o som de um táxi lá fora. Sempre alguma coisa a ver com um som. Passados dez minutos, comecei a sacar que ele ouvia os sons de uma maneira diferente de todo mundo.

Retirava as coisas do ar e colocava em seu grande vaso de sons. Depois as convertia numa nota musical e então voltava a jogar Banco Imobiliário. Escutava como nenhum de nós escuta. Para Jimi, o som sempre esteve ligado a descobertas.

Esse talento de filtragem sonora de Hendrix é de suma importância. Como questiona Quignard (1996), após a Segunda Guerra Mundial e seus desdobramentos tecnológicos, e, ainda, após a eletrificação do mundo, o homem vive inundado por melodias incessantes aonde quer que esteja, aonde quer que vá. Esse traço é, ao mesmo tempo, maravilhoso e repugnante. Os espaços de silêncio e reflexão são aniquilados pela música incessante que cerca o homem, dia e noite, seja a produzida pelos instrumentos musicais, pelas vozes humanas, ou por toda a sinfonia de ruídos mecânicos, elétricos e eletrônicos que o acompanham diariamente. Ao ser abundante e incessável, a música pode despertar mais raiva do que amor.

Além de Hendrix, Davis também tinha a sua gramática. Williams (2011, p. 83) aponta que o músico era “(...) um improvisador de grande personalidade, cuja assinatura tornava-se imediatamente aparente a cada simples frase”.

A questão da descoberta de novos caminhos sonoros pode ser percebida igualmente em du Pré, Hendrix e Davis. No caso deste último, uma fala do pianista Keith Jarrett (JARRET in WILLIAMS, 2011, p. 76-77) relembra o trabalho musical do trompetista com o pianista Gil Evans, nessa busca pela superação: “Se Miles jamais tivesse feito todas aquelas coisas com Gil Evans, ele provavelmente jamais teria perseguido aquele som que continuou a perseguir pelo resto de sua vida”. *Perseguir o som* significa que o processo é mais importante do que o resultado musical. Trata-se de um *autotelismo* musical. *Perseguir* significa que, assim como a vida, uma carreira musical é um processo que jamais cessará e que o verdadeiro artista é um inconformado à procura de novos desafios.

Williams (2011, pp. 52-53) diz que o músico “(...) provaria, não apenas estar familiarizado com os níveis mais altos do instrumento, mas também ser altamente expressivo ao utilizá-lo (...)”. Essa extensão era tão forte em du Pré ao ponto de condicionar sua existência à extensão. Como lembra Easton (1989, p. 11), “aos 17 anos, Jacqueline começou a se perguntar: quem eu sou quando não estou tocando *cello*? (...) Ela nunca respondeu a essa questão sobre sua identidade para além do instrumento que a definiu”. Em resumo, temos um exemplo no qual o duplo toma o lugar do ser original e a extensão passa a desempenhar um papel de órgão vital para a vida artística e pessoal da estrela.

Permito-me inferir que o *verdadeiro artista* é aquele para o qual o processo de elaboração artística é a própria recompensa. O verdadeiro artista é sempre um *autotelista*. Seja uma guitarra, um trompete, um *cello*, um sintetizador, um *tablet* ou a própria voz, as extensões musicais requerem muito empenho e suor. Essa perseguição constante a *algo que não se sabe exatamente o que é* não deve ser confundida com uma busca superficial por fama, poder ou domínio técnico como virtuosismo narcisista. Trata-se de um processo no qual, ao apoiar-se de forma equilibrada no tripé da extensão musical, gera-se uma metamorfose exponencial, um movimento de energia crescente e a extrapolação da linguagem artístico-sonora. Esse processo movel provoca na platéia constantes momentos de espanto, encantamento, enfeitiçamento, admiração e até fanatismo. Ou seja, ajuda a formar o mito.

Agora, irei apontar como esse domínio técnico de linguagem e instrumento musical, associado à performance, pode ser encarado como um ato heroico.

1.13 OS HEROIS DA GUITARRA

Para pensar a dimensão heroica musical, voltarei meu olhar para um fenômeno ocorrido entre as décadas de 1980 e 1990: o nascimento e morte dos heróis da guitarra, categorizados internacionalmente (no inglês) como *guitar heroes*. Essa faceta foi escolhida porque corresponde a um exemplo

satisfatório para dar conta da questão do heroísmo na mitologia musical, além de que vivenciei efusivamente esse movimento musical. Para isso, realizarei uma breve arqueologia, enfocando personagens relevantes e investigando as origens históricas dessa denominação conceitual. Assim, destaco em especial a atuação dos guitarristas Chris Impellitteri e Yngwie J. Malmsteen, pois compreendem uma amostra representativa para a discussão proposta: a performance como preceito de construção heroica. Questionarei, ainda, o que se entende por *virtuosismo musical*; se esse virtuosismo é um vício ou uma virtude, e se pode ser herdado ou ensinado.

A partir da minha observação e vivência, ao longo das décadas de 1980, 1990 e 2000, e da leitura documental envolvendo veículos impressos e eletrônicos que abordam a questão musical (em particular, o estudo e a prática da guitarra), e por minha atuação como produtor, professor de música e músico profissional (especialmente como guitarrista), constatei que diversos músicos participam de um debate recorrente ao longo da história da guitarra sobre a formatação de um conceito que dê conta de uma formulação objetiva para o significado da expressão *tocar bem*, fato que, quando levado ao extremo, seria uma prova de virtuosismo. Será possível dar-se conta de que essa objetivação é relativa e possui limitações, mas a sua discussão irá contribuir para que se observe as forças míticas atuando nos objetos musicais representados através de conquistas e feitos heroicos. Tenho ciência de que essa discussão não é nova, e nem exclusiva ao campo da guitarra, mas ela é, ainda assim, necessária.

Confrontam-se, de um lado, a capacidade de emocionar (conhecida no meio musical como *feeling* – do inglês, *sentimento*), e, de outro, a técnica, isto é, o domínio da execução do instrumento. Ambos os aspectos estão relacionados à extensão musical, conforme expus anteriormente.

1.14 POR UMA DEFINIÇÃO DE HEROI MUSICAL E SUA RELAÇÃO COM A TÉCNICA

A pesquisa documental revela que, na década de 1980, o feito heroico musical era compreendido como um apuro técnico pautado principalmente pela capacidade de executar um grande número de notas musicais em um curto espaço de tempo. Se, naquele momento histórico, o *virtuoso* (isto é, o músico virtuoso) era visto com admiração, no passado isso nem sempre ocorrera. Antes de aprofundar os conceitos sobre virtuosismo e virtude, voltarei ainda mais no tempo, procurando alguns elementos que me permitam perceber que a busca pela excelência técnica, como prova de sucesso, vem de muito antes da década de 1980.

Vou retomar alguns conceitos já vistos quando falei sobre os mitos, agora com a contribuição de outro autor. Tratei, anteriormente, sobre o homem arcaico e como este homem atribuía a deuses e mitos a responsabilidade por eventos naturais. Oliveira (2008) retoma o tema e reforça que o homem primitivo tinha apenas um conhecimento mítico sobre a natureza. Nessa perspectiva, os acontecimentos naturais, como as tempestades, eram atribuídos à vontade divina, sendo o homem passivo diante de seu meio, uma vez que se encontrava fora dele a possibilidade de determinar a sua caminhada existencial. Se dominar algo, como o meio, pode ser entendido como domesticar através da técnica, a relação histórica do homem tem se pautado por desenvolver estratégias de sobrevivência em uma luta diária contra todas as mazelas mundanas e humanas que possam ameaçar a continuidade da vida. Portanto, dominar e conquistar tem sido uma constante para o homem tecno-racional. Tão antiga quanto o homem, a técnica corresponde a um *saber fazer*, um conjunto de passos e regras pré-determinados que geram movimento, construção e modificação, ou, como denomina De Certeau (1998), *usos*. No passado, a transmissão da técnica foi envolvida por uma aura de magia e mistério, com segredos revelados ao homem por seres divinos e transmitidos, deste aos seus semelhantes.

A partir do domínio da técnica, o homem pode interferir no mundo, moldando-o de acordo com seus desejos e necessidades. Manejar e conhecer a técnica carrega consigo um ar implícito de superioridade em relação àqueles que a ignoram, uma vez que o conhecimento sempre foi utilizado como arma de sobrevivência e controle, e símbolo de potência. Conhecer uma técnica, simultaneamente, abre um portal para que aqueles que a estudem possam compreendê-la, dominá-la e aperfeiçoá-la, como ainda, destrói certezas aparentemente imutáveis, inclusive expurgando o caráter mágico e fantasioso sobre os poderes ocultos, conferidos por tal saber humano. Portanto, é possível notar que a técnica pode, tanto ajudar a mitificar, como a desmitificar. Aquele que ignora o DNA da técnica a teme, assim como teme aqueles que a comandam. Quando a técnica não é compreendida, pode ser considerada, tanto algo a ser admirado, como temido. Explicarei, então, como a técnica pode ser utilizada para alcançar o virtuosismo musical.

1.15 OS HEROIS MUSICAIS DO PASSADO E O *VIRTUOSO*

No século XVIII, Johann Sebastian Bach, um dos cânones da música barroca, mas sobretudo, um exímio organista, foi frequentemente acusado de exagero técnico que, segundo julgamento daquele período, comprometia a composição, sendo que, quando na condição de intérprete, as variações propostas por ele sobre determinadas peças musicais sacras eram consideradas um sacrilégio. Como relata Geiringer (1985, p. 9), “já nos primeiros postos, ouvia queixas de que sua execução organística, durante os serviços religiosos, confundia a congregação com variações surpreendentes e ornamentos inúteis”. O texto de Elias (1995) apresenta outra variante sobre o mesmo tema. Anos depois da crítica contra Bach, por parte de seus patrões eclesiásticos, o imperador da Áustria, Joseph II, sugeriu a Mozart que uma composição sua possuía notas demais, uma vez que o ouvido humano só poderia suportar um determinado número de notas em uma única noite. Mozart, não só não concordou com a afirmação, como manteve a obra sem alteração ou redução alguma. A obsessão por esse número de notas (ou seja, um apuro técnico que desafia os limites do corpo), como prova de

superação, assim como a reprovação do imperador, aparecem, também, na obra de Forman (1984).

O domínio técnico de um instrumento musical consiste, acima de qualquer ponto, em um controle sobre a sua execução, incluindo sutilezas de acentuação (conhecidas como *dinâmica*) e uma capacidade de realizar manobras complexas que, quando adestradas, representam um domínio da técnica sobre o corpo, ou uma domesticação do corpo através da técnica. Essas manobras não são exclusivamente relacionadas à velocidade de execução, podendo incluir, ainda, acordes ou passagens que exijam um grande esforço, principalmente físico, do executante.

O **Larousse** (1995) conceitua o *virtuoso* como um instrumentista capaz de resolver com facilidade as maiores dificuldades técnicas, assim como aquele que possui habilidade técnica requintada, mas destituída de sentimento. O **Dicionário Grove de Música** (2015b) aponta que a etimologia da palavra *virtuoso* provém do latim *virtus*, que significa *excelência*. Ou seja, um músico de habilidade técnica extraordinária. A palavra *virtuoso* já era encontrada na Itália dos séculos XVI e XVII e destinava-se a identificar pessoas de destaque no campo intelectual ou artístico. Mas naquele período, um compositor era mais valorizado do que um intérprete virtuoso. No início do século XVII, mais precisamente em 1703, o teórico e compositor francês Sébastien de Brossard (2015 [1703]) publica o primeiro dicionário musical de que se tem registro, aproximando a palavra *virtuoso* de sua raiz latina *virtu*, defendendo que o verdadeiro *virtuoso* era um *músico de formação excepcional, especialmente em teoria*. Com o florescimento da ópera e do concerto instrumental, no final do século XVIII, o termo *virtuoso* passou a ser empregado para denominar *violinistas, pianistas e cantores que seguiam carreira como solistas*. Ao mesmo tempo, incorporou novas nuances, referindo-se a *performances exibicionistas*. Como afirma o mesmo **Dicionário** (2015b), no século XIX, o compositor e pianista virtuoso Franz Liszt declarou que o virtuosismo não era uma consequência, mas um elemento indispensável da música. No mesmo período, o compositor Richard Wagner dizia que a finalidade real do virtuoso recaía exclusivamente sobre a

dignidade com que ele era capaz de preservar à arte criativa. O *virtuoso* era o *intermediário da ideia artística*. Ao finalizar o verbete, **Grove** (2015b) aponta que, embora tenha havido uma tendência a considerar façanhas deslumbrantes de habilidade técnica com desconfiança, o verdadeiro virtuoso sempre foi valorizado, não só pela sua raridade, como também por sua capacidade de alargar as fronteiras técnicas e expressivas de seu instrumento.

Uma vez que a arte enfrenta constantemente movimentos oscilatórios de interesse/desinteresse por suas temáticas e formas estilísticas, pode-se pensar que o virtuosismo, condenado no século XVIII, acabou por ser reverenciado no século XX, reencarnado na figura moderna dos heróis da guitarra, não sem antes ter sofrido, mais precisamente na década de 1970, críticas oriundas do movimento *punk*. Baseados no lema “faça você mesmo”, os *punks* consideravam como virtuosismo justamente a falta dele. Quanto mais cru, menos elaborado e mais direto, melhor. Mas assim como o herói que deseja ser lembrado para sempre, por seus feitos bravos, os *punks* queriam imprimir seus nomes na história. Malcom McLaren, empresário e criador dos Sex Pistols, um dos maiores ícones do gênero, afirma que “*rock’n’roll* não significa necessariamente uma banda, um cantor, uma letra. O que importa no *rock’n’roll* é tentar ser imortal” (in: Zero Hora, 08/04/2015, p. 36). Ou seja, evidencia o desejo do mito em ser eterno, da estrela em ser mito, conduzida a esse estado por atos heroicos. Ser herói, para o *punk* da década de 1970, era ser anti-virtuoso (no sentido clássico do termo); mas os heróis da guitarra, na década seguinte, vão lutar contra a crueza, defendendo o virtuosismo como um sinônimo de supremacia. E os heróis musicais: São de fato imortais? Se já examinei os virtuosos, cabe agora refletir sobre o seu caráter heroico.

Rank (1991) afirma que, desde a sua gestação, civilizações como a babilônica, a egípcia, a hindu, a grega ou a romana já glorificavam seus heróis. Nesse rol figuravam reis, fundadores de religiões e dinastias, ou seja, heróis nacionais exaltados através de lendas e relatos poéticos. O autor também percebe a relação entre arquétipos e mitos, embora não faça

menção direta à teoria de Jung (2000), evidenciada quando aponta que, independente do período histórico ou da localização geográfica em que esta diversidade de figuras heroicas habita o imaginário de suas comunidades, existem traços estruturais recorrentes, como se fossem uma lei universal dos mitos. O autor sugere, então, alguns resgates teóricos que podem elucidar a questão.

Em uma primeira abordagem, recorre aos estudos de Adolf Bastian e Adolf Bauer, publicados no final do século XIX, que apontam a ideia de *povo* a partir de pensamentos elementares, de tal modo que a coincidência unânime dos mitos seria resultante de uma disposição uniforme da mente humana e de suas manifestações que, em certo sentido, e dentro de certos limites, seriam idênticos, independentemente de tempo e lugar.

A segunda visão bebe dos estudos de Th. Benfey (também do final do século XIX) e afirma que os mitos seriam baseados em uma origem comum e a partir deste epicentro mítico, disseminados em forma de relatos folclóricos, em ondas circulares de propagação. Com origem em um lugar propício, esses relatos seriam inicialmente aceitos pela comunidade local, crescendo em progressões geométricas e geográficas ao redor do mundo. Como afirmei anteriormente, à medida que o mito amadurece, ele tende a se expandir.

A terceira teoria versa sobre migração ou empréstimo de mitos individuais que se originaram em povos definidos (especialmente o babilônico) e que são apreendidos através de tradição oral ou literária. Assim, mitos fundadores seriam remixados em novos contextos e épocas, mas manteriam um alicerce estrutural recorrente. Onde existe um herói, existe sacrifício. E é sobre isso que falo a seguir.

1.16 MITIFICAÇÃO ATRAVÉS DO SACRIFÍCIO DO HERÓI

Como expõe Campbell (2007), a função primária da mitologia e dos ritos sempre foi a de fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar. Dentro dessa esfera, situa-se o herói, aquele que conseguiu vencer

suas limitações históricas, pessoais e locais, e alcançou formas inovadoras que se tornaram modelares. O herói é aquele que morre como homem contemporâneo para renascer como homem eterno. Campbell (2007 [1949]) estrutura o que nomeia de *jornada do herói*, uma caminhada pontuada por tarefas. Nesse processo, o primeiro passo chama-se *separação/afastamento* e consiste em uma radical transferência de ênfase, do mundo externo para o mundo interno. Desse modo, a primeira tarefa do herói consiste em retirar-se da cena mundana e iniciar uma jornada introspectiva, onde residem efetivamente as dificuldades, para torná-las claras, penetrando no domínio da experiência e da assimilação.

A segunda tarefa do herói é retornar à realidade, transfigurado, e ensinar a lição de vida renovada que aprendeu. Campbell (2007, p. 36) sintetiza a aventura do herói:

Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes.

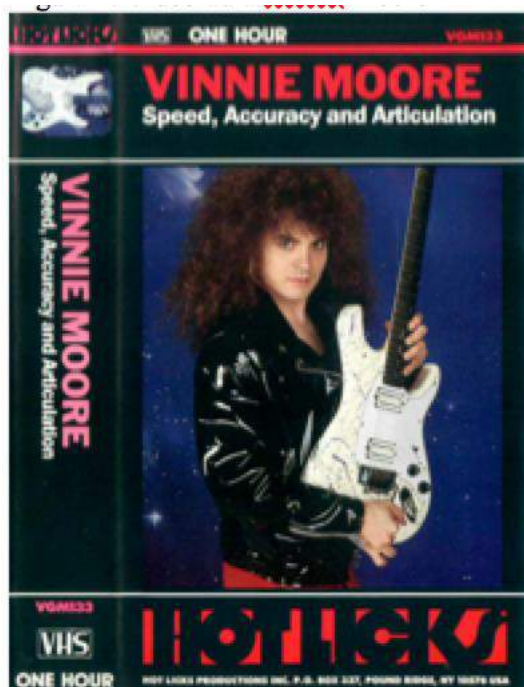
Chazelle (2015) oferece um exemplo narrativo que ilustra, simultaneamente, a aventura do herói e o virtuoso em ação. Seu filme apresenta um garoto que deseja se tornar um dos melhores bateristas de *jazz* da era contemporânea. A obra mostra um personagem obstinado em busca da perfeição, alguém que prefere não ter amigos ou relacionamentos amorosos, pois estes significariam desvios desnecessários na trajetória do herói. Seu professor é apresentado como alguém que utiliza a força bruta e a humilhação como munição explosiva para gerar um nível total de energia que possa levar seus alunos a planos extraordinários. Em determinado momento da trama, pode-se perceber um cartaz em que está escrito: “Quem não tem talento acaba tocando em uma banda de *rock*”. Sobre essa perspectiva, está implícita uma certeza arrogante de que tocar *jazz* exige muito mais de um instrumentista do que tocar *rock*. Nesse detalhe, emerge um dos inúmeros debates manifestos sobre o que significa ser um bom músico, o *tocar bem*, como destaquei anteriormente. Voltando ao filme, a busca pela excelência

técnica inclui poucas horas de sono, calos nos dedos e muito sangue derramado, de forma literal, provocado por feridas decorrentes da prática diária quase ininterrupta. Através da leitura de Warburg (2015), descobri que, na Grécia Antiga, durante o culto orgiástico a Dionísio, as mênades dançavam com cobras vivas na mão, que se enrolavam em volta de suas cabeças. Um sacrifício de sangue era o ápice e o próprio sentido da dança religiosa. Mauss e Hubert (2013) afirmam que o sacrifício sempre implica em uma consagração. Logo, em todo o sacrifício, um objeto, quando consagrado, passa do domínio comum ao religioso. Então, o domínio da técnica poderia ser encarado como a passagem do ordinário ignorante ao sábio extraordinário, do mundano ao plano dos deuses. Ou seja, trata-se de uma mitificação promovida pelo ato heroico, posto que sacrificoso.

Publicações especializadas, como a revista norte-americana Guitar Player exibiam, nas décadas de 1980 e 1990, anúncios relativos a aulas em vídeo ⁹ com os grandes mestres/heróis da guitarra. Em dois casos (Figuras 3 e 4), é possível observar a busca obstinada pela velocidade de execução (“as notas demais” de Mozart e a velocidade, herança de outro antepassado apreciador de desafios musicais, o violinista Nicolo Paganini) no tom do discurso publicitário que quer seduzir os pupilos, neste caso, dos *guitar heroes* Vinnie Moore e Vinnie Vincent: compre o vídeo e toque como seu ídolo.

⁹ Vídeo-aula Vinnie Moore disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=tKOvlsTvjjic>> ;
Vídeo- aula Vinnie Vincent disponível em
<https://www.youtube.com/watch?v=DEyYGNX_TP4> Acesso em 11/05/2015.

Figura 3: Vídeo-aula Vinnie Moore



Fonte: Guitar Player (June, 1991, p. 41)

Figura 4: Vídeo-aula Vinnie Vincent



Fonte: Guitar Player (May, 1990, p. 101)

A Guitar Player teve um papel decisivo na minha formação musical na década de 1980, ao apresentar e lançar, internacionalmente, importantes nomes da guitarra elétrica. Foi justamente nesse período que o termo *guitar hero* começou a ser utilizado para designar guitarristas que tinham como característica principal desenvolver carreira de solista em temas instrumentais com uma mistura de *rock* e erudição, mas, acima de tudo, e o mais importante: velocidade de execução e notas em demasia, tais quais as criticadas pelo imperador da Áustria, séculos antes. Assim como eu, diversos amigos jovens ficamos extasiados, de olhar perplexo para aquela execução rápida e misteriosa, pois não se sabia ao certo, principalmente por falta de canais de informação em Porto Alegre, como era possível se chegar àquele resultado. No passado, Mozart procurara novas fórmulas musicais e, pelo que a literatura e a pesquisa documental, consultadas para essa tese, demonstram, ele não queria ser herói e, sim, inventivo, ao quebrar paradigmas e criar peças de complexidade elevada. No contexto dos heróis da guitarra da década de 1980, o virtuosismo e a busca pela consagração

heroica aparecem como tônicas.

Um dos artistas mais representativos dos heróis oitocentistas é o guitarrista sueco Yngwie J. Malmsteen. A Figura 5 apresenta uma reprodução da capa de seu terceiro álbum, intitulado **Trilogy** (UNIVERSAL, 1986). Nela, pode-se ver uma pintura que retrata o guitarrista duelando com um dragão de três cabeças, utilizando sua guitarra como arma para combatê-lo. O dragão pode ter diversas leituras, como, por exemplo, significar a corporificação do mal, ou uma transformação (GIBSON, 2012). Essa representação imagética exprime o caráter de batalha heroica que o músico pretendia travar. Se a representação de sua *persona* ficava evidente na figura do guitarrista armado, o que representaria o dragão? Os outros guitarristas (o mal ameaçador da concorrência)? O domínio da técnica (a transformação)? A supremacia virtualística? O maior número possível de notas tocadas da forma mais rápida imaginável? Como toda obra artística é interpretada segundo inferências, parece-me simbolizar uma soma de todos esses elementos. É possível pensar, ainda, que a guitarra dominada pela técnica virtuosa, passa do plano mundano ao plano sobrenatural, tendo o poder sobre-humano de enfrentar figuras mágicas como um dragão.

Figura 5: Capa do álbum **Trilogy** (UNIVERSAL, 1986)



Fonte: Reprodução.

Deste mesmo período, cito outros artistas que seguiram pelo caminho do virtuosismo em uma batalha pela posição de herói musical: Chris Impellitteri, Jason Becker, Joe Satriani, Joey Tafolla, Marty Friedman, Paul Gilbert, Tony MacAlpine, Vinnie Moore e Vinnie Vincent. Como ser veloz parece um componente perseguido pelos virtuosos, em 2012, a revista Guitar World publicou uma listagem¹⁰ dos 50 guitarristas mais rápidos de todos os tempos. Nela figuram: Malmsteen (8º), Gilbert (12º), Impellitteri (13º), Friedman (14º), Becker (20º), MacAlpine (31º) e Moore (36º), ficando de fora Satriani, considerado um guitarrista mais melódico do que técnico e talvez por este motivo ausente do *ranking*.

¹⁰ Disponível em <<http://whiplash.net/materias/melhores/166552-michaelangelo.html>> Acesso em 05/05/2014.

No álbum de estréia de Impellitteri, intitulado **Stand in line** (Music For Nations, 1988), é possível ler, no encarte interior: “Eu prometo que meus solos serão cada vez mais rápidos”¹¹. Logo abaixo, pode-se ver a assinatura do guitarrista. A expressão *will only* (algo, como, *sem dúvida*, ou, *com toda a certeza*, em tradução livre) infere uma carga dramática, uma espécie de desafio e sofrimento a que o artista se obriga, fazendo de Impellitteri um paradigma mítico no qual personagens como o de Chazelle (2015) podem se espelhar. A assinatura de próprio punho atesta o compromisso assumido com os fãs. O próprio Malmsteen afirmou, recentemente ¹², que sua velocidade (assim como a de Nicolo Paganini, citado antes) é carregada de sentimento, e que não faria sentido ser veloz por sí só.

Wisnik (2006, p. 48) aponta que a amplificação dos instrumentos desaguou na guitarra elétrica, chamada por ele de “(...) harpa farpada, com a qual Jimi Hendrix distorceu, filtrou, inverteu e reinventou o mundo sonoro, dando a mais lancinante atualidade à força sacrificial do som”. Se Hendrix sacrificou sua guitarra, tocando-a e queimando-a no Festival de Monterey, em 1968 ¹³, e como entende Annaud (1986), o fogo medieval purifica os impuros, Malmsteen (2015) diz que (figuradamente), no dia em que Hendrix morreu, nasceu o guitarrista Yngwie J. Malmsteen. Estaria ele se colocando como sucessor de Hendrix? Quando fala sobre influências, Malmsteen (2015) comenta que se inspirou em guitarristas como Ritchie Blackmore, e nas obras de Bach e Paganini. De Paganini, o que o impressionou foi uma atuação ¹⁴ do violinista russo Gidon Kremer, a que Malmsteen assistiu durante sua adolescência, na qual Kremer apresentava peças de difícil execução. Conforme **Grove** (2015a), Paganini (virtuoso reconhecido do século XVIII), além de exímio violinista, também sabia tocar e compor com maestria para o violão. Hendrix, Bach e Paganini foram o combustível para que Malmsteen desenvolvesse, continuamente, sua técnica guitarrística. Ou seja, nesta

¹¹ No original, lê-se: “I promise that my guitar solos will only get faster”.

¹² Disponível em <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2015/04/08/velocidade-nao-e-o-que-importa-diz-virtuoso-da-guitarra-yngwie-malmsteen.htm>> Acesso em 14/05/2015.

¹³ Vídeo disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Z4QghNBwyt8>> Acesso em 01/05/2015.

¹⁴ Vídeo disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=TN2AFrL2X2I>> Acesso em 28/04/2015.

costura histórica, notam-se virtuosos do passado influenciando virtuosos do presente, servindo-lhes como modelos míticos a serem seguidos, na busca pelo título de herói contemporâneo e mito eterno.

Guggenheim (2009) e Vinil (2008) chamam a atenção para a gravação do tema “Rumble”, de 1958, no qual o guitarrista Link Wray¹⁵ foi pioneiro na utilização da distorção e do *feedback* na guitarra elétrica, sendo considerada a primeira obra instrumental de guitarra a entrar nas paradas de sucesso. Se, nos anos 1970, guitarristas como Jimmy Page e Ritchie Blackmore incorporaram solos longos de guitarra em bandas de *rock*, como Led Zeppelin e Deep Purple, colocando a guitarra em pé de igualdade ao vocal, nos anos 1980, os *guitar heroes* lançavam álbuns exclusivamente instrumentais, com público cativo, inclusive eu. Muitos desses músicos frequentavam escolas especializadas em formação de guitarristas virtuosos, como o GIT (Guitar Institute of Technology), em Los Angeles, escola integrante do MI (Musician Institute ¹⁶), também anunciante da Guitar Player. Embora os *guitar heroes*, em relevo naquele momento histórico, fossem em grande parte provenientes dos Estados Unidos, Motta (2011) destaca um estrangeiro em solo norte-americano: se Malmsteen veio da Suécia, antes dele, o cigano-belga Django Reinhardt já fizera história. Reinhardt perdeu três dedos da mão esquerda em um acidente e, mesmo assim, desenvolveu um estilo vertiginoso de tocar que fez dele, segundo o autor, o primeiro herói da guitarra, na década de 1940.

Portanto, partindo do pressuposto óbvio de que a história é um processo que se nutre de referências do passado, reconfigurando-as no presente, os genes do herói contemporâneo da guitarra já podiam ser observados nas performances de Bach, Mozart e Paganini. Se o herói é aquele que enfrentou um desafio e voltou para relatar o seu feito e ser ovacionado, além de dividir com a comunidade aquilo que aprendeu, a jornada do herói musical virtuoso se assemelha em muito ao esporte. O

¹⁵ Vídeo disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=RLEUSn8y9TI>> Acesso em 28/04/2015.

¹⁶ Site Oficial <<http://mi.edu/>> Acesso em 28/04/2015.

desempenho atlético pode ser comparado a uma performance musical. Gumbrecht (2007) afirma que, em uma performance, podem ser encontrados três componentes básicos: investimento corporal; caráter de evento; e objetos materiais. Aplicando esse modelo à guitarra virtuosa, tem-se o investimento físico corporal que se exige do guitarrista, uma dura batalha, como demonstra Chazelle (2015), em busca da perfeição de execução; a execução pública (em um *show*) ou o registro através de aparatos tecnológicos (como uma gravação de áudio ou vídeo) podem ser pensados como um acontecimento surpreendente; e o objeto material consiste, nesse caso, no instrumento a ser executado, mais precisamente, a guitarra.

Quem deseja ser um virtuoso reconhecido, procura, acima de tudo, demonstrar um total domínio sobre a técnica. Como isso exige um grande esforço físico, proponho estabelecer uma relação entre virtuosismo musical e desempenho atlético. Gumbrecht (2007) aponta que o grande atleta não quer mudar as regras do jogo, mas quer alterar os limites do que é possível, dentro de um conjunto estável de regras e registros de recordes. O *ranking* de velocidade (guitarristas mais rápidos) da Guitar Player funciona analogamente como um *ranking* da corrida de 100 metros em uma olimpíada. Aquele que vence mantém a regra e quebra os limites da execução dentro da regra. O autor rememora dois conceitos oriundos da Grécia Antiga que podem ser aplicados ao esporte e aos *guitar heroes*. Estes conceitos são *agon* e *aretê*. *Agon* pode ser traduzido simplesmente como *competição*. Para Gumbrecht (2007, p. 56), pode-se associar competição “(...) com a domesticação de confrontos e tensões potencialmente violentos dentro de parâmetros institucionais de regras estáveis”. *Aretê* significa buscar a excelência com a consequência de levar algum tipo de performance a seus limites individuais e coletivos. O autor (2007, p. 56) sugere que “(...) a busca pela excelência sempre implica competição, embora a competição não necessariamente implique a busca pela excelência”. Quando um *virtuoso* ou um aspirante a *virtuoso* está tocando, exercitando seu corpo, motivado por um novo horizonte, para ultrapassar a barreira do impossível, o traço competitivo vem à tona. Como Gumbrecht (2007, p. 57) complementa, “mesmo que busquemos a excelência na solidão absoluta, não podemos

fazê-lo sem competir contra a performance de outros (que estão ausentes)". Podemos ir além desse pensamento se levarmos em conta o competidor lutando contra seus próprios recordes, conquistas e limites. *Agon* e *aretê* andam juntos na maioria dos eventos esportivos, convergindo no impulso de ir além, de ir até onde nenhum outro foi antes, uma vez que os espectadores preferem assistir aos atletas quando eles testam e forçam os limites do desempenho humano (GUMBRECHT, 2007), indo além do que já foi, estabelecendo um novo recorde. Esse *ir além* também tem o caráter mítico de realização de feitos sobre-humanos.

Assim como no atletismo, outras atividades humanas de competição e entretenimento, como a dança, por exemplo, exigem um alto grau de envolvimento e, acima de tudo, de disciplina. Essa disciplina está relacionada à ideia de persistência e foco no trabalho. Como aponta o coreógrafo Diego Mac (2015)¹⁷, trata-se de uma "crença instintiva naquilo que, sabemos, não dará resultado em um mês". O *tripé virtuoso da extensão musical* pode ser percebido em todos os casos descritos sobre os *guitar heroes*, pois ele contribui para a promoção de um total domínio da linguagem musical, extendendo os limites do corpo físico para o corpo do instrumento, em uma relação interdependente, pois um não funciona sem o outro.

O filme de Hill (1986), inspirado na vida do violonista de *blues* Robert Johnson que, segundo Obrecht (1997), teria vendido sua alma ao diabo, em uma encruzilhada, em troca de seu talento mágico e incrível, apresenta um duelo¹⁸ entre dois guitarristas, colocando, de um lado, o virtuosismo roqueiro e, do outro, o sentimento do *blues*. Na tela, de um lado, o guitarrista Steve Vai; de outro, o ator Ralph Macchio, dublando o guitarrista Ry Cooder. No filme, o virtuosismo é derrotado pelo *feeling*. B. B. King, um dos principais e mais influentes guitarristas de *blues*, dizia que gostava de tocar com poucas notas, fazendo uma nota valer por mil (G1, 2015). Seria isso a confirmação de que o Imperador da Áustria estava certo ao criticar Mozart? Em 1988, no

¹⁷ Disponível em <<https://www.facebook.com/diego.mac.14/posts/926735620682713>> Acesso em 16/05/2015.

¹⁸ Vídeo disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=aKNS2bXFoHY>> Acesso em 10/05/2015.

auge dos *heróis da guitarra*, a *Guitar Player* (1988) destacou, como revelação do ano, Joe Satriani, que como eu disse anteriormente, é um músico mais melódico, e não um *virtuoso*. Em 2012, a revista *Rolling Stone* (2012) publicou um *ranking* com os 100 maiores guitarristas de todos os tempos. Nenhum dos virtuosos citados nesta pesquisa figuravam na lista. Nietzsche (2008 [1889]) aponta que os grandes homens são como as grandes épocas, matérias explosivas e enormes acumulações de forças. No momento de uma criação, diz ele (2008, p. 115), um artista ou pensador desejaria “(...) criar coisas sobre as quais o tempo lança seus dentes, tender pela forma e pela substância a uma pequena imortalidade”. Avaliando a lista da *Rolling Stone* (2012), percebo, novamente, uma derrota do virtuosismo esmagado pelo *feeling*, as notas demais estirpadas, os *guitar heroes* esquecidos no passado e lembrados apenas neste recorte por sua pequena imortalidade¹⁹. Isso parece indicar que a busca pela destreza ou pela velocidade de execução de um instrumento não são elementos suficientes para evitar a morte de um virtuoso. Talvez os virtuosos que são, também, compositores, possam estar mais próximos da imortalidade por suas criações do que por, simplesmente, sua força física.

Ao longo do que expus, pode-se ver que, ao virtuosismo, foram atribuídos diversos significados durante a história musical: ser sábio; exibicionista; desprovido de emoção; ou exímio instrumentista.

Ser veloz não significa ser sensível, assim como ser sensível não significa não ser veloz. Essa discussão não é nova, e ainda deve prosseguir. Então, indago: seria possível elencar de forma assertiva quais os elementos necessários para a construção de um *virtuoso*? Uma luz emerge quando se pensa sobre *atitude musical*, ou ainda, *atitude de artista*. Embora muito subjetivo, atrevo-me a conceituar segundo minha percepção. A *atitude de artista* significa construir uma identidade singular, ser impactante, mostrar a que veio, ser ousado, envolver e seduzir, fazer algo único, destacar-se

¹⁹ Ainda que o termo *guitar hero* seja usado atualmente inclusive como título de jogo de videogame, os fundadores desta escola estão longe dos olhos da atual geração. A premissa da eternidade não foi alcançada por esses aspirantes a mito, que foram, apenas estrelas celebradas.

perante a multidão. Para Schopenhauer (2002 [1851]), a *virtude* pode ser sinônimo de maestria. Já que aponte a busca pelo virtuosismo como um mantra hipnótico que norteou o comportamento da geração dos *heróis da guitarra*, seria ele uma virtude (sentido positivo) ou um vício (sentido negativo)? Ainda que avaliações sobre qualidade musical envolvam um lado técnico objetivo, e que tudo tenha, pelo menos, dois lados, existe toda uma carga de subjetividade implícita que merece ser pensada.

Nesse contexto, a *atitude* parece ser a grande *virtude*. Não existe técnica sem *feeling*, nem *feeling* sem técnica. Uma vez que toda a execução musical carece de uma técnica, o verdadeiro herói é, enfim, aquele que sabe harmonizar a técnica e o *feeling*. Se o mito busca fornecer modelos de conduta humana, as vídeo-aulas dos virtuosos da guitarra buscaram cumprir esse papel. Felipe (2003) lembra que Paganini foi acusado de ter firmado pactos diabólicos para conseguir um poder de execução do violino muito acima do comum. Assim como diz a lenda que Robert Johnson também teria feito pacto semelhante, essas afirmações seriam utilizadas como explicação para as atuações espantosas desses músicos, atuações sobre-humanas. Ao tocar-se um instrumento ou cantar de forma avassaladora, os artistas passariam da simples categoria de executantes para a de deuses. Resumo que uma das constituintes do mito musical é a mitificação a partir de uma execução extraordinária, que garante que seus feitos heroicos ecoarão no tempo.

1.17 POR QUE INTERESSA A DISCUSSÃO SOBRE O VIRTUOSISMO?

Em **Menôn**, Platão (2015 [401 a.C]) faz uma explanação sobre a virtude e questiona se ela pode ser ensinada, herdada ou se é nata. A obra discorre sobre a existência, ou não, de uma única *virtude* ou de um conjunto de virtudes. Diante desse texto, surge uma reflexão: a qualidade de um músico que executa o seu instrumento com precisão e maestria é apenas uma das inúmeras manifestações de sua virtude? A coragem, a prudência ou a sabedoria são referidas pelo filósofo como exemplos de virtude. Uma definição emergente do texto aponta a virtude como “regozijar-se com as

coisas belas e poder alcançá-las” (PLATÃO, 2015, p. 33). Uma vez que todos as pessoas, cada uma a seu modo, buscam coisas boas em suas vidas, a diferença entre virtuosos e não virtuosos poderia ocorrer pela capacidade de consegui-las. Platão sugere que uma virtude nunca é pura, mas formada por um conjunto de virtudes. Partindo desse raciocínio, no caso dos guitarristas analisados, a virtude não seria só uma questão técnica, mas englobaria outras competências, como disciplina, amor, determinação, capacidade de emocionar em profundidade através do som, etc.

Para os gregos daquele período histórico, a alma era imortal e aprender não significava partir-se do zero, mas rememorar um conhecimento que já faria parte do homem, adquirido no passado, mas perdido no percurso do tempo. Assim, a *virtude* seria acessível àqueles que se empenhassem em alcançá-la, através de uma caminhada que exigia esforço e determinação. Uma das principais maneiras de rememorar era através de um jogo de perguntas e exercícios filosóficos que alcançaria o conhecimento. Platão (2015, p. 81) indaga:

(...) Será que os homens bons, tanto entre os homens de agora quanto entre os seus predecessores, souberam transmitir também a outrem essa virtude na qual eram bons, ou isso não pode ser transmitido de um para outro homem, nem recebido por um de outro?

O autor (2015, p. 99) conclui que, “(...) se a *virtude* fosse ciência, seria coisa que se ensina; mas, se fosse coisa que se ensina, haveria mestres que a ensinam; como parece que não as há, a virtude parece não ser ciência”. Voltando ao exemplo heroico-musical que discuti, se algum aspirante a guitarrista estudasse com um *guitar hero*, não haveria garantia alguma de que acabasse por se tornar, também, um virtuoso, embora essa ocorrência não seja impossível; do mesmo modo, o filho de um virtuoso, sob a influência de seu progenitor, não necessariamente se tornaria um virtuoso, embora essa ocorrência não seja impossível. O mesmo é válido para as estrelas do cinema e seu magnetismo: ser herdeiro de uma estrela não implica obrigatoriamente em herdar o seu brilho. Em resumo, estar cercado ou próximo de pessoas virtuosas não confere o caráter de *virtuoso* a ninguém.

Portanto, a *virtude* não é ensinada, nem herdada. O que ocorre, como no exemplo de du Pré, é uma atuação catalisadora das tensões do tripé da extensão, e embora seu papel seja importante, não determina como regra universal que se possa fazer de alguém um astro ou um mito. Platão (2015, p. 103) conclui seu pensamento da seguinte forma: “(...) a virtude não seria nem por natureza nem coisa que se ensina, mas sim por concessão divina, que advém sem inteligência àqueles aos quais advenha”. Platão acreditava que o conhecimento era um reconhecimento, uma rememoração. Nessa perspectiva da discussão, acredito que a *virtude* não possa ser ensinada, mas, sim, que um talento pode ser moldado e aprimorado. Como diz Gladwell (2008), esse talento necessita de horas a fio de dedicação para que possa ser ampliado e introjectado. A *virtude* interessa, pois é vista como elemento positivo e inspirador, e uma vez que os mitos fornecem modelos de conduta, esse reforço positivo auxilia na construção mítica.

Nesse capítulo, abordei o conceito de *mito*, suas características e elementos constituintes. Demonstrei como a execução *virtuosa* de um instrumento (principalmente no que diz respeito ao *feeling*) tem o poder de encantar e ser reconhecida como um ato sobre-humano.

Um outro elemento importante para a construção e permanência do mito diz respeito à espetacularização, assunto que discutirei a seguir.

2. DO ESPETÁCULO AO HIPERESPETÁCULO

No presente capítulo, buscarei uma definição para o que se entende por espetáculo, ampliando o conceito para o que chamarei de *hiperespetáculo*. No decorrer do texto, temas como *representação*, *processo simbólico*, *construção alegórica* e *estrutura teatral* servirão como alicerces para a compreensão do *panorama espetacular*. Quando pertinente, estabelecerei ligações com o que já foi apresentado no capítulo anterior, demonstrando como os conceitos vistos até aqui auxiliam na compreensão do processo de construção mítica no campo em questão. Discutirei, ainda, a figura da *celebridade*, que surge no campo hiperespetacular contemporâneo, o projeto artístico musical e um breve resgate sobre a indústria fonográfica e o papel do *A&R*²⁰. Nessa jornada, acompanhar-me-ão Platão (2008 [380 a.C]), Aristóteles (2003 [335 a.C]), Debord (2007 [1967]), Forster (1974), Baudrillard (1991), Silva (2006; 2012), Peixoto (2010), Williams (2010), Llosa (2013) e Hobsbawn (2013), dentre outros.

2.1 POR UMA DEFINIÇÃO DO ESPETÁCULO

Procurando por uma definição de senso comum que explique o que se entende por espetáculo, encontrei o que segue: “Tudo aquilo que atrai o olhar, a atenção. Contemplação. Representação teatral” (LARROUSSE, 1992, p. 454). Em outra fonte, me deparei com: “apresentação: atração, diversão, divertimento, exibição; (...) encenação: cena, montagem, peça, representação” (HOUAISS, 2008, p. 366). Ao longo desse capítulo, todas essas expressões ganharão voz para compor o conceito de espetáculo. O espetáculo ao qual minha tese se refere diz respeito à exibição artístico-

²⁰ *A&R* é uma sigla para artista e repertório. Trata-se de um agente dentro da indústria fonográfica que trabalha com o direcionamento artístico dos músicos. Esse tema será explanado no decorrer desse capítulo.

musical. Antes de entrar nas apropriações relacionados à indústria musical, isto é, aquela que molda e formata o espetáculo musical, vou examinar algumas ideias preliminares que me permitam entender as dinâmicas existentes entre a representação que o homem faz de seus ideais no campo espetacular e como o teatro serve de base para que os músicos expressem as suas mensagens musicais.

As pinturas rupestres, datadas de cerca de 20.000 a 30.000 anos a. C., são indícios de que o homem primitivo já se sentia impelido a representar suas vivências para si e para seus semelhantes. Ainda que muito distantes das sistematizações posteriores, realizadas pelos gregos, na arte da representação, cruciais para o que depois se viria a conhecer como teatro, essas pinturas primitivas mostram um homem potencialmente criativo e apto à representação e à interpretação. Se a arte do espetáculo diz respeito a atrair a atenção e o olhar, essas pinturas ancestrais podem ser pensadas como um primeiro registro na arte da encenação. Avançando no tempo, deparo-me com a obra de Platão.

Shopenhauer (2005 [1819]) cita Platão, figura chave para a compreensão do homem enquanto produtor de mensagens e sentido, ao rememorar as ideias do filósofo sobre a percepção da vida e dos objetos que a cercam. Platão aponta que as coisas mundanas, percebidas pelos sentidos humanos, não tem um caráter verdadeiro, mas sim, um caráter relativo, uma vez que seriam imagens despertadas pelas sensações. Como diz ele sobre as coisas (apud SCHOPENHAUER, 2005, p. 237), “elas sempre vêm-a-ser, mas nunca são”. Na conhecida passagem da “Alegoria da caverna”, Platão (2008 [380 a.C]) descreve uma cena hipotética na qual escravos estão acorrentados e imobilizados de frente para a parede de uma caverna escura. O seu grau de imobilidade é tal que sequer podem virar a cabeça para os lados. Atrás deles, existe um fogo ardente que provoca sombras na parede. As sombras projetadas são geradas por objetos carregados por pessoas que passam entre eles e o fogo. Somente as sombras estão no campo de visão. As figuras formadas pelas sombras, contudo, não correspondem aos objetos reais, criando uma percepção deformada. Porém, a experiência faz com que

os escravos tomem as imagens projetadas como sendo as formas reais, e não projeções distorcidas. Schopenhauer (2005) vê, assim, o mundo visível como um fenômeno nulo que tem significação e realidade emprestadas do que nele se expressa.

Isso posto, conclui-se que as projeções transfiguradas tomam o lugar dos objetos reais. A estrutura do pensamento de Platão tem eco nos desdobramentos futuros, permanecendo relevante para a compreensão do mecanismo espetacular. Baseado no que apresentei no capítulo anterior, quero estabelecer uma relação entre as sombras de Platão e o duplo de Dostoiévski. Ao relacionar esses dois conceitos ao mito das estrelas de Morin, é possível afirmar que, analogamente, os escravos são os consumidores dos mitos, enquanto aqueles que escravizam são os produtores dos mitos, e a caverna pode ser tomada como equivalente à indústria de Hollywood. Como aponta Hohfeldt (2001), Platão, a partir de sua alegoria, intui a primeira sala de projeção cinematográfica, sendo os homens agrilhoados no fundo da caverna, os espectadores, e a projeção das sombras produzidas pela incidência da força da luz, o próprio princípio da iluminação projetada sobre o celulóide transparente. Mas antes de Hollywood, vou voltar o meu olhar para o teatro, seu ancestral.

2.2 TEATRO: IMPULSO E REPRESENTAÇÃO

Quando se pensa no teatro, cabe rememorar que existe um impulso do homem que necessita deste instrumento que pode ser de diversão, conhecimento, prazer ou denúncia. A representação teatral, seja ela falsa ou fiel, improvisada ou previamente ensaiada, é povoada de acontecimentos que imitam ou reconstituem imagens da fantasia ou da realidade. Afinal, todas as coisas são elas mesmas e signos. A tríade básica do teatro (dramaturgo, ator e público) pode ser identificada, tanto nele, quanto na pintura e nas apresentações musicais que se utilizam da encenação teatral. Para compreender as relações entre teatro e indústria musical, vou abordar a atuação de três artistas que desempenham um papel simultâneo de autor-

ator, sendo um deles oriundo do mundo da pintura e os outros dois exemplos relacionados diretamente ao campo da música.

Resgatando brevemente as origens do teatro, Peixoto (2010) relata que são mencionadas representações litúrgicas no Egito entre 3000 a.C. a 2000 a.C. Pesquisas mais recentes descobriram um papiro, provavelmente de 1887 a.C., que indica um ritual de representação da morte e esquartejamento de Osíris, deus da terra e da fertilidade no Egito.

Acredita-se que os primeiros intérpretes de tais espetáculos tenham sido os sacerdotes. O primeiro a ser nominado, na história do teatro, é o grego Téspis que, em 560 a.C., teria introduzido, na encenação primitiva do canto poético, o diálogo e o personagem. De lá até os dias de hoje, a representação teatral vem sofrendo metamorfoses paradigmáticas e subdivisões em gêneros constantes, nutrindo-se do passado e atualizando historicamente suas técnicas e tessituras.

A **Arte poética**, de Aristóteles (2003 [335 a.C]), é considerada como marco fundador para que se pense a narrativa teatral. No que diz respeito à tragédia grega, a tese geralmente aceita é a de que as representações apareciam nos cultos a Dionísio, deus do vinho e da fertilidade, das fontes da vida e do sexo. O teatro é ritual. Aristóteles afirma que a tragédia tem sua origem nos ditirambos (cantos corais acompanhados de flauta) e tende a representar os homens melhores do que são, enquanto a comédia nasce das cerimônias e canções fálicas, mostrando os homens piores do que são. Naquele período, as tragédias versavam sobre heróis e mitos, enquanto as comédias estavam voltadas à investigação crítica do cotidiano, ainda que geralmente em defesa dos valores tradicionais e contra os perigos de uma decadência ética e moral. Peixoto (2010, p. 68) lembra que,

para Aristóteles, a arte é imitação da natureza; o drama é a imitação das ações, tendo por objetivo provocar compaixão e terror. A identificação do público com os personagens coloca o primeiro em estado de êxtase e assim poderá atingir a purgação (catarse) destas emoções.

No jogo teatral, assistindo ativa ou passivamente, os espectadores são envolvidos no manto ritualístico das representações. Avançando na conceituação teórica, Brecht (apud PEIXOTO, 2010, p. 14 – grifo do autor) declara ser o prazer a função mais nobre da atividade teatral:

Etimologicamente a origem é o verbo grego *theastai* (ver, contemplar, olhar). Inicialmente designava o local onde aconteciam espetáculos. Mais tarde serve para qualquer tipo de espetáculo: danças selvagens, festas públicas, cerimônias populares. A idéia que hoje a palavra desperta em nós só aparece definida no século XVII.

Palavras e gestos, silêncio ou imobilidade. Diversos são os artifícios que constroem o jogo teatral. O teatro é um ato social de mão dupla: transforma a sociedade e a sociedade o transforma. Como nas demais artes, ele sintoniza com o presente, sendo seu reflexo e ponto de reflexão. O teatro é luz e sombra. O teatro é imagem. E quando a imagem é dada, não se pode mais imaginar. A imaginação já está concretizada. Aristóteles vai ampliar a questão da imaginação, pensando-a como algo positivo, uma vez que, para Platão, as representações eram estáticas, um exercício de rememoração que levava ao conhecimento. Já em Aristóteles, encontra-se movimento e dinamismo. Aristóteles pensa o ser humano em relações entre si, não individualmente. A partir de Aristóteles, a imagem dada, isto é, a imaginação fornecida, vai começar a ganhar força, funcionando como um espelho e gatilho propulsor das emoções, em um processo de retroalimentação de novas imagens e fantasias.

No teatro, o homem pode participar de um jogo lúdico, uma brincadeira de ser o outro (o duplo). Desde os primórdios da representação, até os dias de hoje, aquele que atua pode representar a sí, aos deuses, assumir a forma de animais ou de seres bizarros. A leitura de Peixoto (2010) lembra que, ao representar-se um deus, o teatro permite que este encarne na terra e no espaço da representação, corporificando e dando forma a uma energia que vê, no teatro, a sua interface de conexão com o plano superior. Assim, a representação promove conexão e reflexão. Esse caráter mágico vai aparecer muitos séculos depois nas representações contemporâneas. Até

hoje, as representações ritualísticas estão impregnadas de cargas de subjetividade, fantasiosas e místicas, seja no campo da religião, seja no da indústria do entretenimento. Teatro é, constantemente, em certo sentido, um ritual religioso, um ritual de culto (cultuar o texto, a interpretação) e de fé (no sentido de crer em ideias e na representação).

O teatro é também espelho pois, ao imitar os homens, permite um olhar de fora para dentro, uma contemplação analítica que pode se servir, tanto do deboche, como do drama, para questionar o homem e sua existência. Trata-se de uma contemplação com potencial de reflexão. Cabe lembrar que a palavra *drama* significava *ação*, para os gregos, e que ela só vai começar a representar *conflito* e *sofrimento* séculos depois, no movimento romântico. Peixoto (2010) entende que o teatro nasce no instante em que o homem primitivo coloca e tira a sua máscara diante do espectador. A máscara, aqui, não é necessariamente o objeto em sí, mas uma figuração. *Colocar a máscara* significa assumir uma interpretação, isto é, uma simulação. Como afirma o autor (2010, p. 13), “(...) quando a representação cênica de um deus é aceita como tal (...), a divindade presente é um homem disfarçado”. Peixoto (2010, p. 17 – grifos do autor) promove um *flash* para demonstrar como o espectador mudou no decorrer da história do teatro, comparando os conceitos de Aristóteles, Brecht e Boal:

(...) No projeto de Aristóteles, o espectador delega poderes para que o personagem pense e atue em seu lugar; no projeto de Brecht, para que o personagem atue, mas não pense, em seu lugar (...). Para Boal, *teatro é ação* (...). Seu objetivo é fazer com que o *espectador* (...) interrompa a ação dramática, incorporando-se àqueles que a conduzem, formulando, através de representação, sua compreensão e capacidade de agir.

Junto ao espetáculo, caminha a ideologia.

2.3 A IDEOLOGIA DO ESPETÁCULO

Ainda que o termo *ideologia* não existisse de forma conceitual até o final do século XVIII (postulado por Destutt de Tracy), é possível imaginar o

teatro como um campo ideológico, uma vez que ele pode ser pensada como um cimento social, e o espetáculo, um meio de espalhar esse cimento. A ideologia, conforme infere-se a partir da leitura de Thompson (2010 [1990]), diz respeito ao movimento de formas simbólicas controladas, com capacidade potencial para influenciar o público do espetáculo. Como afirma Thompson (2010, p. 16), “ideologia é o sentido a serviço do poder”. Não querendo entrar no espectro marxista da questão, descarto a luta de classes e passo a enxergar, no espetáculo, não uma luta, mas um equilíbrio de forças de poder entre o público e o artista. É nesse sentido que percebo o poder criativo da ideologia. Como visto no capítulo anterior, o mito e a estrela tem o poder de cativar e influenciar a audiência. Uma vez que a narrativa mítica do espetáculo é também uma troca simbólica e um cimento social que une astros e súditos, ela carrega consigo uma carga explícita e/ou velada de cunho ideológico. Toda a atuação é passível de ideologia. Quer seja no sacerdote ancestral, como no ator contemporâneo, essa característica sempre existiu, mesmo que naqueles tempos primitivos não se chamasse de ideologia. Portanto, o espetáculo terá sempre um projeto artístico e um projeto ideológico, que, inclusive, podem se cristalizar no mesmo objetivo.

O campo da atuação não diz respeito apenas ao espetáculo artístico e ao teatro. Ele existe nas artes, na política, na guerra e na religião. Ainda que muitos espetáculos possam apresentar propostas banais e descartáveis, considerados lixos da *indústria cultural* que, como sistematizam Adorno e Horkheimer (2002 [1947]), consiste na mercantilização e enfraquecimento da dignidade dos bens culturais, Peixoto (2010, p. 23 – grifo do autor) defende que o teatro pode ser muito significativo para o espectador, “(...) não o simples reconhecimento de sua subjetividade, mas sim o *conhecimento de sua existência como ser social*”. No jogo teatral contemporâneo, atores e espectadores são dois grupos, co-produtores, estímulo e resposta, mão dupla, necessários e cúmplices. O espetáculo é um elemento orgânico, um organismo vivo, constituído por diversos capilares que lhe conferem a vida. Nesse bionte estão o autor do texto a ser encenado, diretores, atores, cenógrafos, contra-regras, iluminadores, sonoplastas, figurinistas, produtores

executivos e financeiros. Somados ao público, fazem vibrar a encenação, vidas que se somam, vidas que a preenchem com mais vida.

2.4 O PERSONAGEM DE FICÇÃO

O espetáculo nutre-se de diversos saberes artísticos para compor a sua teia narrativa. Um cenário, por exemplo, pode ser construído com o auxílio da pintura; determinada trilha musical sublinha a atuação; a dança pode enriquecer uma cena. Uma vez que as artes cênicas intercambiam estruturas para fortalecer o resultado final de uma encenação, julgo pertinente uma aproximação com o texto literário. Nele, o personagem é peça fundamental. O duplo encenado é também um personagem. Penso a literatura como a maior de todas as artes e vejo sua comunhão com a música como um ato de respeito e necessidade, especialmente no caso do gênero literário denominado *romance*.

Para Forster (1974), um romance é basicamente a narrativa de uma estória, isto é, uma narrativa de acontecimentos dispostos em sequência de tempo. Trata-se, pois, de narrar a vida no tempo. Está estruturado através do enredo, que pode ser entendido como acontecimentos lógicos de causalidade. Os protagonistas ganham vida e força principalmente quando fazem emergir traços humanos velados no cotidiano, mas expostos através do texto do romance. Expressar a natureza humana é uma das funções principais do romance. Embora o romance carregue consigo traços do real, ele é uma obra de ficção, assim como o espetáculo. Um dos pontos cruciais da ficção é o de fornecer ao homem uma percepção mais completa da precária fragmentação da vida. O conhecimento apresentado pela narrativa ficcional é muito mais coeso e completo (e nesse sentido, mais satisfatório) do que o conhecimento fragmentário ou a falta de conhecimento real que povoa as relações interpessoais.

Para Reis (1990), o personagem é o eixo em torno do qual gira a ação e em função do qual se organiza a economia da narrativa. Um personagem forte e bem construído consegue sugar, por completo, o leitor para dentro da

obra. Ele pode ser pensado como uma unidade difusa de significação, construída progressivamente. Compreende, ainda, um suporte de redundâncias e de transformações semânticas da narrativa. A redundância ajuda a construção e fixação a partir da repetição, da soma das informações sobre quem é o personagem, o que ele diz e o que ele faz. O personagem se move dentro de uma verossimilhança interna, ou seja, enquanto uma entidade condicionada no seu agir pela teia de relações que o ligam aos demais personagens da narrativa na qual está inserido. O nome próprio, a caracterização e o discurso são algumas das variantes que configuram a sua semântica.

Proust (apud CANDIDO, 1976, p. 64) afirma que “(...) as relações humanas, os mais íntimos contatos do ser, nada mostram do semelhante, enquanto a arte nos faz entrar num domínio de conhecimentos absolutos”. Ou, como diz Forster (1974, p. 35), “o que é fictício num romance não é tanto a estória, mas o método pelo qual o pensamento se transforma em ação, um método que nunca ocorre na vida diária”. O autor (1974) também ressalta que a intimidade é um expediente temporário, uma vez que, mesmo que fosse vontade do homem, expressar a sua totalidade seria algo utópico. Já o personagem de ficção se revela por completo, uma vez que sabe-se todos os seus detalhes e partilha-se de seu mundo interior. Como revela o autor (1974, p. 49), “(...) são pessoas cujas vidas secretas são ou poderiam ser visíveis: nós somos pessoas cujas vidas secretas são invisíveis”. Assim, a narrativa ficcional do romance fornece uma representação da raça humana mais compreensível. Como o desconhecido pode ser ameaçador, essa revelação desnudada contribui para gerar uma sensação reconfortante, dando a ilusão de controle e poder. Nessa representação, mesmo os mais perversos seres são amistosos, pois são conhecidos intimamente.

Ao pensar o personagem como um signo narrativo, Reis (1990) propõe medir o seu peso na trama de acordo com seu relevo, isto é, suas intervenções na ação, sendo a intensidade do maior ao menor grau considerada segundo a seguinte classificação: protagonista (em especial a figura do herói), secundário ou figurante. O personagem é, em resumo,

indispensável como uma entidade funcional que dá suporte à ação. Sua fala, seja em ações, palavras ou pensamentos, configura e reverbera sua vida interior. Esse discurso pode ser direto ou indireto. No direto, encontram-se os diálogos ou monólogos, plano no qual o personagem assume o estatuto de sujeito da enunciação. A escolha do conteúdo do discurso, e a forma como ele é enunciado, ajudam a situar o personagem no tempo e no espaço, dando pistas de quem ele é ou a que vem. Já o discurso indireto diz respeito a uma forma menos mimética de reprodução do discurso do personagem. Nesse modelo, tem-se a presença de um narrador que não abdica do seu estatuto de sujeito da enunciação: ele resume, edita, seleciona e interpreta a fala ou os pensamentos do personagem. Existe, ainda, o discurso indireto livre, um tipo híbrido no qual a voz do personagem penetra na estrutura formal do discurso do narrador, como se ambos falassem em uníssono, fazendo emergir uma voz dual. Esse tipo de discurso permite representar os pensamentos do personagem sem que o narrador abdique do seu estatuto de mediador.

Rosenfeld (1976) discorre sobre a noção de verdade. Para os autores, no caso de obras ficcionais, a verdade remete a conceitos como genuinidade, sinceridade e autenticidade. Uma outra questão diz respeito à verossimilhança que, segundo Aristóteles (2003), não seria a adequação àquilo que aconteceu, mas de algo que poderia ter acontecido. É possível pensar-se ainda que a verdade pode estar relacionada à coerência interna no que diz respeito ao mundo imaginário dos personagens e situações miméticas. Nesse sentido, o autor (1976, p. 20 – grifo do autor) afirma que “é paradoxalmente esta intensa *aparência* de realidade que revela a intenção ficcional ou mimética”. Sob essa perspectiva, a verdade em questão é a da verdade-ficção, isto é, aquela apropriada e coerente com a narrativa ficcional construída. Autor e leitor da obra estabelecem um pacto narrativo e compreendem que, nesse universo, até histórias fantásticas poderão se impor como realidade. Forster (1974) comenta que o personagem de um livro pode ser considerado real quando o romancista sabe tudo a seu respeito, mesmo que essa totalidade não tenha sido revelada ao leitor. Trazendo para o plano espetacular, o mundo mediado, no palco, pelos atores e cenários,

constrói um universo intencional no qual a ficção ou a *mimesis* reveste-se de uma força capaz de substituir ou impor-se à realidade.

Proponho-me, então, a pensar o espetáculo como obra ficcional. A obra de ficção possui um mundo interno fechado. Rosenfeld (1976, p. 34), aponta que “(...) a limitação da obra ficcional é a sua maior conquista (...)”, uma vez que, “(...) os personagens adquirem um cunho definido e definitivo que a observação das pessoas reais, e mesmo o convívio com elas, dificilmente nos pode proporcionar (...)”. A narrativa ficcional funciona como um foco de precisão, um limite que confere ao personagem traços marcantes e bem definidos, muito mais preciso do que uma observação da realidade poderia conferir. Forster (1974) já externa a mesma percepção. Em comparação com o cinema, por exemplo, o pacto narrativo faz com que o público veja apenas o personagem, uma vez que o ator é posto em segundo plano, ou até excluído, quando a ficção se impõe sobre a realidade. Esse acordo contribui para reforçar o mito através de uma mensagem bem específica. Como sugere o autor (1976, p. 34 – grifo dele), assim como em um espetáculo musical de uma banda ou cantor, em determinadas peças teatrais os personagens

(...) se confrontam com poucos personagens, aparecem em poucas situações e se *esgotam* quase totalmente nos aspectos proporcionados pela ação específica da peça, de modo que seria difícil imaginá-las fora do contexto desta ação peculiar.

A limitação de ações e falas do personagem em cena conferem um caráter único e mais coerente do que o existente entre as pessoas reais. Se as pessoas podem ser isso e aquilo, ou ora ser isso e ora ser aquilo, o personagem é sempre uma unicidade de síntese. Como aponta Rosenfeld (1976, p. 35), isso ocorre “(...) em virtude da concentração, seleção, densidade e estilização do contexto imaginário, que reúne fios dispersos e esfarrapados da realidade num padrão firme e consistente”. Ou ainda, como complementa (idem, p. 35), “(...) a ficção é o único lugar (...) em que os seres humanos se tornam transparentes à nossa visão, por se tratar de seres puramente intencionais (...)”. A obra ficcional apresenta seres humanos com

contornos definidos e definitivos, que vivem situações exemplares de modo exemplar. Nesse recorte específico e premeditado, os personagens podem trazer à tona conflitos ou situações limite, revelando aspectos essenciais da vida humana, sejam eles trágicos, sublimes, demoníacos, grotescos ou luminosos.

A ficção é um lugar privilegiado no qual, através dos personagens, o homem pode viver e contemplar a si mesmo, desnudado através da narrativa. Esta narrativa é também um espelho que permite mirar-se e transformar-se imaginariamente no outro, vivendo outros papéis e destacando-se de si mesmo, o que vai objetivar uma reflexão (tanto no sentido de reflexo, como no de pensamento) de sua própria situação. Como observa o autor (1976, p. 49), “(...) afastando-se da realidade e elevando-se a um mundo simbólico o homem, ao voltar à realidade, lhe apreende melhor a riqueza e profundidade”. Ou, conforme Goethe (apud CANDIDO, 1976), através da arte é possível aproximar-se da realidade, ao mesmo tempo em que distancia-se dela.

Os personagens vivem fatos organizados. Estes fatos compõem o enredo. Ou seja, o enredo existe através dos personagens e os personagens vivem pelo enredo. Os personagens tem um potencial de aderência aos leitores que vai ser efetivado por mecanismos de projeção, identificação e transferência. As ideias e o enredo da narrativa vivem nos personagens. Quando os mecanismos citados atuam de forma impactante, a narrativa se cristaliza, convertendo-se em verossimilhança. Se o leitor sentir-se profundamente tocado e aceitar plenamente a verdade dos personagens, poderá introjectar a trama como uma verdade, ultrapassando o caráter verossímil. Candido (1976) destaca um paradoxo quando propõe pensar os personagens como seres de ficção, questionando se algo que não existe (plano da ficção) pode existir (ser). Pois é justamente nesse paradoxo que o pacto de leitura vai ser alicerçado, nessa relação dialética entre o ser vivo e o ser fictício, manifestado através do personagem, concretização deste.

Estabelecendo uma comparação entre a leitura de um ser real e a de um ser ficcional, observa-se que o ser real apresenta uma diversidade de paradoxos comportamentais que escapa ao nosso alcance, pois não se é capaz de abranger a personalidade do outro com a mesma facilidade com que dá-se conta de sua configuração externa. Trata-se de um domínio finito que coincide com os limites do corpo. Como expõe Candido (idem, p. 56), “(...) a noção a respeito de um ser, elaborada por outro ser, é sempre incompleta, em relação à percepção física inicial. E o conhecimento dos seres é fragmentário”.

Candido (1976, p. 58) alega que, “na vida a visão fragmentária é iminente à nossa própria experiência; é uma condição que não estabelecemos, mas a que nos submetemos”. Por outro lado, na narrativa ficcional, esta visão é controlada e dirigida pelo autor, encerrada em uma estrutura que deixa passar o que convém e retém o que não deve ser visto. Eu penso o autor como um diafragma que controla a passagem da luz e ilumina aquilo que interessa à construção dos personagens e da narrativa. Assim, a narrativa fornece uma visão mais coesa e menos variável do que a vida real. Essa leitura, que permite pouca flutuação de sentido, diz respeito à lógica interna dos personagens. Como pode-se complementar a partir de Candido (1976, p. 59), na ficção o criador fornece aos personagens “(...) uma linha de coerência fixada para sempre, delimitando a curva da sua existência e a natureza do seu modo-de-ser”.

Ao forjar um personagem, o autor não anula a profundidade do ser ficcional, ele apenas põe em relevo as características marcantes para sustentar o enredo e a ideia a serem apresentados na narrativa. A consequência é que a compreensão que se tem sobre a *persona* do personagem é muito mais cristalina e muito mais precisa do que a percepção que se tem da própria existência, cheia de curvas e atalhos que fogem ao controle. Como o personagem delimitado é explicável, acaba adquirindo uma originalidade maior do que a vida, onde todo o conhecimento sobre o outro chega de forma incompleta, fragmentária e relativa. Diferente da vida cotidiana, onde as causas e motivações que guiam as ações ficam veladas,

na narrativa ficcional o autor organiza esse jogo de causas e, através dele, consegue penetrar em camadas profundas e reveladoras do espírito humano. Ao contrário do caos da vida, a lógica interna dos personagens é delimitada e sistematizada, uma transfiguração da vida. A criação e sustentação de um personagem consiste em oscilar dentro de limites estabelecidos por essa ordem criativa, ou corre-se o risco de enfraquecer o ser ficcional, caso ele desobedeça à sua lógica interna.

Essa síntese opera segundo uma sistemática que prevê a seleção e a combinação de fatores constituintes do personagem, que produzirão uma rica experiência de leitura, criando uma macro complexidade com um mínimo de traços psíquicos, atos e ideais. Essa construção vai gerar um paradoxo essencial para o encantamento dos leitores pelos personagens. Candido (1976, p. 60) levanta dois pontos que formam essa contradição produtiva. Para ele, os personagens podem ser vistos por dois aspectos:

- 1) como seres íntegros e facilmente delimitáveis, marcados duma vez por todas com certos traços que os caracterizam; 2) como seres complicados, que não se esgotam nos traços característicos, mas tem certos poços profundos, de onde pode jorrar a cada instante o desconhecido e o mistério.

Essa tensão entre simplicidade e complexidade confere força aos personagens e permite que elementos selecionados conduzam uma expressão potencializada. O autor (1976) sugere, a partir da leitura de Forster (1974), uma classificação para os personagens, separados no que ele chamou, de um lado, *planos*, e de outro, *esféricos*. Os personagens planos são aqueles constituídos em torno de uma única ideia ou qualidade. Como resultado, são facilmente reconhecidos pelo leitor, permanecendo inalterados no espírito, pois não mudam com as circunstâncias. Já os personagens esféricos, ao contrário dos planos, são aqueles do tipo mais complexo e que tem uma grande capacidade de surpreender.

Outro ponto a ser pensado diz respeito à matriz geracional utilizada na criação do personagem de ficção. Essa matriz pode ser formada por reflexos do real, somados a experiências e percepções pessoais do criador. As

possibilidades estéticas e estilísticas vão contribuir para como esse material seja lapidado e reelaborado. O personagem pode, também, exprimir o próprio criador deformado ou traços confessionais deste. Quando existe a transposição de características e modelos do real para o plano ficcional, esses traços podem ser oriundos de pontos diversos: resgate de experiências/modelos com os quais o autor teve contato direto; transporte de modelos anteriormente abordados por ele; retomada de elementos apresentados por terceiros em outras obras ficcionais. Candido (1976, p. 74) resume que, de modo geral, o que se dá é um trabalho do criador em que “(...) a memória, a observação e a imaginação se combinam em graus variáveis, sob a égide das concepções intelectuais e morais”.

A verdade do personagem não depende de relações diretas com o real, mas sim, de sua correta construção para desempenhar com força, dinamismo e emoção, a função que deve exercer dentro da narrativa. É a organização do material narrativo que vai determinar as relações de verossimilhança apresentadas na obra. O aspecto mais importante do romance é a análise de sua composição, de suas tensões e seu mundo interno, e não uma comparação com o mundo externo. Resgatando a questão do mito, se, na vida real, determinado comportamento mítico parece inverossímil, é a narrativa mítica que vai determinar a sua possibilidade. Se a organização da trama funciona e convence, o leitor poderá tranquilamente aceitar fatos inverossímeis como composições pertinentes ao que é narrado. Se bem trabalhado, o insólito será, de fato, um grande aliado do criador, saturando a narrativa até que o fato ecloda como verdade. Como apontei anteriormente, trata-se da naturalização do mito.

Se o romance literário é narração, o teatro é ação, uma ação que depende, acima de tudo, da atuação dos atores. Nesse aspecto, o narrador pode ser dispensado e a ação entre os atores é quem vai construir o enredo, apresentar suas tensões e conduzir os caminhos. Através do diálogo, os personagens permitem que o público penetre em seu mundo interior. Os atos dos personagens denunciam estados de espírito. A ação dos personagens não se traduz apenas em movimento ou atividade física. Como complementa

Prado (1976, p. 92), “(...) o silêncio, a omissão, a recusa a agir (...) também funcionam dramaticamente. O essencial é encontrar os episódios significativos, os incidentes característicos, que fixem objetivamente a psicologia do personagem”. Uma das técnicas para fazer o personagem crescer em cena é colocá-lo diante de um antagonista (que, como o nome sugere, é aquele que se opõe ao protagonista) ou dos chamados personagens contraste, aqueles que servem de apoio, contribuindo para um jogo de luz e sombra sobre o personagem principal. Trarei, a seguir, personagens atuando em narrativas ficcionais do espetáculo.

2.5 AMPLIANDO O CAMPO DA ATUAÇÃO PARA A PINTURA E À MÚSICA

Apresentarei, agora, exemplos de como a atuação pode ser articulada, seja por artistas da pintura, seja em um *show* musical. Os recortes ilustrativos, expostos a seguir²¹, utilizam-se de ironia (ou comédia), mostrando o homem *pior do que é*, e também da tragédia, apresentando uma crítica ao cotidiano. Uma vez que a representação carrega em seu íntimo o poder de trazer à luz e dar vida ao ser representado, ela permite ao público uma espécie de radiografia viva, um olhar crítico e contemplativo de si mesmo.

Os integrantes de banda alemã Rammstein, a cantora *pop* norte-americana Madonna, e o pintor italiano Caravaggio assumem, nas obras apresentadas nesse pequeno recorte, o papel simultâneo de autores e atores de suas *cenas teatrais*, sendo elas, respectivamente: um vídeo musical, uma apresentação musical ao vivo e uma pintura a óleo. Analisarei as *cenas* sob o ponto de vista da representação, da *obra de arte total* wagneriana, e sob a ótica da construção alegórica.

²¹ O texto é resultado parcial de artigo produzido durante o doutorado, para a disciplina Teorias do Drama, do prof. Dr. Antonio Hohlfeldt. Foi posteriormente publicado na revista *Sessões do Imaginário*. PALUDO, Ticiano. “BANG, BANG! Caravaggio, Rammstein e Madona: Sexo, violência e auto-representação em alegorias encenadas”. In: *Sessões do Imaginário*, Ano 18, n. 30, 2013, pp. 79-88.

Para o encenador russo Constantin Stanislavski (apud PEIXOTO, 2010, p. 45), representar significa “estar certo, ser lógico, coerente, pensar, lutar, sentir e agir em uníssono com o papel”. Para Stanislavski, o ator deve desenvolver um trabalho de tal identidade emocional com seu personagem, a ponto de dar a impressão de que ambos são um só ser. Mais uma vez, pode-se perceber a sugestão do duplo fundindo-se ao seu original.

Já Bertolt Brecht propõe que o ator não se anule ou confunda com o personagem, assumindo a postura de quem mostra um comportamento ao público, estabelecendo um diálogo crítico com a platéia, impedindo que ela acabe anestesiada pela interpretação. Peixoto (2010) equaliza a questão ao afirmar que ambas as técnicas podem coexistir sem ser excludentes. O ponto de partida de Stanislavski é o ator, enquanto que o de Brecht, é o autor. Como refere Peixoto (2010), para Stanislavski, os personagens conduzem a narrativa, enquanto que, para Brecht, é o oposto. Minha tese tem interesse naqueles músicos que atuam simultaneamente como autores e intérpretes, e nos casos em que o duplo assume o papel do seu original. Nessa primeira pincelada, vou trazer traços do que desenvolverei mais adiante, quando me referir ao que chamarei de *artista total*. A comparação com o campo da pintura tem por objetivo mostrar outras facetas do jogo da representação.

As interpretações artísticas servem-se de *alegorias*. Para a compreensão da alegoria, proponho um retorno a Aristóteles, agora debruçando-me sobre a questão retórica. Aristóteles diz que a retórica é uma parte da dialética, pois, sendo a verdade demasiado débil para se impor, precisa contar com um instrumento que a torne mais eficaz. Kothe (1986, p. 6) define a *alegoria* como uma figura de linguagem integrante:

A alegoria é geralmente vista como figura de linguagem, portanto como parte da retórica. Mas seu meio de representação não precisa ser, necessariamente, a linguagem verbal. Pode ser, por exemplo, a pintura ou a escultura. A alegoria costuma ser entendida como uma representação concreta de uma idéia abstrata.

Porém, quanto mais abstrata a ideia, mais vazia de significado ela fica. E esse não é o devir da alegoria. Alegoria, então, é o *dizer o outro*. Esse

dizer envolve um processo metafórico. A persuasão, o exercício da vontade, tornou-se a essência da retórica. A metáfora, construída sobre atributos comuns a dois entes diversos, é o resultado de um processo de síntese. Quanto mais distantes forem os elementos de comparação, mais surpreendente ela será. Cria-se, então, uma nova identidade, forjada pela soma destes pólos contraditórios. O que difere a alegoria da metáfora é que a alegoria é mais extensa e detalhada.

Uma vez que voltarei meu olhar para três obras artísticas distintas, cabe realçar que, como aponta Kothe (1986, p. 15 – grifo do autor), “a obra de arte procura dizer o real (ainda que subjetivo), como o real procura se dizer através da obra: cada um diz o seu outro e se diz *no* outro (como faz todo o elemento alegórico)”. Como já pautei posicionamentos alusivos à verdade, nos mitos, e à verdade, nas representações, ressalto, agora, que ficcional, a obra não escapa da realidade, afinal é parte dela. Fora da realidade, a fantasia não tem sentido. Kothe (1986, p. 71 – grifo nosso) afirma que “autor e leitor geram juntos a obra, que é sua alegoria, o seu *dizer o outro*, de modo que equivale à relação amorosa”.

Já a fábula²² (por exemplo, a história da cigarra e da formiga²³, na qual a formiga é apresentada como correta, porque trabalha duro, e a cigarra, como incosequente, porque prefere cantar), é tradicionalmente um discurso ideológico conservador, uma legitimação do *status quo*, que nasce para perpetuar os interesses dominantes. Retomando o raciocínio, a alegoria é um instrumento estratégico ideológico que tem o fetichismo como elemento inerente. Oscila entre dois pontos: explícito e velado, e vai depender de um *timing*, ou seja, depende do momento histórico, situa-se no tempo, liga-se a um contexto. O mesmo vale para grupos fechados, onde o código pode ser interpretado por seus membros, mas é ininteligível ou obscuro para quem está fora do grupo. A alegoria, assim como toda a linguagem cifrada,

²² Narrativa alegórica que tem geralmente animais como personagens e uma lição moral como conclusão (KOTHE, 1986).

²³ Sobre a fábula, consultar <http://pt.wikipedia.org/wiki/A_Cigarra_e_a_Formiga> acesso em 02/02/2016.

encontra-se em algo que não é privilégio particular de ninguém: a realidade. A alegoria não possui um significado estanque, único e universal. Ela significa, em um determinado contexto, dentro de um determinado grupo, e em um momento histórico específico. Essas variáveis podem alterar o significado ou a crença na mensagem alegórica (o *aqui agora* da formulação, circulação e interpretação). Cabe ainda ressaltar que, para sua eficácia, a alegoria deve transformar experiências pessoais em experiências universais. O mesmo pode ser dito da música.

Diante do exposto, passo às análises. Nelas, buscarei identificar inicialmente a questão alegórica, passando para a encenação. Nos exemplos musicais, identificarei, também, as lições wagnerianas, estabelecendo, ao final, um confronto entre Wagner e Caravaggio.

2.6 CARAVAGGIO: ENCENAÇÃO NA PINTURA

A primeira obra a ser analisada é uma pintura a óleo, datada de 1606. Intitulada **Davi com cabeça de Golias** (Figura 6), trata-se de uma alegoria bíblica integrante do Velho Testamento (Samuel, 16-17) na qual Davi, com a ajuda de sua fé em Deus, mata Golias, o gigante malvado, com uma fundada, e após sua morte, decapita-o.

Schama (2006) apresenta uma leitura da cena representada por Caravaggio na qual afirma que, neste auto-retrato, Caravaggio não se representa como o herói (Davi), mas sim como o vilão, o monstro (Golias). Infere-se que, oferecendo sua própria cabeça, ele seria absolvido de seus pecados (uma vez que a alegoria depende de contexto; cabe citar que, neste período, ele era fugitivo, acusado de assassinato). Ao contrário das narrativas tradicionais, nas quais o herói é o bondoso que vence, aqui o herói é o vilão, o gênio-artista que se retrata como tal. Trata-se de um auto-retrato diferente de outros que haviam sido pintados até então. Os retratos tradicionais procuravam banhar os retratados com beleza e *virtude*. Aqui, Caravaggio personifica a maldade.

Figura 6: **Davi com cabeça de Golias** (Caravaggio, 1606)



Fonte: Reprodução.

Em uma representação da *virtude* do bem sobre o mal, Davi deveria ser o centro das atenções da cena retratada, porém, está em segundo plano e suas feições não esboçam um semblante vitorioso ou orgulhoso. Pelo contrário, aparenta um tom de decepção, estando o foco principal direcionado à cabeça cortada, para a qual se dirige, também, o olhar de Davi, induzindo igualmente o olhar do espectador. A espada utilizada na decapitação apresenta a inscrição “*Humilitas occedit superbiam*”, isto é, “a humildade conquista o orgulho”. Para Schama (2006), trata-se de uma batalha que vinha sendo travada internamente por Caravaggio. Há o devoto, o corajoso “Davi Caravaggio”, e o pecador criminoso, “Golias Caravaggio”. A cabeça patética, arrancada do corpo, parece dizer “eu sei quem eu fui, eu sei o que eu fiz”. Um retrato sem graça, sem virtude, apenas a cabeça inundada de autoconhecimento. Schama (2006) afirma que, para ele, “o poder da arte é o poder da verdade, não apenas sobre nós mesmos. Pois se tivéssemos a

chance de alguma redenção, ela deve começar com um ato de reconhecimento de que em todos nós o Golias compete com Davi”. Aí está a chave dessa alegoria, uma auto-encenação que parte do particular para se tornar universal. Caravaggio ficou conhecido por seu trabalho singular, apresentando, constantemente, uma narrativa densa e perturbadora. Como aponta Strickland (2004, p. 47), “(...) Caravaggio secularizou a arte religiosa, fazendo os santos parecerem gente comum e os milagres, eventos do cotidiano”. Caravaggio decifra a esfinge, devora-a e a vomita, desnudada, na cara de todos. Uma vez que se está diante do Caravaggio personagem, confrontado com o Caravaggio pintor, pode-se alegar que essa representação apresenta um outro Caravaggio, o pintor detrás de uma máscara. Assim, tem-se aí expressa a *persona* de Caravaggio.

Tendo atuado em vida, tanto como compositor, como diretor teatral, Richard Wagner é figura relevante que utilizarei para construir uma ponte entre música e teatro. Vou apresentar um pouco sobre ele, agora, e depois, irei resgatá-lo de forma mais aprofundada. Buscando uma relação entre a auto-representação heroica-(anti)heroica de Caravaggio e o trabalho de Wagner, pude observar, no que diz respeito a Wagner, que, segundo Dumensil (1934, p. 201-202 – grifo do autor),

ninguém mais do que ele foi herói de suas obras, o personagem de seus dramas. Ele que procura eliminar do teatro tudo o que é muito subjetivo, ele que quer atingir o “puramente humano”, isto é, o símbolo bastante extenso para se aplicar à toda humanidade.

Mais uma vez, como mencionei anteriormente, vê-se a procura pela verdade universal em prol da verdade particular, ainda que, no caso de Caravaggio, a subjetividade faça parte da cena. Dumensil (1934, p. 203) explica:

Wagner manifesta-se como incomparável diretor. Sua existência é, no sentido teatral, uma repetição de sua obra. Inventor de dramas e criador de heróis, Wagner começa por representar sua própria vida e para completá-la, vive sucessiva ou simultaneamente, uma quantidade de personagens diferentes.

Aqui, começa a emergir uma relação possível entre a *cena* representada por Caravaggio e a obra de Wagner. Embora Wagner seja mais conhecido como músico e compositor, ele também foi um importante diretor de teatro, autor e ensaísta alemão. Propôs a música como elemento conciliador para a fusão de elementos representativos. Nesse modelo, a música governa os elementos e os agrupa em função das necessidades dramáticas de expressão. Wagner acredita na *obra de arte total*, ou seja, diversos campos da arte (dança, teatro, pintura, etc) caminhando de mãos dadas com o texto e o som. Desse modo, articulando-se uns aos outros, os meios de expressão adquiriam a flexibilidade desejada para compor a teia da narrativa total. Nas palavras de Wagner (in: Dumensil, 1934, p. 86-87),

o teatro é a arte capaz de dar ao homem a melhor imagem da Humanidade. (...) É preciso que a verdade que contenha seja bastante extensa para ter um valor universal. O drama será pois rico de símbolos. Seus próprios personagens serão símbolos vivos (sem tornar-se por isso, certamente, fantoches construídos de uma só peça e desprovidos de nuances psicológicas). Assim compreendido o teatro é uma arte total.

Peixoto (2010, p. 56) lembra que “a arte sempre foi uma forma aberta de desafio e rebeldia e o teatro tem assumido, em diferentes períodos de sua trajetória histórica, um papel de agente de contestação”. Nesse contexto provocativo, surgem os dois recortes restantes que, contrariando Wagner, apresentam uma subjetividade e traços psicológicos aparentes.

2.7 RAMMSTEIN: REPRESENTAÇÃO NO VIDEOCLÍPE

Seguindo a ordem cronológica temporal, encontra-se a banda Rammstein, com o vídeo musical da composição intitulada “Pussy” (em tradução livre, “Xoxota”)²⁴. A seguir, apresento um trecho da letra²⁵ (no original e traduzido para o idioma português) para posterior investigação:

²⁴ No próximo capítulo, abordarei a sistemática do videoclipe. Agora, interessa-me o lado da representação cênico-musical.

²⁵ Fonte da letra e da tradução: <<http://letras.mus.br/rammstein/1553887/>> Acesso em 15/01/2016.

Pussy (Rammstein)

| | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Schönes Fräulein, Lust auf mehr? | Senhorita bonita, você quer mais? |
| Blitzkrieg mit dem Fleischgewehr! | Aquele trovão com arma de carne! |
| Schnapps I'm Kopf, du holde Braut, | Conhaque na cabeça, você linda noiva |
| Steck Bratwurst in dein Sauerkraut! | Enfia o salsichão no seu chucrute! |

| | |
|----------------------|--------------------|
| Just a little bit... | Só um pouquinho |
| Be my little bitch! | Seja minha putinha |

| | |
|------------------------|---------------------------|
| You've got a pussy, | Você tem uma xoxota, |
| I have a dick, | Eu tenho um pau, |
| So what's the problem? | Então, qual é o problema? |
| Let's do it quick! | Vamos fazer isso rápido! |

A partir das primeiras pistas, ou seja, da leitura da letra e da visualização de um *frame* extraído do vídeo (Figura 7)²⁶, é possível perceber o caráter contestador novamente se manifestando. Este vídeo musical foi lançado exclusivamente via internet, no *site* de vídeos pornográficos Visit-X²⁷, no ano de 2009, um feito incomum, uma vez que vídeos musicais não são lançados em plataformas desse tipo, e tampouco apresentam o ato sexual tão explícito. Gerbase (2006) diz que a pornografia sempre esteve relegada ao submundo, tratada como uma espécie de crime estético. O autor lembra também que Nietzsche já dissera que a moral escrava nasce de um grande “não” à vida, que compreende um “não” ao outro como parceiro sexual. Sempre que o “não” à alteridade vigorar, o mundo e as criações artísticas serão assexuados, desumanos e moralistas.

²⁶ Figura 2: *printscreen* do videoclipe da faixa “Pussy”, da banda Rammstein (Jonas Åkerlund, 2009).

²⁷ Disponível em <<http://visit-x.net/rammstein>> acesso em 10/02/2010. Obs: o vídeo original foi suprimido, mas uma cópia pode ser vista em <http://www.xvideos.com/video232475/rammstein_-_pussy_uncensored_> Acesso em 02/02/2016.

Figura 7: Printscreens “Pussy” (Rammstein, 2009)



Fonte: <<http://blog.totallyannette.com/wp-content/uploads/2009/09/Rammstein-porn-video-pussy.jpg>> Acesso em 24/05/2013.

Assim como a maneira de narrar de Caravaggio surpreendeu pela inovação, aqui nota-se a mesma dose de surpresa, ao explicitar o sexo, o desejo e o instinto animal sexual no centro da encenação musical. A trama apresenta os integrantes da banda atuando em imagens explícitas de sexo. Os cortes entre ponto de vista e determinante fazem o espectador crer que os músicos, de fato, estão fazendo sexo com as atrizes que povoam as cenas. O que se soube, tempo depois, é que, na verdade, as cenas de sexo explícito (nas quais órgãos genitais são sempre apresentados sem tarjas e em *close*) foram realizadas por dublês de corpo. Se Caravaggio utilizou-se da inversão de papéis entre herói-vilão, para compor sua alegoria, aqui tem-se novamente os autores postos em cena, utilizando-se da violência sexual para chocar e criticar, assumindo o papel ativo da selvageria que representam e criticam.

A banda, formada em Berlim, em 1994, serve-se de uma sonoridade agressiva, que bebe da fonte da música eletrônica industrial e do *heavy metal*, cantando em alemão e inglês sobre diferentes tabus, tais como sadomasoquismo, homossexualismo, necrofilia, abuso sexual, canibalismo e incesto, inspirados, segundo Maklouf (2010), na obra de Goethe (novamente

a influência do teatro, na música, se revela). A autora ainda aponta que o Rammstein realiza performances fortes, tendo sido, por exemplo, proibido de tocar em Moscou e Minsk, por causa do conteúdo provocante dos *shows*²⁸. A mesma autora classifica as apresentações como um autêntico espetáculo dadaísta, composto por fogos de artifício, desenho de luz e pirotecnia. Em suma, tem-se aqui elementos da arte total wagneriana. No caso do vídeo musical, em vez de representar diretamente para o público, a encenação se dá para a máquina (câmera), tendo o público um contato de segunda mão com a performance, diferente do que ocorre em um *show* ao vivo. As imagens técnicas fazem às vezes das imagens *in loco*. Ainda assim, trata-se de uma encenação. No vídeo, mesmo que a música seja o mote, as imagens em movimento acabam passando para o primeiro plano. Ao procurar-se por outros vídeos do grupo, percebe-se que a opção de os integrantes da banda atuarem é uma constante proposital no conjunto de sua obra fílmica²⁹.

Ainda que no próximo recorte eu analise a cena de um *show* ao vivo, a artista apresentada a seguir também atua como personagem de seus vídeos musicais.

2.8 MADONNA: VIDEOCLIQUE AO VIVO

O último recorte diz respeito à cantora *pop* Madonna. Conhecida por espetáculos que misturam música, dança, figurinos elaborados e cenografia composta, com a utilização de tecnologia sofisticada – além de abordagem de tabus e polêmicas como temática recorrente – a artista apresentou mundialmente, em 2012, o espetáculo **MDNA** (em referência ao seu próprio nome MaDoNnA). Naquela ocasião, quando assisti ao espetáculo, pude apreender *in loco* que os fãs esperavam um repertório composto de sucessos dançantes e animados. No entanto, Madonna apresentou um *show* bastante ácido e crítico, com números nem tão dançantes, e temática violenta em uma

²⁸ Eu assisti à apresentação do grupo em Porto Alegre, em 1999, e pude comprovar a veracidade dos relatos apresentados por Maklouf (2010).

²⁹ A banda lançou, em 2012, uma caixa contendo sua filmografia e *making offs* de todo o seu processo criativo. Fonte: <<https://www.discogs.com/Rammstein-Videos-1995-2012/release/4116572>> Acesso em 03/03/2016.

proporção relativamente grande em relação ao todo. É o caso da canção “Gang bang” (uma gíria em referência ao som emitido pelo disparo de armas de fogo), cuja letra em inglês e tradução livre para o português, são apresentadas a seguir:

Gang bang (Madonna)³⁰

| | |
|---|---|
| I thought you were good | Eu pensei que você era bom |
| But you painted me bad | Mas você me deixou em trapos |
| Compared to the others | Me comparou aos outros |
| You're the best thing I had | Você é a melhor coisa que eu tive |
| Bang bang, shot you dead | Bang Bang, te matei com um tiro |
| Bang bang, shot you dead | Bang Bang, te matei com um tiro |
| | |
| Bang bang, shot you dead (in the head) | Bang Bang, te matei (na cabeça) |
| Bang bang, shot you dead, | Bang Bang, te matei |
| Shot my lover in the head | Matei meu amante na cabeça |
| | |
| (I need you to die for me, baby) | (Eu precisava que você morresse por mim, querido) |
| | |
| Bang bang, shot you dead | Bang Bang, te matei |
| Shot my lover in the head | Atirei na cabeça do meu amante |
| Now my lover is dead | Agora meu amante está morto |
| And I have no regrets | E eu não me arrependo |
| (He deserved it) | (Ele mereceu isso) |
| | |
| And I'm going straight to hell | E eu vou direto para o inferno |
| And I got a lot of friends there | E eu tenho muitos amigos lá |
| And if I see that bitch in hell | E se eu vir aquele puto no inferno |
| I'm gonna shoot him in the head again | Eu vou atirar na cabeça dele de novo |
| Cuz I want to see him die | Porque eu quero vê-lo morrer |
| Over, and over, and over, and over | De novo, e de novo, e de novo |
| And over, and over, and over, and over, | e de novo e de novo e de novo e de novo |
| Now drive, bitch! | Agora dirija, vadia! |
| I said drive, bitch! | Eu disse, dirija, vadia! |
| And while you're at it, die, bitch! | E enquanto o faz, morra, vadia! |
| That's right, drive, bitch. | Isso mesmo, dirija, vadia. |
| Now drive, bitch! | Agora dirija, vadia! |
| I said drive, bitch! | Eu disse, dirija, vadia! |
| And while you're at it, die, bitch! | E enquanto o faz, morra, vadia! |
| That's right, drive, bitch. | Isso mesmo, dirija, vadia. |
| | |
| Now if you're gonna act like a bitch | Agora se você vai agir como uma vadia |
| Then you're gonna die like a bitch | Então você vai morrer como uma vadia! |

Uma performance da referida canção, similar à apresentada em Porto Alegre, está disponível *online*³¹. A encenação inicia com Madonna sentada

³⁰ Fonte: <<http://www.madonna.com/disography/index/lyric/songid/459/Gang%2Bbang>> Acesso em 01/06/2013.

³¹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=AdhcHjnC8oo>> acesso em 02/02/2016.

na cama em um quarto de motel barato, bebendo uísque. À medida em que ela vai cantando, empunha uma pistola e atira sistematicamente em diversos atores que pretendem surpreendê-la sem serem notados, surgindo de diversas partes do palco. Na *hora h*, ela sempre é ágil e atira neles, em suas cabeças, sublinhando o que diz a letra. Nesse momento, um rastro de sangue espirra em um grande telão digital que serve de pano de fundo para a história. A sonoplastia, contendo efeitos sonoros de disparos de arma de fogo, auxilia a construção dramática. Os atores vestem toucas pretas. Seus rostos não aparecem. Um grande crucifixo, preso à parede do quarto do motel, faz contraponto com a dança de apelo sexual desempenhada por Madonna durante a encenação (Figura 8).

Os atores não precisam de um rosto. Eles são a alegoria dos homens que maltratam as mulheres. Madonna é a justiceira vingadora. Peixoto (2010, p. 16) afirma que “as mais radicais experiências frequentemente abalam os alicerces das poucas certezas”. O que pôde ser observado, na apresentação de Madonna em Porto Alegre (2012), foi que o público pareceu não captar a mensagem cifrada da artista, inclusive em alguns casos considerando sua proposta como falta de respeito com a platéia, lembrando um episódio histórico anterior, a revolta dos espectadores com a **Sagração da primavera**, de Igor Stravinski, mal recebida em sua estréia (cf. CHAVES, 2013). Mas, neste caso, não se tratou de uma estréia. O *show* já circulava pelo mundo afora. Entretanto, quantos procuraram se informar sobre o programa do espetáculo e sua proposta conceitual?

Figura 8: Trecho da performance de “Gang bang” (Madonna, 2012)



Fonte: <http://madonnaonline.mtv.uol.com.br/wp-content/uploads/2012/05/madonna_mdnatour_024.jpg> acesso em 03/06/2013.

Além disso, cabe relatar outro elemento extra: ocorreu um atraso de mais de três horas que antecedeu o início da apresentação, o que já é, por si só, um catalisador de revolta. O que se viu foi um público catatônico, e um número considerável de pessoas retirando-se antes do final do espetáculo. Talvez a explicação seja o fato de que, nessa passagem pelo Brasil, Madonna tenha engolido por completo a obra de arte total de Wagner, com algumas doses de Caravaggio, para construir uma alegoria que escarrava a violência cotidiana contemporânea. A música, nessa apresentação, embora pareça ser o elemento principal, por tratar-se de uma cantora/compositora *pop*, assume papel de música de fundo, sendo a encenação o ponto alto e Madonna, autora e atriz de seu texto alegórico. O espetáculo de Madonna não é musical, é total.

A alegoria é um artifício narrativo eficiente. É palco petrificado de uma luta, de uma discórdia que busca não se mostrar, nem como discórdia, nem como luta. O artista consegue construir novas alegorias quando sente e capta tais tensões e forças sociais, canalizando-as para a alegoria, que pode ser pensada como um signo, com significante e significado. No texto e entretexto

artístico, todo o significado tende a se tornar um novo significante de novos significados. A alegoria pode ser utilizada, tanto como elemento repressor, quanto contestador, dependendo do contexto de produção e das condições de leitura. Em sendo contestadora, torna-se subversiva, manifestação e denúncia implícita do reprimido. E quando colocado diante do espelho, talvez o espectador demore a se (re)conhecer. No ato de atuar, deixa-se de ser quem é, para se viver o outro. Deixa-se de ser quem é, para ser o duplo.

Rammstein e Madonna pertencem ao universo musical e são reconhecidamente artistas provocadores, que produzem auto-retratos que questionam a violência, a ética, a moral e o *status quo*. A ideologia libertária contra o *status quo*. Ainda que Caravaggio trabalhe com a pintura, e mesmo não tendo partido do paradigma wagneriano para construir a sua obra (uma vez que, logicamente, ela só surgiria muito tempo depois de sua morte), um exercício de reflexão me faz pensar que, assim como Wagner, também ele pretendia que suas *cenas* fossem representações vibrantes de um *teatro total*, sendo a tela, o seu palco; as tintas e as pinceladas, seu desenho de luz; os seus personagens retratados, os seus atores; e o silêncio sônico de suas telas provocadoras, o seu som. Como Rammstein e Madonna, ele demonstra ser um exímio pintor de violentos dramas universais, retratados em *cenas*, atos e espetáculos.

Na reflexão apresentada até este ponto, procurei demonstrar como um pintor do século XVI, uma cantora *pop* e uma banda *rock* pesado, ambos do século XX, podem ser lidos, no século XXI, como construções alegóricas desenvolvidas para pintar suas *cenas*, sejam elas em tinta a óleo, com uma apresentação ao vivo ou em forma de vídeo musical, e ainda produzirem um auto-retrato crítico. Mesmo que, como aponta Kothe (1986), a alegoria nunca seja capaz, nem de apreender toda a ideia que nela se procura expressar, nem de expressar toda a ideia que nela se manifesta, tem-se, neste recorte, um começo para entender-se como ela é uma técnica de construção narrativa vital para o fazer artístico. Involuntária ou proposital, a herança da obra de arte total de Wagner parece mais fresca do que nunca. Voltarei a ela, oportunamente.

2.9 O CORPO EM CENA

Verificados os exemplos ilustrativos, retomarei, agora, a questão do papel do corpo em cena. Não me interessa um aprofundamento arqueológico do teatro, uma vez que ele é apenas parte dessa tese e não seu elemento principal. Ainda assim, a leitura de Williams (2010) é pertinente para ressaltar alguns pontos importantes da trajetória da arte da representação. O teatro começa na Grécia antiga, seguindo pela arena medieval, o teatro público elizabetano, os teatros comerciais de Londres, desde a Restauração até o final do século XIX, o palco realista do Teatro de Arte de Moscou, e o drama experimental do século XX. Durante toda esse percurso, textos caminharam ao lado de figurinos e máscaras, relações físicas entre atores e coro, dança e música, configurações e reconfigurações das plateias e dos espaços de encenação e participação do público, que se modificou com o decorrer do tempo.

Um dos momentos mais significativos da transformação do teatro que o faz ser reconhecido hoje como entretenimento e arte, ocorreu no final do século XIX, no Teatro Real do Príncipe de Gales. O palco encontrava-se recuado; uma orquestra e a ribalta separavam-no da plateia. O público passou a ser majoritariamente composto pela classe média. O horário das apresentações, que antes ocorriam nas tardes da aristocracia, passou a ser o noturno dos comerciantes. Com a chegada da luz a gás, uma nova tecnologia de iluminação foi introduzida. A plateia passou a ficar no escuro, e os atores, iluminados. As *rubricas* teatrais, isto é, metainformações técnicas que contribuem para o delineamento detalhado e condução das apresentações, sofisticaram-se, dando conta de uma série de quesitos, como a marcação e o posicionamento dos atores em cena, a interação entre texto, iluminação, som e tecnologia de palco, tudo isso sob a responsabilidade do diretor cênico (também chamado de encenador).

O teatro transcendeu o texto, uma vez que as convenções que regiam a encenação exigiram uma ação muito mais detalhada e complexa do que

aquelas apresentadas apenas pelo texto. A parte gestual dos atores e o trabalho com o corpo enriqueceu a encenação. Matesco (2009) relata que, na segunda metade do século XX, o corpo era focalizado em *performances* e *happenings*. Muitos séculos antes, os gregos já eram fascinados pelo corpo, em especial o corpo nu. Hoje, o corpo está intimamente ligado à questão da imagem e da representação, na cultura ocidental, mas o nu continua sendo elemento de interesse e discussão. Na representação teatral, o corpo torna-se um elemento primordial. Matesco (2009) diz que, no início do século XX, a arte moderna havia subvertido a tradição do nu através da fragmentação e da deformação do corpo. Nas décadas de 1960 e 1970, uma ideologia que pregava o corpo autêntico e libertário contribuiu para a experiência física e cotidiana. O corpo se converte em espelho e tela. Como complementa Matesco (2009, p. 8 – grifo meu),

utilizado inicialmente como ferramenta para aplicar a tinta, o corpo desempenha papel principal na subversão dos tabus e interditos com a *body art*: seja como pincel, instrumento de libertação ou suporte de discurso, o corpo foi tratado como objeto, como algo externo e manipulável.

As concepções de corpo, imagem e representação, no ocidente, foram pautadas por pensamentos guiados por dualidades como, corpo e alma, matéria e espírito, aparência e essência, corpo e mente, sensível e inteligível. O corpo é permutador de códigos e fala a linguagem que nele vem se inscrever. O corpo é molde e receptáculo, captador e dissipador de mensagens e construções simbólicas. Matesco (2009, p. 14) verbaliza o corpo como um constructo, reinventado mediante um ideal externo, um artifício a ser criado, treinado e aprimorado: “Por isso todas as figuras humanas do Pathernon são jovens; o corpo belo e nu não é dádiva da natureza, ao contrário, é uma conquista da civilização”. Assim como os gregos valorizavam a beleza do corpo, desde o *star system* até hoje, o público valoriza e exige a beleza das estrelas. O corpo da estrela é um suporte discursivo que precisa ser constantemente moldado e mantido, permanecendo jovem e belo, uma vez que os mitos tem como uma de suas premissas não envelhecer ou perecer. Trata-se de uma equação matemática de simetria e beleza, haja visto que os gregos nutriam também uma paixão

pelos números, conferindo à arte uma base orgânica e geométrica de beleza. O belo pode ser pensado como uma qualidade rítmica equilibrada, proporção harmoniosa regular das partes, reconhecível no homem, nos animais e nos objetos mundanos.

Matesco (2009) aponta que, se, por um lado, a formação da imagem do corpo originou-se na Grécia, tornando-se referência para a arte europeia, foi através do cristianismo e da forma como a doutrina cristã interpretou a interdição judaica de representação de Deus, que a concepção de corpo pode se constituir em categoria na cultura ocidental. No século XVIII, emergiu um conflito entre a imagem e a fé, segundo o qual os iconoclastas condenavam as imagens. Questão inequalizável: se Deus fez o homem à sua imagem e semelhança, e Ele é um ser supremo, não estaria além de qualquer imagem, ou teria uma imagem debil? Os reis e os ídolos, por sua vez, ao contrário dos iconoclastas, pregaram, ao longo do tempo, o culto às suas próprias imagens, e colocaram-se, muitas vezes, como personificações da imagem de um deus. Hoje, o ídolo artístico esforça-se para evidenciar que é possível estampar Deus em uma imagem. Como lembra Eco (1983), a palavra *ídolo* vem do grego *eidolon*, e significa imagem e espectro. Esse apontamento me leva a pensar que, se Cristo pode ser encarado como uma interface entre Deus e o homem, segundo a qual Deus toma um rosto e se faz ver, o espetáculo da encenação mística é um ato recorrente de personificação do Deus artístico.

Matesco (2009, p. 20-21) afirma:

Os estudiosos das querelas dos iconoclastas estabelecem uma relação direta com a possibilidade de representação na arte, pois é justamente nesse momento que a Igreja postula a distinção entre veneração, que significava simplesmente dirigir um pedido a Deus, e a adoração pagã, que implicava submissão: venera-se a imagem, enquanto adora-se a Deus.

Na Idade Média, não havia representação do corpo individual, por exemplo, na forma de retratos, comuns ao nosso tempo. Assim como a noção de autor, a noção de um ser singular só vai surgir no Renascimento,

quando o homem descobre a sua existência individual, dentro do social. Daí a identidade começa a ser, de modo mais efetivo, refletida pela imagem. Como explica Matesco (2009, p. 23), a partir do Renascimento, “não existe apenas uma vinculação entre aparência e essência; (...) trata-se de construir modelos do real para revelar aquilo que sustenta essa aparência”. A arte e a ciência renascentista mostraram o corpo e natureza dessacralizados, convertidos em coisas humanas, considerados a partir do olhar do homem. Essa herança persiste até hoje, nos processos de simulação que constroem o espetáculo, onde o corpo, ainda que humano, assume ares divinos, sendo ressacralizado, como esboçarei no decorrer da pesquisa.

2.10 O ESPETÁCULO COMO SIMULAÇÃO E IMAGINÁRIO

Compreendo o espetáculo como lócus de encenação: uma peça teatral, uma apresentação musical, uma exposição pública e diversos outros exemplos. Falei, anteriormente, sobre aplicações de encenação/espetáculo na pintura, na música ao vivo e no videoclipe. Em todos os casos, existem processos de simulação. Baudrillard (1991, p. 8), entende que o real “(...) é produzido a partir de células miniaturizadas, de matrizes e de memórias, de modelos e de comando – e pode ser reproduzido um número indefinido de vezes a partir daí”.

Para ele (idem, p. 9), trata-se de uma substituição do real por signos do real, uma operação de troca do processo do real pelo seu duplo operatório, que oferece “(...) todos os signos do real e lhes curto-circuita todas as peripécias”. Sob esse prisma, os processos de simulação podem ser entendidos como atos nos quais finge-se ter o que não se tem. No caso das encenações espetaculares, finge-se ser o que não se é.

Essa leitura faz brotar em mim a seguinte questão: quais os limites entre representação e realidade? As imagens, que hoje são veneradas, e onde o corpo desempenha um papel protagonista, já foram condenadas pelos iconoclastas do passado, entre os séculos VIII e IX. Baudrillard (1991, p. 12) reflete que sua fúria destruidora era motivada por um desespero metafísico segundo o qual “(...) as imagens não escondiam absolutamente

nada, (...) não eram imagens mas de fato simulacros perfeitos, para sempre radiantes no seu fascínio próprio”. Porém, quando uma imagem é desmascarada (ou desvendada), existe uma tendência de que se revele vazia, mero objeto desprovido de sentido, atrás da qual nada existe. Os iconoclastas eram contra as imagens, principalmente religiosas. Se Deus se fizesse presente através de imagens, te-se-ia uma existência sígnica, isto é, uma vivência por equivalência. Então, se Deus pode ser simulado mediante uma imagem, corre-se o risco de colocar todo o dogma da fé em cheque. Para Baudrillard (1991, p. 13), existem quatro fases sucessivas que permeiam a dinâmica das imagens:

- ela é reflexo de uma realidade profunda;
- ela mascara e deforma uma realidade;
- ela mascara a ausência de realidade profunda;
- ela não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro.

Segundo o autor (idem), no primeiro caso, tem-se uma representação positiva, uma espécie de sacramento; no segundo, uma aparência negativa, maléfica; no terceiro momento, uma imagem de aparência; e, por fim, no quarto caso, não se trata de uma aparência, mas sim, de uma pura simulação. O espetáculo artístico oscila entre todos esses planos, tendo como objetivo tornar a ficção real, crível, ao menos no pacto narrativo estabelecido entre autor e platéia. Para isso, pode tanto representar, como distorcer o real.

Pamuk (2011) estabelece uma comparação entre sonho e romance. Lembra que, por diversas vezes, a intensidade de um sonho é tão grande que, quando se desperta, tem-se a nítida impressão que não foi um sonho, mas sim, algo real. A mesma sensação pode ser aplicada ao romance (ou a outras obras de ficção, como o que me interessa aqui, o espetáculo musical). Como ele explica (idem, p. 9), “em tais ocasiões, achamos o mundo fictício que descobrimos e apreciamos mais real que o mundo real”. Ao deliciar-se com a trama, o leitor/espectador não lamenta essa ilusão. Deseja que o sonho prossiga, que o romance continue, que o espetáculo avance. Deseja

belas imagens, imagens visuais e, sobretudo, mentais, acionadas igualmente por outros dispositivos como o texto e os sons, por exemplo.

Debord (2007 [1967]) já havia sinalizado, na segunda metade do século passado, uma preocupação com as implicações que o controle premeditado de mensagens simuladas, divulgadas às massas, representaria, e da força ideológica que poderia ser imposta a quem detivesse o poder sobre os meios de comunicação de massa como ferramentas tecnológicas de manobra do proletariado. Como o foco de interesse do meu estudo não engloba esse tipo específico de abordagem, vou utilizar o texto de Debord (2007) apenas para pensar no poder de sedução que as imagens possuem e na sua função diante do espetáculo. O autor pontua que tudo o que era vivido diretamente estava se tornando uma representação. Essa afirmativa consiste em pensar que a vida estava gradativamente sendo mais e mais convertida em um espetáculo midiaticizado.

O espetáculo é composto de uma série de imagens: não exatamente um conjunto delas, mas um conjunto de relações sociais mediadas pelas imagens, a imagem como interface e dominação. O processo de simulação apontado por Baudrillard (1991), já era sistematizado por Debord (idem, p. 15), quando este afirma: “(...) a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real”. As denúncias de ambos os autores dizem respeito ao espetáculo assumir um caráter de *duplo* da vida. Existe a vida real e a vida simulada. Já que a vida real é incontrollável, a vida simulada é controlada em laboratório, no laboratório da mídia. A mídia é a matriz que formata a realidade, conferindo-lhe um novo enquadramento que, após ser re-ordenada e re-embalada, é re-apresentada como sendo mais real do que o próprio real. Para Debord (2007), a contemplação de belas imagens apresenta, também, um caráter hipnótico, altamente viciante e inebriante. A contemplação excessiva gera um torpor tal que a vida se converte em plena contemplação.

Essa construção do real simulado acontece no plano do imaginário. O imaginário humano é um ecossistema de símbolos e signos que permeia a existência, uma atmosfera pela qual os homens estão embebidos. Silva

(2006) se refere ao exposto quando diz que todo o real é imaginário e todo o imaginário é real. O imaginário é uma narrativa em constante mutação. Não um só, mas uma infinidade de imaginários. O imaginário é uma narrativa hipertextual, em construção permanente. Como complementa o autor (idem, p. 8), “o imaginário é um rio cujas águas passam muitas vezes no mesmo lugar, sempre iguais e sempre diferentes”. O imaginário é, então, uma rede de sensações partilhadas.

Uma carreira artística é um rico imaginário. Afirmo isso, pois o imaginário é tribal, uma energia canalizada por um emissor artístico e dissipada e catalisada por uma gama de espectadores. Os fãs comungam o ídolo tribalmente. Como demonstrei no primeiro capítulo, os astros dão combustível para que os fãs incendeiem seus afetos e seus próprios imaginários. Essa relação é descrita por Silva (2006, p. 13) da seguinte maneira:

A construção do imaginário se dá, essencialmente por identificação (reconhecimento de si no outro), apropriação (desejo de ter o outro em si) e distorção (reelaboração do outro para si). O imaginário social estrutura-se principalmente por contágio: aceitação do modelo do outro (lógica tribal), disseminação (igualdade na diferença) e imitação (distinção do todo por difusão de uma parte).

O autor chama a atenção para o que vai denominar de *tecnologias do imaginário*, isto é, dispositivos de ativação de afetos e sentimentos utilizados na construção de mitos, visões de mundo e estilos de vida. Embora ele afirme que não considera as tecnologias do imaginário como ferramentas de controle ideológico, vou aproveitar as reflexões proporcionadas por ele e propor um conceito irmão que se vale da ideologia. Chamarei esse conceito de *tecnologias do espetáculo*. Assim como as tecnologias do imaginário, as tecnologias do espetáculo consistem em mecanismos de sedução e construção espetacular que objetivam o empoderamento dos entes espetaculares a partir da utilização de recursos tecnológicos que auxiliam na construção mítico-espetacular das estrelas. Essa construção nunca é isenta e sempre possui uma ideologia associada. Trata-se de um aparato tecnológico,

técnico e ideológico que constrói o simulacro mítico-artístico para mostrar os artistas como entes sobre-humanos, seres míticos, criaturas viventes no simulacro de seus espetáculos replicados na vida dos espectadores. Nesse ponto, ocorre o jogo de sedução e encantamento entre artista e público, tendo o espetáculo como campo fértil de acionamento e persuasão.

Idolatrar um ídolo é um ato de crença. O processo de simulação é um mecanismo que fortalece a crença/fé. Silva (2006) relembra Débray (1998) e a suas *tecnologias da crença*. Por sua leitura, Silva chega à conclusão de que toda a tecnologia, no fundo, serve para fazer crer em algo. Crer torna o homem humano. Ele é porque crê. Como complementa (2006, p. 45), “tudo é suporte, tudo é dispositivo, tudo é meio, salvo a mensagem permanente: crer”. A crença é, então, uma articulação da linguagem e da cultura, ou, em outros termos, um imaginário. Silva pensa a crença como uma mitologia circular na qual se crê porque se crê. Julga, ainda, que ela é um convencimento sem objeto, uma retórica sem discurso, uma essência sem substância. Porém, a crença que me interessa, nessa pesquisa, ao contrário, possui retórica e substância bem definidas: a crença na mitologia do artista por parte de seu público. Como o próprio autor (2006) escreve, trata-se de estudar como as ideias se formam e se encarnam. No meu entendimento, ao menos no campo da arte musical, esse mecanismo de flutuação das ideias é perfeitamente passível de estudo e compreensão. Assim como as tecnologias do imaginário, as tecnologias do espetáculo são dispositivos que permitem cristalizar os afetos, as imagens e os símbolos e ser o alicerce que permeia a carreira musical. Essas forças catalisadoras, como refere Silva (2006), tornam real o sonhado e sonham o real. As crenças, em Débray (1998), sociologicamente falando, respondem a uma falta, a um estado de incompletude. Para Silva (2006), os imaginários, diferente das crenças, não respondem a uma falta ou carência, sendo, então, um cumulativo espontâneo e gratuito. Para mim, muitos buscam essa completude nos astros musicais.

Como já postulava a Escola de Frankfurt, a *indústria cultural*, isto é, a indústria da mídia e do entretenimento, transforma a cultura em bem material com alto poder mercantil. Nesse processo de venda, a publicidade e a

propaganda desempenham papel vital como propulsores da crença, da redenção pelo consumo. A espetacularização no campo artístico é, então, uma re-elaboração, um verniz que lustra a mensagem artística e fomenta a sua comercialização. Mensagem consumida, mito consumado. Para Debord (2007, p. 126), “a cultura tornada integralmente mercadoria deve também se tornar a mercadoria vedete da sociedade espetacular”. Silva (2006, p. 58) entende que essa dança da arte vai oscilar entre os pontos de estranhamento e entranhamento: “(...) tanto na arte quanto no espetáculo há identificação, estranhamento e entranhamento em graus diferentes. A articulação entre esses dois termos influi sobre a gestão dos imaginários”. O plantio de imagens nutre o imaginário. O autor (idem) considera, também, o teatro como fase primitiva das tecnologias do imaginário. Eu considero o teatro como gênese da representação espetacular, como já evidenciei em meu texto.

Ao formatar, encenar e apresentar um espetáculo, o artista coloca diante de seu público uma lente colorida para que ele enxergue o mundo a partir de sua proposta artística, de sua visão de mundo, e de sua ideologia. Como na leitura de um romance, “o prazer real de ler (...) surge com a capacidade de ver o mundo não a partir de fora, mas pelos olhos dos protagonistas que habitam esse mundo” (PAMUK, 2011, p. 15). Ler um romance significa perceber o mundo, não por uma lógica cartesiana, mas com a capacidade de acreditar em ideias contraditórias. O mesmo vale para o campo da arte musicada. Diante do exposto, torna-se possível pensar o mundo em três dimensões: primeira, a dimensão do real, as coisas pelo que são; segunda, o mundo da ficção, as coisas pelo que são diante de quem cria a ficção; e terceira, uma dimensão real espetacular, isto é um real ficcional mais real que o real. É ele que vai traduzir o entendimento sobre a noção do hiperespetáculo.

2.11 CIVILIZAÇÃO DO ESPETÁCULO E HIPERESPETÁCULO

Se as encenações já eram muito relevantes para a platéia desde a Grécia antiga, atualmente, o espetáculo se encontra em relevo avassalador, representando uma faceta inegável de nosso *Zeitgeist*. Nele, reina a imagem. Nas mídias sociais, não só estrelas, mas, até mesmo as pessoas comuns

reconstruem suas vidas em perpétua exibição pública, publicando e (re)apresentando simulacros multifacetados de suas intimidades, vivências, afetos, desafetos e banalidades. Aquilo que não é compartilhado publicamente tem um sabor de irreal, embora muito do que se publique seja hiper-real. Redes de conexão digital, aplicativos e interfaces digitais amistosas, além dos telefones móveis com conexão à internet, convertem todos em atores e espectadores de si próprios e dos outros. Essa saturação já havia sido prevista por Debord no final da década de 1960, quando ele avisava que uma profusão desenfreada de emissores tornaria o espetáculo nulo: se todos estavam se convertendo em emissores, não haveria receptores; se todos eram atores, não existiria platéia; se tudo era espetáculo, o espetáculo deixaria de ter sentido como tal. Se tudo era espetáculo, nada era espetáculo.

Posteriormente, Llosa (2013) também vai ver a imagem como protagonista da era atual, imagem que se impõe à palavra, a palavra totalmente subordinada à imagem. Llosa cita o texto de Debord, comentando que o espetáculo, em Debord, é compreendido como alienação social resultante de um fetichismo do espetáculo como mercadoria, sendo esse consumo um aniquilador de qualquer interesse do público espectador por questões políticas ou culturais. O espetáculo seria, enfim, uma ditadura efetiva da ilusão social. Llosa aponta que, por sua visão marxista, Debord foca-se no direcionamento filosófico, econômico e histórico, deixando de lado a questão cultural. Lembrando que a cultura engloba uma vasta gama de sentidos, cabe salientar que o sentido proposto nessa crítica refere-se ao campo principalmente do entretenimento. Por isso, Llosa (2013) discute o que chama de *civilização do espetáculo*. Ela, ao contrário da proposta de Debord, está situada no campo das ideias, valores estéticos e éticos, obras artísticas e literárias que, como diz o autor (2013, p. 22), "(...) muitas vezes são fonte, e não reflexo, dos fenômenos sociais, econômicos, políticos e até religiosos". De comum ao texto de Debord, Llosa reconhece a substituição da vivência pela representação, a vida espectadora de si mesma e as implicações dessas ações de empobrecimento humano.

No primeiro capítulo dessa tese, quando citei as questões levantadas por Morin (1989), sobre a vida e a construção das estrelas, sinalizei esses traços de empobrecimento, uma vez que o fã, muitas vezes, substitui a sua vida e a suas experiências pela contemplação de seus ídolos que realizam aquilo que eles gostariam de realizar, mas que não o fazem porque essas ações pertencem apenas ao campo dos *escolhidos*, das estrelas glorificadas. Ao fã, restará uma vida ordinária de adoração e realização através de uma contemplação e terceirização do real, uma vivência por procuração.

Penso o hiperespetáculo como o espetáculo super-acelerado e mega-dimensionado, aquele que se utiliza dos recursos tecnológicos para amplificar exponencialmente a sua mensagem. É no passado, com o cinema, que a indústria hiperespetacular vai começar a tomar corpo. No predomínio do som e da imagem sobre o texto, a tela hiperdimensiona a mensagem, tornando-se muito mais poderosa do que o texto solitário. Aquela semente plantada há um século, tornou-se, hoje, algo tremendamente maior. Mais que a imagem real, a imagem técnica em movimento é soberana no espetáculo³².

A diferença, apontada por Llosa (2013), entre a cultura do passado e o entretenimento atual, é que os produtos culturais daquele tempo pretendiam transcender e permancer vivos nas gerações futuras. Hoje, a hiperaceleração contemporânea tem uma pressa sem fim, correndo como louca, não se sabe de quem, nem para onde. Os produtos artísticos e espetaculares são rapidamente produzidos, vorazmente consumidos e volatilizam-se, desaparecem em um piscar de olhos.

Antes de prosseguir, quero pensar sobre os tempos acelerados nos quais a sociedade está inserida hoje. A hipervelocidade é um tema que já foi amplamente discutido por Lipovetsky (2005). Como sua leitura sugere, hoje, a sociedade vive na cultura do sempre mais: mais rentabilidade, mais desempenho, mais flexibilidade, mais inovação e claro, mais velocidade.

³² Como será evidenciado, quando eu falar sobre os videoclipes de forma mais aprofundada, posteriormente.

Habita o reino da urgência, no qual a velocidade em aceleração constante ganha, comumente, da profundidade, da reflexão e, ainda que o quesito seja extremamente subjetivo, arrisco dizer, da qualidade. Questiono a qualidade (ou sua falta) lembrando da dedicação incondicional sugerida por mim com base nos estudos de Gladwell (2008): para se chegar a ela, leva-se tempo, não sendo possível alcançá-la sem um percurso considerável. A qualidade não cozinha como macarrão instantâneo.

Quanto mais se corre atrás do tempo, mais rarefeito o tempo se mostra. Quanto menos se alcança o tempo, mais frustração se experimenta. Como todo o processo artístico é um processo lento e gradual, parece complicado vencer quando se ignora a dedicação incondicional. Com pressa, não se chega ao longe. Engole-se o almoço pensando na sobremesa, e a sobremesa, mirando o jantar. Na correria, combate-se o erro como descarte, e com ele, nada se aprende. Não há tempo a aprender porque não há tempo a errar. Consequentemente, colhece-se um mau fruto: o medo de errar é paralisante. Uma das alimtos da fuga do erro é que, quando ele ocorre, parece que se perde o controle da situação. No entanto, o ser humano tem sempre um certo grau de controle. Aceitar que o controle é domesticável mas não plenamente manejável é o primeiro passo para aprender com ele e crescer. O erro não é uma armadilha grosseira, mas sim um caminho.

Essa constatação também está presente na obra de Bauman (2001). Ele aponta que a humanidade está na *modernidade líquida*. Diferente do sólido, o líquido escorre, molda-se aos recipientes nos quais é derramado e evapora se for aquecido. Velocidade gera aquecimento. Nesse viver, as relações e os laços sociais são firmados por barbantes de cristal leve e frágil. Vive-se no desengajamento. Vive-se a arte da fuga. Qualquer rede mais densa deve ser desfeita, pois a solidez sugere imobilidade, e na época da velocidade, estar imóvel ou fixar raízes parece um ato insano, no mínimo anacrônico. A era contemporânea é irrigada pela precariedade, instabilidade e vulnerabilidade. A vida de hoje tem como condições a falta de garantias, as incertezas, as rupturas, as descontinuidades contínuas e a insegurança. Como Bauman (2001, p. 202) define, “mesmo a posição mais privilegiada

pode acabar sendo apenas temporária e até disposição em contrário”. Tal pensamento vale para as modas, que se tornam amadas e odiadas, sinônimos de bom gosto e repugnância, em velocidade impeditiva para sedimentação. Vida descartável em um mundo descartável.

A valsa da instabilidade substitui o *até que a morte os separe enquanto durar a satisfação*. Os grupos e os pares permanecem conectados em uma fixação escorregadia e maleável. O contrato afetivo pode ser desfeito unilateralmente a qualquer momento e a qualquer tempo; uma relação falsamente sustentável, rompida quando qualquer das partes perceba vantagens em outra parte que está fora da relação. Entre tantas novidades, a velhice é vista como algo a ser evitado, ou compensado com um reinício, um eterno retorno ao ponto de partida, mesmo que já nem se lembre aonde ele se localiza. Recuar e trocar, em favor de avançar e enfrentar. O descarte é alimentado pela abundância de oferta, mesmo que essa busca pelo novo muitas vezes resulte em uma incessante corrida sem fim, e sem vencedores.

Os laços e as parcerias deixam de ser vistos como uma construção e passam ao *status* de algo a ser consumido. O sentimento de insegurança, provocado pela velocidade e pela volatilidade dos afetos, reflexo do modo de vida contemporâneo, encontra, no consumo imediato, o seu refúgio. Como a gratificação pode ser igualmente volátil, e a oferta de afetos, mesmo que líquidos ou quebradiços, parece existir e tentar, em progressão geométrica, o descarte e a busca por um novo afeto a ser consumido (e não vivido), urge evitar frustrações. Nesse ritmo, acaba-se por engordurar os laços, fazendo com que exista uma tentativa perpétua que pode ser metaforicamente desenhada como o ato de subir em uma corda encebada, na qual cada nova investida apenas engraxa mais e dificulta a subida, ou, em outros termos, as solidificações afetivas.

Essa sensação de correria, de busca desnorteada gera outro nó de insegurança: Dentro dessa nova ordem mundial, quem guia o barco? Quem dá a direção da vida? Bauman estabelece uma separação pertinente e funcional entre *líderes* e *conselheiros*. Os líderes devem ser seguidos,

demandam e esperam disciplina. Os conselheiros precisam ser contratados e podem ser demitidos. Tem menos poder que os líderes, podendo, na melhor das hipóteses, contar com a boa vontade do outro de ouvir e prestar atenção. No caso musical, essa vontade nasce e se cria a partir da bajulação dos potenciais ouvintes.

Outra diferença que merece destaque é a de que os líderes agem como intermediários entre o bem individual e o bem coletivo, enquanto os conselheiros atuam somente no território do privado. Seus conselhos são pílulas de egoísmo e narcisismo, administradas para que cada um resolva os seus problemas pessoais. Nesse campo, o coletivo desaparece. Na verdade, tem-se uma equação paradoxal: uma massa coletiva, buscando na figura pública do conselheiro uma beberagem curativa para suas mazelas pessoais. Essa leitura me instiga a pensar que os artistas musicais são, de fato, recorrentemente, conselheiros eficientes. A sua mensagem poético-sonora é plural, mas pode ser lida como hiper-pessoal, extrapolada na erotomania. O texto contido em suas letras, na leitura de um fã, com traços leves ou avançados da Síndrome de Clérambault, é uma flecha endereçada ao coração aflito da audiência. Um conselho carinhoso e reconfortante, uma leitura pessoal de um texto universal.

Cito Bauman (2001, p. 86), que resume o que eu disse sobre o papel curativo que o conselheiro pode assumir:

O sentimento de estar infeliz é muitas vezes difuso e solto; seus contornos são apagados, suas raízes, espalhadas; precisa tornar-se tangível – moldado e nomeado, a fim de tornar o igualmente vago desejo de felicidade uma tarefa específica. Olhando para a experiência de outras pessoas, tendo uma ideia de suas dificuldades e atribulações, esperamos descobrir e localizar os problemas que causaram nossa própria infelicidade, dar-lhes um nome e, portanto, saber para onde olhar para encontrar meios de resistir a eles ou resolvê-los.

Voltando à aplicação do conceito, as estrelas do cinema e as estrelas musicais se oferecem em bandejas de prata como exemplos de sucesso. Elas não impõem; aconselham: sigam nossos passos gloriosos rumo à sua

glorificação pessoal. Qualquer um pode ser conselheiro, mas a fama e o *glamour* chancelam os nobres conselheiros. Portanto, os seus conselhos tem um poderio de fogo sedutor muito maior.

Retomando o hiperespetáculo, penso que ele é um palco efêmero que corre à velocidade da luz, no qual os dispositivos tecnológicos são utilizados como iscas que buscam fisgar o escorregadio e, muitas vezes, apático, público contemporâneo. A apatia e a falta de aderência são, justamente, provocadas pelo excesso e velocidade de ofertas. Se o teatro primitivo, pai do espetáculo, utilizava-se de poucos recursos cênicos e um grande esforço de concentração dramática, hoje, a falta de talento dramático e cênico pode ser falsamente compensada pela pirotecnia hipervalorizada empregada nas apresentações encenadas.

A profusão de mensagens em forma de luzes, cores e sons invade a audiência e tem um impacto fulminante: representa, gradualmente, a morte dos mitos espetaculares. Come-se o macarrão instantâneo; vive-se a imagem do *flash* instantâneo mas efêmero. Se o mito pretende ser imortal, a entropia e a saturação de signos e sinais postos em movimento, de forma desenfreada, enfraquecem consideravelmente a sua sedimentação no imaginário social. O fetichismo pela velocidade não permite contemplação e, menos ainda, absorção, uma vez que, nesse ritmo, tem-se sempre a impressão de que se concentrar em algo é sinônimo de fraqueza, e de que voltar o olhar para um foco e saboreá-lo lentamente implica em abrir mão de uma gama infindável de estímulos. Mesmo que seja humanamente impossível dar conta de tanta informação, a superficialidade dos laços, ilusoriamente, parece mais assertiva do que a escolha da qualidade sobre a quantidade. Morre o mito imortal; sobrevive, brevemente, a celebridade instantânea.

Embora a velocidade e a aceleração pareçam extremamente atuais, ainda estamos raciocinando como no início do século passado, quando o movimento futurista eclodiu na Europa. Na verdade, ele representou, artisticamente, um traço social que aumentou exponencialmente desde

aquele período, até agora. A velocidade impactou todas as esferas sociais, inclusive a vida dos mitos.

Se o mito busca uma permanência imutável, cabe ressaltar que, em texto de 1926, Aragon (1996 [1926]) já refletia sobre a impossibilidade da eternidade mítica em um mundo em constante e crescente movimentação. Ele já percebia a efemeridade dos mitos. Naquela ocasião, temporalmente distante, mas conceitualmente próxima, o texto desse autor já apontava, lucidamente, para a crise criativa que existe hoje, nas artes, artes de um modo geral. Aragon colocava em cheque que, desde o início do século passado, ideias estavam vazias de crítica e inovação. Em vez de inovação, ele detectava persistir uma tendência à revisão permanente do passado e de seus possíveis erros, sem conseguir pensar no presente ou no futuro. Não é de hoje que o passado é um território seguro, um lugar mágico que, muitas vezes, dá a impressão (e às vezes de fato é) de ser mais evoluído e prolífico do que o presente cotidiano. O texto de Aragon (1996, p. 39) também aponta outro traço contemporâneo, quando se refere à crise na economia da atenção: “Tudo me distrai infinitamente, menos de minha própria distração”. Para ele, tudo é lapso, lapso de atenção e desatenção. Nesse cenário, o efêmero se mostra como uma entidade polimorfa.

Ele acrescenta (1996, p. 42): “Mitos novos nascem a cada um de nossos passos. Lá onde o homem viveu começa a lenda, lá onde ele vive. (...) A cada dia modifica-se o sentimento moderno da existência. Uma mitologia se tece e se desenlaça”. O mito vivo é um mito mortal. Novos mitos tomam para si o lugar de velhos mitos. Alguns permanecem, mas a eternidade se mostra como improbabilidade.

Outro ponto de vista sobre o impacto nas artes derivado da aceleração e do modelo *hipermoderno*, pode ser encontrado em Hobsbawn (2013). Ele afirma que o que caracteriza as artes deste século é sua dependência com a revolução tecnológica. As tecnologias de produção, reprodução e circulação de bens artísticos, em especial as relacionadas ao campo digital, imputaram uma mudança significativa na forma como a arte é pensada, executada,

exposta e comercializada. O autor faz uma comparação entre a pintura e a escultura com outros campos artísticos que foram mais atingidos por essa transformação paradigmática, como a música e o cinema, por exemplo. Nesta comparação, ressalta que, no caso da pintura e da escultura (as tradicionais, e não as digitais), o fato dessas artes serem manuais e individuais fez com que não tomassem parte na industrialização, e, por consequência, esse seria o seu *calcanhar de Aquíles* e motivo de sua desvalorização e desinteresse por parte da grande massa.

No caso específico da música, Hobsbawn (2013) diz que ela rompeu com a relação direta entre fonte emissora musical e receptor musical. Desde a popularização do rádio, no século passado, a experiência da música ao vivo foi perdendo certo espaço para a música indireta, gravada e transmitida à distância. Isso se deu, inclusive, porque a música transmitida à distância atingia potencialmente muito mais ouvintes do que a executada ao vivo.

Obviamente, a experiência do *ao vivo* ainda é única e forte, mas, globalmente falando, em termos de consumo massivo, a construção hiperespetacular ocorre de forma muito mais intensa, através de dispositivos de transmissão musical indiretos, do que o som direto tocado *in loco*. Se Benjamin (2012 [1936]) defendia a *aura* das obras de arte, sugerindo que a sua reprodução em massa enfraqueceria seu caráter único e divino, a indústria hiperespetacular prova o contrário, uma vez que, quanto mais reproduzida uma obra é, mais valorizada ela fica, tanto no campo social como no econômico. Reprodução como eco e rememoração, como permanência. Mas essa nova verdade é parcial. Uma vez que, hoje, a imagem tudo subordina, os artistas assistem à viralização de vídeos musicais alastrando-se por centenas de milhares de compartilhamentos que são, posteriormente, por consequência da superexposição, convertidos em apresentações musicais ao vivo, lotadas, e que, na mesma velocidade em que são consumidas, são esquecidas. A reprodução não mata a aura, mas enfraquece a vida. O ciclo de vida de um artista hiperespetacular é muito menor do que o de um artista espetacular. O carrossel de Benjamin parece seguir dando voltas. Dá o troco e mostra que, de fato, muitas vezes, a

reprodução excessiva pode fazer eclodir uma efemeridade que irá sucumbir na próxima esquina. *Aura* efêmera, arte não-eterna, mito debilitado. A reprodução em massa foi necessária para construir o mito de massa, mas é, também, a sua algoz.

No hiperespetáculo, muitas vezes, a tecnologia desempenha um papel mais importante do que o humano. No caso musical, Hobsbawn (2013, p. 32) afirma:

(...) A música nada tem a temer no século XXI. É verdade que soará bem diferente da música do século XX. Já foi fundamentalmente alterada pela eletrônica, o que significa que está em grande parte liberta do talento inventivo e da habilidade técnica do artista individual. A música do século XXI será essencialmente produzida, e chegará aos nossos ouvidos sem muita contribuição humana.

No hiperespetáculo, a própria noção de arte entra em cheque. Como critica Silva (2012), vive-se na era da *sociedade medíocre*. Significa viver no mínimo denominador comum. Isso quer dizer que a massa e a mídia são medíocres. Se a arte do passado desempenhava um papel de provocação, de crítica e de denúncia, a arte de hoje sofre um esvaziamento conceitual, passando simplesmente a entreter. Uma vez que hoje se pregue um hedonismo no qual não exista espaço para o sofrimento, onde sempre existe alguma terapia alternativa, desvio, atalho ou medicamento que anestesie uma negativa, para a arte de massa, só resta ser positiva. Como diz Silva (2012, p. 17), “o próprio da arte era gerar negatividade. Mas também ela se converteu num positividade total. Só é arte o que aparece. Só o que aparece é arte. Afinal, arte é espetáculo”.

Sabe-se que a tecnologia não é boa nem má. Tecnologia é ciência aplicada a um produto ou a um processo. Ela é o que dela se faz. Tanto Silva (2012), como Hobsbawn (2013), parecem indicar que o imaginário tecnológico que cerca o homem de hoje concebeu máquinas tomando o lugar de destaque, como se a elas coubesse o papel de *virtuosos* da vez, os criadores da vez. Se as máquinas existem, quem precisa de ideias? Diante desse quadro, os produtores do hiperespetáculo ficam comumente correndo

em círculos. Buscam, como diz Silva (2012, p. 23), “(...) simular o novo como novidade superada ou reinventar o velho como superação da novidade”. Nessa nova atmosfera, muitas vezes confunde-se o domínio da tecnologia com o da linguagem artística. Embora as duas esferas possam dialogar, o conhecimento de uma não implica, diretamente, o domínio sobre a outra. Na *sociedade midíocre* de Silva (2012), comumente prima-se pela tecnologia, inapropriadamente, condenando-se a linguagem artística a um plano secundário. Nesse habitat, procriam-se as celebridades.

2.12 DOS MITOS ÀS CELEBRIDADES

Na *sociedade midíocre*, proliferam, não os mitos, mas as celebridades. Para Turner (2013), *celebridades* são aquelas figuras públicas, emergentes principalmente dos esportes e da indústria do entretenimento, com alto grau de exposição e celebração midiática. Honeff (2005, p. 66) indica que, “numa sociedade midiaticizada, a celebridade é quase um barômetro natural do êxito social. Mesmo um criminoso goza de prestígio social nos Estados Unidos a partir do momento em que tem êxito”.

Essas figuras despertam muito mais interesse por suas vidas privadas (que, quanto mais escandalosas, mais atraem) do que propriamente por seu trabalho. Portanto, se apenas os escândalos, fofocas e trivialidades despertam atenção, seriam eles os modelos de conduta a serem seguidos por aqueles que veneram as celebridades. A jornada do herói, na qual o personagem passava por privações e voltava para dividir a sua glória e o seu ensinamento com os demais, é agora substituída por um manto de futilidades. Quando as futilidades e a positividade extrema tomam conta do palco, a arte se retira e cai em esquecimento. E se a arte se retira e cai em esquecimento, morrem com ela os *mitos musicais*. Hoje, muitas estrelas musicais são, de fato, *celebridades musicais*.

Esse enfraquecimento da mensagem artística e a falta de um projeto artístico consistente justificam porque, atualmente, assim como surgem dezenas de novos aspirantes ao mercado musical, centenas deles naufragam

antes mesmo de completarem a primeira jornada (nada heroica). A arte musical *mainstream*³³ se transformou, majoritariamente, na arte de produzir banalidades. Essa é a *arte* reconhecida e venerada pela grande massa. Quando o espetáculo ultrapassa o artista, lançando-o violentamente para a camada de trás, assume o controle e toma para si todas as atenções. Fim do artista, vitória do espetáculo. A fascinação pela imagem e pela simulação faz esquecer a substância, a essência. O espetáculo deveria estar a serviço do projeto artístico, e não o oposto.

O desejo de ser celebrado pode ser refutado e reconhecido, historicamente. Os imperadores romanos, séculos antes de Cristo, eram celebridades primitivas, veneradas por seus feitos, mas, sobretudo, por seu berço. Portanto, a celebração não possuía relação direta com a sua atuação. Ao longo da história, igualmente reis, nobres e sacerdotes buscaram a fama.

Hume (1981 [1738]) foi um dos primeiros autores a abordar as motivações que impulsionam o desejo pela fama. Ele diz que características como virtude, beleza e riqueza só tomam corpo e passam a ser motivo de diferenciação quando reconhecidas e legitimadas pela opinião alheia. Essa opinião alheia chancela as características enaltecidas a partir de um sistema de identificação projetiva. Vê-se, no outro, aquilo que ele comunica, mas a aderência e a admiração ocorrem, principalmente, pois reconhece-se, no outro, uma parcela de si. Hume chama essa sintonia de *simpatia*. Como diz o autor (1981, p. 499), “no caso da simpatia, produz-se uma evidente transformação de uma ideia em impressão. Essa transformação surge da relação dos objetos conosco”. Hume, aponta, ainda, que o reconhecimento tem relação com a construção da reputação, o que me leva a pensar que uma reputação positiva acaba funcionando como um atestado de bons antecedentes, uma prova externa de que um comportamento interno é julgado correto e vitorioso. Como complementa Hume (1981, p. 500), “se uma

³³ *Mainstream* é um espaço simbólico no qual atuam as grandes estrelas da música mundial massiva. Atualmente, este mercado encontra-se na mão de apenas quatro grandes grupos (SONY, EMI, WARNER e UNIVERSAL). Essas grandes gravadoras também são conhecidas como *majors*. Seu oposto é o *underground* (PALUDO, 2010).

pessoa contemplasse a si pela mesma perspectiva que seu admirador a contempla, obteria um prazer singular, um orgulho e satisfação própria”. Portanto, o juízo de valor de reconhecimento é, sobretudo, um ato de admiração e, muitas vezes, de paixão. A opinião de um ignorante, ou de um sábio, sobre um homem tem o mesmo potencial de valor: o que determinará esse potencial é o grau de importância que tal homem dá a tal opinião. Como lembra Hume (1981, p. 503), “tudo o que existe no mundo é julgado em comparação com outra coisa”. Sobre a fama, complementa (1981, p. 504): “A popularidade pode ser boa até para o homem que despreza as pessoas comuns, e isso ocorre porque o grande número destes últimos conferem-lhe peso a autoridade”.

Ainda que não sacie a todos com a mesma intensidade, a fama sempre foi força motriz da humanidade e explica, em parte, a busca desenfreada por popularidade, principalmente em tempos de conexões digitais em rede. O colapso dos sistemas monárquicos e religiosos abriu precedente para que meros mortais passassem a ser celebrados, mesmo tendo pouco a oferecer. Se isso parece injusto ou cruel, de fato é um rio corrente que antes carregava nobres e sacerdotes e agora carrega e afoga plebeus e pecadores. Como diz Turner (2013), trata-se de uma mudança de grau, não de substância. E como prevera Andy Warhol, aqui estão os quinze minutos de fama (WARHOL, 2008). França (2014) aponta que a equação de Warhol, que previa que no futuro, todos teriam seus quinze minutos de fama, estava incompleta: faltava afirmar que esses quinze minutos durariam, tão somente, quinze minutos.

França (2014) apresenta o conceito de *fama* que, como ela afirma, deriva do latim *fama*, e pode ser entendido como *o que se diz de alguém; voz pública*. Portanto, a ideia de fama ou famoso diz respeito à extensão e à repercussão de um acontecimento, objeto ou pessoa. A autora lembra que embora todo o ídolo seja uma pessoa *famosa*, o contrário não é verdade. França (2014, p. 18) afirma que a “(...) celebridade passa a nomear uma pessoa que, em razão de uma qualidade ou um feito, se torna digna de celebração, reconhecimento, reverência”. A atualização do conceito

celebridade, para os dias de hoje, mostra que a palavra é utilizada, tanto como substantivo, quanto como adjetivo, e carrega consigo a ideia de *fama* instantânea e passageira que, mesmo sendo efêmera, desperta certo tipo de culto. Portanto, trata-se de um comportamento de *conhecimento*, *reconhecimento* e *culto*. Quem sedimenta essa tríade é a mídia. A mídia é o oxigênio das celebridades, rótulo que não traz qualquer garantia de consistência ou durabilidade, uma vez que carrega consigo uma desconfiança, uma incerteza, como um parto com morte anunciada, logo adiante. Nada mais adequado para uma sociedade instável.

A celebridade necessita de visibilidade para existir e é na mídia que ela encontra essa energia vital. Nesse sentido, a visibilidade adquire um *status* de capital social. França salienta, contudo, que deve-se ter cuidado para não atribuir apenas à mídia o papel de constituição das *celebridades*. Cair em tal equívoco significaria atribuir um poder mágico de encantar tudo o que toca que, como se sabe, a mídia não tem. Prova é a enorme lista de atores e cantores expostos pela mídia mas que desapareceram sucessivamente. Portanto, sua simples aparição midiática não é garantia de construção de uma imagem forte a ser celebrada. Como um sabão em pó ou uma barra de cereal, a estrela é, também, um produto, e sua pura exposição não garante o seu consumo, assim como o do sabão ou do cereal.

França lembra que a condição de celebridade pode se dar em três modalidades: ser conferida (ser filho de outra celebridade, por exemplo, o que significa alcançar esse posto sem esforço ou intervenções específicas); ser adquirida (é o caso de artistas e atletas, quando o desempenho é tomado como exemplar, de qualidade excepcional); ser atribuída (como, por exemplo, os participantes de um *reality show*, blogueiros, geradores de *memes*; nessa categoria, encontram-se os que estão sob os holofotes, ou mantêm presença constante em veículos de comunicação).

Como a fama e a condução ao *hall* das celebridades é multicasual, França cita, como exemplo plural, o caso de Grace Kelly, estrela do *star system* de Hollywood, que veio a se casar com o príncipe de Mônaco. A

autora (2014, p. 23) lembra que Kelly “(...) conjugou um enredo melodramático de vida, beleza, carisma, realeza e exposição midiática”. A esse somatório multicasual, integra-se a sua morte inesperada e precoce. E uma morte trágica também alimenta a construção espetacular.

Portanto, a construção da celebridade é um processo complexo e multifacetado. Qualidades próprias, como carisma e beleza, associadas a dons desenvolvidos (como o ato de interpretar um papel ou executar um instrumento, por exemplo) são ingredientes relevantes *aquecidos* para ebulir na visibilidade ao campo midiático. Permanecer voando no céu das estrelas requer abastecimento constante. Assim, a permanência à frente dos holofotes é um processo continuamente renegociado e reconfirmado. Como ilustra França (2014, p. 24), “ser namorada de um ídolo da Fórmula 1, que morre de forma trágica (...) proporciona acesso a um cenário de grande visibilidade. Permanecer aí depende de investimentos, atuações e negociações de várias ordens”.

A autora também traz para a discussão outra definição crucial: a compreensão do que significa carisma. *Carisma* diz respeito a uma habilidade interacional. Desse modo, o valor simbólico de um indivíduo será amparado pelas conexões que este é capaz de manter. O *carismático* é aquele que está próximo de onde as coisas ocorrem. Ele, como complementa Richards³⁴ (2015), é uma antena que capta e transmite emoções.

A celebridade é um reflexo do *espírito do tempo*. Portanto, o alinhamento com os valores vigentes e as conexões com os influentes favorecem o florescimento da conversão em entidade a ser celebrada. Como sintetiza França (2014, p. 25), “(...) as celebridades ostentam aquilo que uma determinada sociedade, num determinado momento, valoriza”. Elas são as novas mercadorias, substitutas da essência pela aparência, nas quais se pode pendurar produtos e serviços a serem ofertados àqueles que as cultuam. Elas são telas em movimento. Mas as celebridades não estão a

³⁴ Keith Richards, guitarrista, vocalista e compositor mundialmente reconhecido, integrante da banda de *rock* britânica Rolling Stones.

serviço do capitalismo em primeiro plano; sua real natureza brota das necessidades do corpo social que deseja celebração, emoção e prazer. São pretexto para associações, segundo França, vértice de novas sociabilidades gerando, assim como as estrelas, projeção e identificação. Talvez pelo fato de a *celebridade* ser mais mundana do que a *estrela*, gere uma identificação ainda maior junto ao público, que reconhece nela, um dos seus.

França (2014) levanta outra questão vital, tanto no que tange à análise da celebridade, quanto da estrela. Trata-se do que ela chama de *acionamento pela identidade e pela diferença*. Como refere (2014, p. 27), “o ídolo, a celebridade nos atrai pelo que nos assemelha, pela força do mesmo. Outras vezes, é exatamente a distância, o estranhamento que ele nos provoca enquanto um outro que nos fascina e nos convoca”. A *celebridade* e o *ídolo* imantam uma atração fractal. Quando age no registro da identificação, gera conforto, espelhamento e reconhecimento. Já no plano da diferença, a celebridade reluz a pluralidade do mundo, faz olhar para além da linha do horizonte, ultrapassa fronteiras. E tem-se então, algo bastante positivo. Como ela sugere (idem, p. 28), “(...) é a existência do outro que institui a ética na vida social e a celebridade enquanto diferença alcança também uma dimensão ética”. Desse modo, a celebridade pode ser pensada sob as perspectivas da singularidade, da multiplicidade e da universalidade.

Além de compreender os conceitos referentes à *celebridade*, cabe pensar a sua potencialidade de agendamento. Nesse plano, Simões (2014) discorre sobre o poder de *afetação das celebridades*. Essa afetação diz respeito aos agendamentos afetivos, morais e estéticos provocados pela celebridade, uma espécie de catalisação que atua através das veias do carisma, isto é, uma capacidade de provocar ação e reação. O carisma aparece em seu texto como um conjunto de dons do corpo e do espírito, reconhecidos como dignos de valor por todos aqueles que se submetem à autoridade carismática, através do culto e da devoção. Trata-se, pois, de uma dialética do carisma, uma interlocução entre a celebridade e seu público. Como completa França (2014, p. 215),

um sujeito pode projetar os seus sonhos de riqueza na experiência dos famosos (projeção); ou reconhecer uma experiência vivida por uma celebridade como semelhante à sua (identificação); ou, ainda, marcar o afastamento de sua vida em relação à conduta de um ídolo, ao denunciar seus fracassos e deslizes (contraidentificação).

Em todos os casos, observa-se um mecanismo de *ação e reação* entre *celebridades e cultuadores*.

Se, no passado, a fama pode ter sido condenada³⁵, hoje ela é exaltada. Todos querem performatizar midiaticamente para serem visualizados. Tudo é publicado nas mídias sociais digitais à espera de visualização. Paradoxais, ao mesmo tempo que tudo querem exibir, condenam o exibicionismo. São democratas exibicionistas caçados por conservadores *voyeurs*. Vive-se uma explosão narcísica na qual todos querem se mostrar e falar de si, ao mesmo tempo em que se horrorizam quando intimidades são vazadas. Trata-se de um narcisismo inseguro. Nesse cenário, o valor da exibição migra dos feitos e obras para o próprio eu. Só é quem é, publicamente. Não importa o que se é, desde que se seja publicamente. Esse pensamento, se aplicado ao campo da indústria musical, decreta o fim da música como arte e sua transmutação em álibi exibicionista. Hoje, o desejo de visibilidade é tão avassalador que se basta, sem depender de ética, dignidade ou remuneração. Viver fora da luz dos holofotes significa assinar a própria sentença de morte, ou sequer existir. A sociedade *voyeurista* precisa de seu combustível exibicionista e vice-versa. Quando a exibição se converte em valor, pode-se entender o culto e o fascínio pela celebridade. Nessa avalanche de celebridades e aspirantes a ela, tem-se (em quantidade) tanto a cultivar e tão pouco tempo para cultivar.

A própria arte questiona e critica o culto às celebridades. Allen (1998; 2012) já produziu ao menos duas obras que retratam e debocham, tanto a indústria do *star system*, como das celebridades instantâneas. Em seu

³⁵ Exemplificando, ser ator, em séculos anteriores, era sinônimo de transgressão e baixaza.

projeto de 2012, denuncia a corrida dos *paparazzi*³⁶ que cercam pessoas comuns, eleitas pela mídia como celebridades, atrás de notícias que não necessariamente atendem aos critérios de relevância para abordagem e veiculação como, por exemplo, indagações sobre o que comeram no café da manhã. Em 1998, a crítica é mais branda, mas igualmente ferina. Antes dele, outros, como Warhol (2008), já haviam feito suas observações ferinas. No caso de Warhol, ele se tornou conhecido por retratar criticamente diversas celebridades. Quanto mais fútil ela fosse, mais caro ele cobrava para retratá-la, e mais as pessoas pagavam caro por esse serviço artístico.

A porta aberta dos meios digitais de promoção, conectados em rede, que a todos convida a entrar, criou a falsa ilusão de que a *celebridade* tem a grandeza de um *ídolo*. A prova de que não tem, está na sua mortalidade prematura. O sistema é perverso e contraditório, pois, ao mesmo tempo em que estimula e cultiva celebridades, a própria lógica do sistema desenvolve mecanismos de aniquilação. Daí, pode-se inferir que o culto à celebridade é um câncer social: multiplica para destruir. Para mim, esse esvaziamento que a celebridade denuncia parece evidenciar um total desinteresse sobre o encontro com a essência, com a arte, com o outro e dos homens com o seu próprio eu.

2.13 O QUESTIONÁVEL E EMBLEMÁTICO Esvaziamento do PROJETO ARTÍSTICO³⁷

O texto de Thornton (2015) traz uma indagação pertinente à minha discussão: O que é um artista? Essa resposta é extremamente complexa, escorregadia e cheia de caminhos. Mesmo assim, assumirei um desses

³⁶ Repórteres fotográficos que fotografam celebridades com o intuito de expor suas intimidades, sem autorização para realizar as fotos.

³⁷ Texto parcial apresentado no GP Comunicação, Imagem e Imaginário, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. In: *Anais INTERCOM*. São Paulo: USP, 2016. PALUDO, Ticiano. “O Bum-bum e o bumbum de Nicki Minaj: Imaginário neo-Duchamp ou esvaziamento do projeto artístico?”

caminhos, não como sendo o correto, mas o mais interessante para a perspectiva de minha pesquisa. Como eu, Thornton reconhece que artistas não fazem apenas arte, e que o projeto de construção mítica em torno de si auxilia a valorizar o seu produto artístico, isto é, suas obras. Ela lembra que, enquanto os pintores do século XIX enfrentavam questões de credibilidade, Marcel Duchamp provocou uma reviravolta no mundo das artes ao apresentar um urinol como obra de arte, no início do século XX. Daí em diante, uma ruptura, ou uma crítica séria e bem estruturada, poderia servir como alibi para que, aos artistas, fosse conferido um poder de designar qualquer coisa como arte. Thornton (2015, p. 9) entende que, “numa esfera na qual tudo pode ser arte, não existe nenhuma medida objetiva de qualidade, de modo que o artista ambicioso deve estabelecer seus próprios padrões de excelência”. Para a autora, ser artista envolve a construção de uma identidade que depende de uma longa série de aptidões.

Por que um quadro possui moldura? Por que um palco possui altura? São artifícios para separar o que é arte do que não é arte. Mas quando os limites da arte transbordam, perde-se a noção territorial da arte. Perde-se, em outras palavras, a sua moldura. Para compreender a questão, recorro ao texto de Simmel (2016 [1902]), no qual o autor defende que a essência da obra de arte é um todo por si mesmo, que não precisa de uma relação com o exterior e sempre reconduz suas correntes energéticas para o seu próprio centro. Simmel afirma que a função da moldura, na obra de arte, consiste na simbolização e no reforço da dupla função do limite da obra de arte: exclui da obra todo o meio ambiente e, também, o espectador, e assim contribui para colocar a obra de arte a uma distância necessária que torne possível o seu consumo estético. Cabe lembrar que, na minha pesquisa, endendo a estética como a experiência sensível com a obra.

O músico e compositor Frank Zappa (1990) também discorre sobre a questão da moldura, afirmando que ela é a coisa mais importante na arte. No caso da pintura, literalmente; para as outras artes, figurativamente. Ele afirma que, na ausência da delimitação, não se pode saber onde acaba a arte e começa o mundo real. Traçando uma relação de proximidade entre molduras

e fronteiras, sugiro que romper uma fronteira, na arte, significa olhar para a tradição e seus limites e avançar por terrenos desconhecidos, re combinando técnicas, texturas e formas. Nesse sentido, é possível perceber-se a mistura de materiais, referências e ideias, e o intercâmbio de interfaces e suportes, o que frequentemente promove uma mestiçagem saudável que resultará em novas fronteiras, e assim, sucessivamente. Porém, e, em tom crítico, sou bem enfático: esse rompimento saudável e criativo pode esconder, de fato, uma banalidade vazia, travestida de genial.

A questão arde quando, ao longo de uma considerável experiência pessoal, observei o campo empírico da arte musical. Através do meu contato profissional com o meio musical, por cerca de três décadas, fui percebendo que o *mainstream* tem, cada vez mais, iluminado projetos musicais vazios e colocado na sombra projetos musicais realmente relevantes. Essa exclusividade não é só da música, estendendo-se por outros braços da cultura, como cinema e literatura, por exemplo. Se, no passado, os artistas trabalhavam arduamente para desenvolver seu projeto artístico, a cultura da celebridade provocou gradualmente um esvaziamento do *projeto artístico*, fazendo parecer que o paradigma de Duchamp (que de vazio não tem nada) chancela qualquer pessoa a se intitular como artista. A discussão é complexa, mas preciso tocar neste ponto, pois estou em busca do mito musical, e necessito compreender se ele pode ser, tanto uma simples celebridade, como um artista de fato.

O *projeto artístico* é defendido por mim como sendo a escolha adequada de uma *linguagem* para que a mensagem artística se propague e se efetive, e que ela seja fruto de esforço, pesquisa, dedicação e *verdade artística*. Defino *linguagem* como *uma ideia em forma de expressão*. Independente da linguagem e do texto (entende-se texto como texto propriamente dito, imagem, som ou um conjunto destes), lapidar-se uma obra artística exige preparo (como já abordei, anteriormente) e a arte deve servir para provocar no público uma grande *catarse* e uma grande reflexão, de forma previamente planejada, ainda que o resultado da arte, obviamente, seja sempre imprevisível. A *verdade artística* já foi entendida por mim

(PALUDO, 2010) como sendo uma proposta estética e conceitual de um trabalho artístico que seja sinônimo de autenticidade e verdade, ou seja, um encontro verdadeiro com o interior do artista e sua natureza artística.

Proponho que se pense a arte, não como entretenimento puro, mas, acima de tudo, como uma *inflexão que provoca reflexão*. Se o projeto artístico não conseguir tal feito, ele passa simplesmente ao plano da diversão, do entretenimento. A arte pode ter a capacidade de entreter, mas o entretenimento nem sempre será uma obra de arte. Também é prudente lembrar que, muitas vezes, até mesmo artistas experientes produzem projetos resultantes de grandes estudos que rendem poucos frutos, e que obras que julgavam menores provocam um efeito macro na recepção. Porém, a máxima de que nem todos serão artistas genuínos, e de que celebridades não são necessariamente artistas, continua valendo.

Os mitos podem habitar, tanto o *mainstream*, quanto o *underground*, tanto os caminhos iluminados, como os mais obscuros. Porém, aqueles que vivem no *mainstream* (ou que são trazidos das trevas para a luz espetacular), acabam provocando efeitos maiores, pois sua mensagem ecoa para um público cada vez maior. É no meio *pop* que minha crítica de esvaziamento se cria e procria. Portanto, preciso definir o que significa meio *pop*. Honnif (2004), relata que o termo surgiu, em 1956, pelas mãos do crítico de arte britânico Lawrence Alloway, para designar os produtos de cultura de massa (*mass media*), e não a obras artísticas, nas quais elementos da cultura popular passaram a ser incorporados como material criativo, concepção ocorrida *a posteriori*. Silveira (2013, p. 9) entende que a ideia de *pop* está enraizada em uma lógica de consumo capitalista, sendo compreendida como uma mercadoria cultural produzida “sob o imperativo do lucro, sobre o qual incide a expectativa de bons rendimentos financeiros”. Como todo produto capitalista, está submetida a uma estrutura de linha de montagem, produção em série e em larga escala. Isso implica que, para ser consumida pela massa, ela precisa ser vista pela massa. Então, nada mais natural que esses produtos recebam uma iluminação viçosa. Precisam estar destacados em exposição para serem consumidos. Ser *pop* implica em ser visto. A cultura

pop também abriga a diversão e o humor fácil. Quanto mais fácil, mais compreendido, mais propagado e mais consumido.

Watson (2016) denuncia um crescente esvaziamento do projeto artístico musical do *pop* contemporâneo. Sua denúncia baseia-se em uma série de estudos que, somados, pretendem mostrar que a música popular nunca enfrentou um tempo tão obscuro como o atual. A conclusão de seus argumentos aponta que se vive um período de trevas musicais. Para ele, a música de hoje é massante e homogeneizada. Sua afirmativa se pauta pela verificação dos *hits*³⁸ dos últimos dez anos, indexados pela revista Billboard³⁹, referência mundial em publicar esse tipo de ranqueamento. Analisando essas composições, e comparando-as com períodos anteriores, percebe-se que suas fórmulas musicais estão mais simplificadas e suas letras mais débeis. Para compreender as reivindicações propostas por Watson, fui atrás das citações apresentadas por ele, com o objetivo de conhecer as fontes primárias e verificar se a sua denúncia é procedente, ou não.

Watson (2016) cita que Dave Grohl, um dos músicos mais influentes da última década, também percebe esse traço agonizante. Grohl afirma que, “se a música número um das paradas de sucesso é sobre a sua bunda, isso é um problema” (CHALKLEY, 2014). Essa citação cifrada evoca uma crítica a cantoras como Nicki Minaj, que obteve sucesso mundial, em 2014, com o vídeo da canção “Anaconda”⁴⁰ (TILLEY, 2014), no qual o seu traseiro é a temática central. Porém, é prudente não esquecer que, mesmo a simplicidade apelativa pode ser um espelho social que provoca. E a arte é, dentre inúmeras coisas, um espelho social que provoca. Aqui, evidencio como a discussão é complexa, pois os limites entre a provocação estética e o puro apelo grosseiro se confundem na nebulosa espetacular. Quem pode

³⁸ *Hit*: fonograma com alto potencial promocional e comercial (PALUDO, 2010).

³⁹ Billboard é uma publicação norte-americana internacionalmente respeitada, que versa sobre o universo musical e é conhecida por publicar uma listagem com a parada de sucessos musicais populares. *Site*: <<http://www.billboard.com>> Acesso em 15/05/2016.

⁴⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>> Acesso em 18/05/16. Na data do acesso, contava com 589.999.591 *views* e 2.544.684 *likes*.

garantir que, no fundo, a bunda de Nicki Minaj não é, de certo modo, uma prima distante do urinol de Duchamp? Ou ainda, se o *pop* é para ser o mais palatável possível, fácil e hedonista, não seria esse processo um esvaziamento, mas um encontro final com seu verdadeiro sentido e propósito? Será que quem critica, de fato, não deveria ser criticado?

Seguindo a perspectiva em discussão, Watson afirma que se no passado, a música apresentava composições contestadoras, subversivas e ácidas, hoje o *mainstream* propõe um marasmo amansado. Resgatando o que já discuti, parece ser um eco do hiperpositivismo proposto por Silva (2012). Uma das explicações para o caráter repetitivo e banal da música diz respeito à debilidade da audiência, julgada em caráter amplo como uma geração pautada pelo positivismo excessivo e pela falta de concentração em narrativas longas e complexas. Embora Watson reconheça que determinadas obras de ficção televisivas, com tramas mais complexas, consigam entreter o jovem público de hoje, coloca que o mesmo não pode ser dito quando o assunto é a música. Uma das hipóteses que aponta seria que uma geração ansiosa, como a atual, precisa de fórmulas simplificadas e estímulos contínuos para manter o foco e a atenção ao que se escuta.

Retomando as fontes primárias da crítica, Pereira et. al. (2011) trazem um estudo comprovando que a exposição contínua a uma determinada música, independente de sua qualidade, promove uma gratificação cerebral maior do que a exposição a uma audição única de uma composição (pela primeira vez) que preencha os requisitos de qualidade julgados pelo ouvinte, mas com a qual ele não tem familiaridade. A conclusão desse estudo mostra que a repetição gera safistação, mesmo que o objeto apresentado na repetição não corresponda ao gosto do ouvinte ou se aproxime de suas preferências musicais. Ela pode estar associada ao prazer do reconhecimento. Portanto, um produto musical ruim pode ter sucesso, desde que seja repetido com frequência, e que o ouvinte seja exposto inúmeras vezes à gravação, independente de o projeto artístico ser forte ou fraco. Como o *mainstream* se pauta pela repetição, parece alimentar esse ponto adequadamente. Encontro talvez a gênese dessa afirmação em algumas

fontes primárias. A repetição de um discurso constrói a sua verdade, mesmo que ela seja uma mentira repetida, tomada como verdade pela repetição. Joseph Goebbels, figura chave na comunicação do Terceiro Reich, afirmava que *uma grande mentira repetida mil vezes torna-se uma verdade* (STILLE, 2007). De outro modo, MARTÍN-BARBERO (1997) defende que, no plano do conhecer, re-conhecer é pura operação de redundância, propiciada pela repetição.

Outra estudo citado por Watson é o de Powel-Morse (2014), que analisou o grau de complexidade de letras musicais que figuraram na parada de sucessos da Billboard nos últimos dez anos. O texto indica um emburrecimento dos compositores atuais, com letras que pareceriam escritas por crianças. Diante do exposto, pergunto: O minimalismo também não pode cair nessa condenação? O retorno à simplificação total não significa penetrar no interior mais profundo do coração do *pop*?

Mais uma crítica emerge quando Watson resgata o texto de Seabrook (2012), afirmando que, devido ao seu alto potencial de dispersão e falta de concentração, cada vez mais, as pessoas precisam de *hooks musicais* para continuarem concentradas em uma audição. *Hooks* são *ganchos sonoros* que procuram manter o ouvinte interessado durante a audição de uma peça musical, evitando que ele se disperse e perca o interesse no que está ouvindo. Esses *ganchos* (em inglês, *hooks*) são formados por uma combinação de letra, melodia e ritmo contagiantes, de fácil assimilação e memorização. Eu vejo o *hook* como uma matriz mimética simples, com alto poder de replicação, gratificação e sedução. Utilizando o princípio aristotélico do prazer pela repetição, essas fórmulas musicais pretendem ser utilizadas como diferenciais poderosos na conquista de ouvintes ansiosos, com elevado potencial de dispersão e desinteresse. O *hook* é, em última instância, um primo do *leitmotiv*⁴¹, o que mostra que é um recurso estilístico, e não o causador de todos os males.

⁴¹ *Leitmotiv* (ou motivo condutor) é uma técnica na qual uma melodia ou passagem musical é apresentada, de forma repetida, como signo que evoca a presença de um personagem, ou determinada sensação. É muito utilizada na ópera, no teatro, no cinema e na televisão.

Ainda que eu concorde, em parte, com as denúncias apresentadas, elas não parecem suficientes para condenar a música de hoje. Afinal, existe muita diversidade sendo produzida fora dos domínios do *mainstream*, e talvez o *mainstream* tenha sempre se interessado por artistas que falem com a média da população. É relevante que se diga que a média é média, isto é, a média é medíocre, não no sentido aristotélico, mas atual, de se nivelar por baixo, pelo mais vulgar, menos consistente, o que exige menos do ouvinte. Talvez a média não esteja interessada em projetos reflexivos. Nem ela e nem o *pop*. Talvez o *pop*, como sempre foi, seja um reflexo social e é esta a sociedade que agora se apresenta. Ou, como aponta Silveira (2013), sintetizando o pensamento do artista plástico britânico Richard Hamilton, talvez seja um produto popular (feito para o grande público), efêmero (que se extingue em curto prazo), descartável (facilmente esquecível) e jovem (dirigido ao público juvenil).

A complexidade se intensifica quando procura-se definir paradigmas e aplicá-los na análise estética e conceitual do campo sonoro. Silveira (2013, p. 19) avalia que, no *rock*, dentre outras características, existe uma vinculação visceral entre os corpos da audiência e dos músicos, e que o *rock* deveria ser avaliado pelas reações e sensações físicas que provoca, uma vez que ele convida a “dançar, bater o pé e mexer a cabeça”. Diante disso, coloco em cheque: mas a música *pop* não faz o mesmo? Nicki Minaj não faz o mesmo? Nicki Minaj é, então, roqueira?

A discussão pode ser ancorada, ainda, em Silveira (2012), quando ele apresenta o conceito de *afterpop*. Essa expressão, cunhada em 2007, pelo escritor e crítico literário espanhol Eloy Fernández Porta, alarga o conceito de *pop*, libertando-o da simples classificação como algo massivo e popular e o traz para uma rica atmosfera difusa, na qual o *pop* é muito mais do que o *pop*. Isso implica que o *Zeitgeist* de agora é tão multifacetado que é provável que a sua definição, e as suas fronteiras, sejam exatamente a ausência de

Embora não seja o seu inventor, Richard Wagner é comumente associado ao *leitmotiv*, por tê-lo utilizado em diversas de suas óperas.

definições e fronteiras, uma espécie de tudo e nada, ao mesmo tempo. Como elucida Silveira (2012, p. 6), “a cultura *afterpop* seria uma intrincada trama de referências e estilos, citações e contra-citações que precisariam ser lidas em diagonal”. O *afterpop* gravita, não apenas no *mainstream*, mas no *underground*. Trata-se do lado positivo da negativa falta de definições apresentada anteriormente por Silva (2012). Como resume Silveira (2012, p. 15),

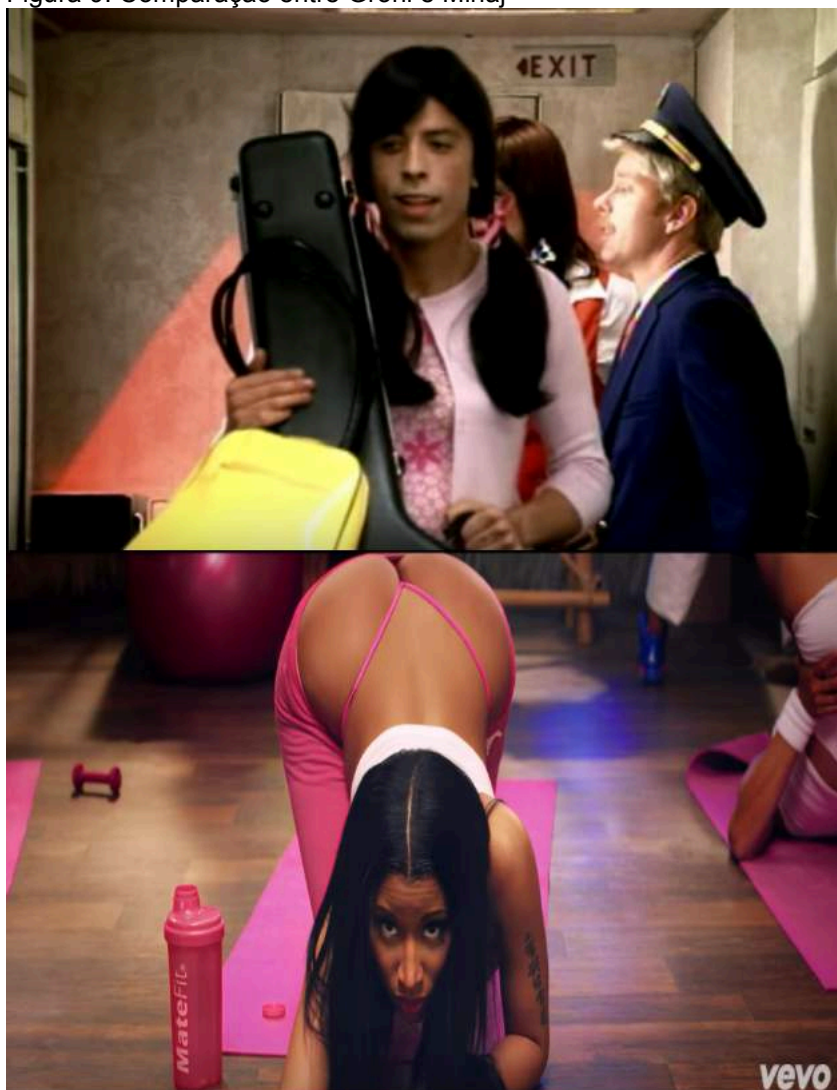
se há credibilidade suficiente em torno da noção de *afterpop*, ela só pode residir nisto: na possibilidade de entendermos a cultura contemporânea (e os objetos que nela circulam) como um sistema de deslizamentos e empréstimos, um sistema de citações cruzadas, onde noções como *alto* e *baixo* são permanentemente revistas e invalidadas, reinstituídas, revistas e invalidadas... Talvez o *pop* contenha, em germe, sua própria superação e sua transcendência.

Tal definição demonstra que o *afterpop* é um *rebento* da era pós-moderna, caracterizada pela mistura de escolas, estilos e linguagens. Quem sabe, se sinta a ausência de textos musicais mais poéticos e reflexivos, ou de denúncias sociais e políticas povoando os *hits* do momento, expostos pelo *mainstream*? Ou de identidades mais fortes, que coloquem o trabalho musical em expressivo relevo, em vez de ficar boiando no oceano musical contemporâneo. E essa questão, na verdade, não diz respeito somente ao *pop*. Ela engloba a música eletrônica e o *rock*. O *rock* e o *punk*, que se opunham ao consumismo barato do *pop*, acabaram por ser cooptados e igualmente transformados em *souvenirs*. O *rock* gira incessantemente no carrossel cíclico que, ora transgride, ora coopta. É tudo tão imbricado que o próprio Watson coloca o *pop* e o *rock* juntos, em sua crítica.

Questiono: esse esvaziamento não seria uma retromania engessante? Seria uma discussão de gosto? Gombrich (2011) lembra como as definições de arte são complexas e escorregadias e que existem razões erradas para não se gostar de uma obra de arte. Ou seja, os padrões de gosto e beleza variam muito. Portanto, a discussão do gosto é pouco proveitosa. Não gostar que se fale sobre o traseiro é questão de gosto? É curioso que o próprio Dave Grohl, que critica Nicki Minaj, por ser superficial, apresenta-se no

vídeo-clipe da faixa “Learn to fly”⁴² (PERETZ, 2001) de forma tão cômica que perde sua força contestadora, uma vez que a narrativa é tão ou mais banal do que o balançar do traseiro de Nicky Minaj, como pode ser visto na Figura 9:

Figura 9: Comparação entre Grohl e Minaj



Fonte: O autor (2016) com base em *printscreens* dos vídeos.

Eu defendo Minaj. Chacoalhar o traseiro traz algum teor heroico? Com certeza fornece um modelo de conduta de liberação sexual. Embora, como se espera, pereça na volatilidade dos *novos mitos*, desenvolve modelos de conduta, modelos miméticos. Se o pensamento for direcionado para a profundidade das obras, traço frágil, complexo e subjetivo a ser analisado, talvez seja possível arriscar uma denúncia, mas sempre correndo o risco de

⁴² Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=1VQ_3sBZEm0> Acesso em 20/05/2016.

ser engolido e igualmente esvaziado, uma vez que a qualidade depende sempre de quem olha. O que faz a arte valer à pena é o seu caráter provocativo. Como diz a letra da composição de Belchior, “Quero que esse canto torto corte a cara de vocês”⁴³. Não como ícones supremos, mas como exemplos pertinentes, Caravaggio (no passado), e Rammstein ou Madonna (no presente), alinham-se aos ideais resgatados por Watson (2016), pois representam tudo aquilo que ele defende. De fato, o *mainstream* apresenta, como demonstrarei a seguir, ainda que de forma restrita, uma brecha para projetos reflexivos, ou em outras palavras, mais profundos. Propor profundidade. Seria essa uma função do *pop*? De fato, quem sabe não seja essa a sua vocação, mas a vocação da celebridade, alma gêmea do *pop*. Este é o novo matrimônio do século XXI, o século das *celebridades pop*, superando a tudo e a todos, como já fizera no passado, agora com força total. O século das *celebridades afterpop*.

2.14 CONTEÚDO *HARD* EM MEIO *SOFT*

Assim como Debord (2007), Wainberg (2015) comenta que o entretenimento permite que as pessoas escapem da realidade através da fantasia e da imaginação. Ele cita, ainda, um caráter inebriante que envolve um jogo lúdico entre platéia e indústria do espetáculo. A catarse, provocada pelo entretenimento, anestesia a audiência, como se dela tivesse sugado uma energia vital. Como num ato sexual, após o contato espetacular, obtendo prazer, um estado de torpor invade os seres. Trata-se de se deixar levar pelas imagens e pelos sons. Trata-se de deixar levar pelo texto. Wainberg também afirma que tomar a ilusão por realidade é comum às crianças menores. Elas, inocentemente, criam seus amigos imaginários, suas realidades paralelas, seus simulacros desinteressados, puros e infantís. O simulacro é um disfarce, uma máscara lúdica.

No que tange às fantasias ficcionais infantis, a indústria do espetáculo, sob certo sentido, reconstrói essa relação entre fantasiar e viver

⁴³ Trecho da canção “A palo seco”, de Belchior (1976) in: **Alucinação** (Phillips, 1976).

intensamente a fantasia, buscando um resgate nessa arte de acreditar na ficção e de fazer da ficção um local de refúgio e conforto. Anteriormente, sugeri que o espetáculo acaba sendo envolto por uma dimensão ideológica. As mensagens artísticas podem ser pensadas como instrumentos de manutenção ou quebra do *status quo*. Wainberg ressalta que nem sempre esse teor é percebido. Segundo ele (2015, p. 9),

a força persuasiva do entretenimento deriva do fato de que suas mensagens não são nunca percebidas como propaganda. Assim, com esta aparente inocência, as defesas psíquicas do público são debeladas. O simulacro permite, portanto, a difusão de mensagens sub-reptícias.

Como o autor propõe, o espetáculo permite abordar conteúdos *hard* (em português, *duro*) em meio *soft* (em português, *macio*), isto é, nas sutilezas da sedução das mensagens artísticas podem habitar conteúdos pesados, mas que, quando embalados pelo espetáculo, tornam-se mais palatáveis. Assim, a sedução espetacular convence muito mais do que um discurso duro e rude, como muitas vezes a propaganda faz. Se a publicidade vende produtos e serviços, a propaganda vende ideias e ideais. E o espetáculo pode servir de berço e catapulta para que essas mensagens atinjam os seus destinatários e os seus objetivos. A dureza da publicidade, da propaganda e da ideologia, encontram no espetáculo um parceiro de caminhada. Para Wainberg, nesse sentido, Lady Gaga, dos objetos que estudarei adiante, seria uma educadora. Ele evidencia o caráter educacional que o mito pode desempenhar, uma vez que fornece modelos ideais de conduta.

Diferente da aspereza do dia a dia, o espetáculo é ponto de fuga, no qual os refugiados encontram alto benefício afetivo à custa de um baixo poder cognitivo. No caso musical, o autor cita, ainda, o exemplo da música gospel, que se utiliza das melodias e palavras cantadas como instrumentos *soft* para a propagação da palavra divina, isto é, o discurso *hard*. Embora o espetáculo possa ser considerado um instrumento de alienação, por outro lado, nos casos citados por Wainberg, ele acaba desempenhando um papel educativo e, muitas vezes, instigante para a vida. A observação

contemplativa do ser mitológico construído no espetáculo pode servir, como prevê o mito, de modelo de conduta que impulse a vida e as atitudes daquele que contempla. O espetáculo, sob esse ponto de vista, passa a ser encarado, não como um entorpecente, mas como um lubrificante social.

Gomes (2009) aborda o borramento fronteiro entre informação e entretenimento ao apresentar sua leitura sobre o que chama de *infotainment*. No campo das ciências da comunicação, essa expressão diz respeito ao embaralhamento de fronteiras de áreas presumivelmente distintas da cultura midiática, informação e entretenimento. Como aponta a autora (idem, p. 196), “o que a expressão denota (...) é a articulação entre as tecnologias da informação e da comunicação e a globalização da cultura midiática”. Gomes não considera *infotainment* um conceito, e sim, um neologismo construído sobre a superposição das expressões *informação* e *entretenimento* (do inglês, *information* e *entertainment*). *Informação*, nesse âmbito, não diz respeito exclusivamente à informação jornalística (como poderia ser pensado em uma primeira leitura da expressão), mas informação como conjunto amplo de mensagens transmitidas.

Gomes também faz um ressalva para deixar claro o que significa *entretenimento*, evitando que se pense na expressão como algo pejorativo, como muitas vezes ocorre. Quando o termo envereda para o lado depreciativo, ou polo negativo, pode-se pensar em certas dicotomias, como contraposição entre arte e cultura, filosofia, verdade, etc. A autora (idem, p. 203) lista cinco eixos de leitura para entretenimento, os quais transcrevo aqui:

- a) um valor das sociedades contemporâneas (e, como valor, o entretenimento se traduz pela primazia do prazer e dos sentidos);
- b) uma indústria que se dedica à produção de uma mercadoria ao mesmo tempo econômica e simbólica;
- c) uma referência aos meios massivos de comunicação, aí se confundindo com seus produtos: videoclipes, canções, histórias em quadrinhos, telenovelas, filmes, programas de auditório, transmissões esportivas, *reality shows*, entre outros;

d) um conteúdo específico veiculado pela mídia (lazer, cultura, esportes, moda, viagens, celebridades, estilo de vida, fofocas);

e) uma linguagem audiovisual, em especial no que se refere à sua alta visualidade, e àquela resultante da convergência tecnológica.

Assim como referi anteriormente, quando tratei da auto-representação alegórica, Wainberg também chama a atenção para a metáfora (transferência por analogia) e para a alegoria como instrumentos da construção artística que soldam o conteúdo *hard* no meio *soft*. Como afirma (2015, p. 13 – grifo do autor), “os personagens da teledramaturgia, da literatura, da cinematografia e do *showbis* espelham, de forma metafórica, o que se quer e o que se almeja comunicar”. Ou ainda, como complementa (2015, p. 13), “as emoções geradas pelos produtos culturais despertam também sentimentos otimistas e pró-sociais, entre eles a solidariedade, o amor e a compaixão”.

Essa outra faceta apresentada mostra o quão complexo vem se tornando a separação entre o que é arte, entretenimento e banalidade. Tal constatação parece evidenciar que está ocorrendo uma transformação do paradigma mítico. Como já mencionei, quando me referi aos heróis da guitarra, observei que muitos deles tiveram uma existência espetacular efêmera. Talvez os novos mitos do século XXI não sejam mais eternos, mas, sim, eternos enquanto dure o seu espetáculo e enquanto ele esteja midiático, isto é, em exposição midiática. Não me cabe discutir o conceito de arte, nem o de alta ou baixa cultura. Porém, as relativizações e pontos de vista que apresentei até aqui dão pistas de que o mito musical contemporâneo precisa usar de todos os artifícios possíveis para construir e solidificar sua obra, mesmo que ela seja transitória. Diante de tantas imagens, como apontava Debord, o espectador realmente fica perdido para compreender onde de fato está o verdadeiro espetáculo, se na vida real, na ficção, na hiper-realidade ou em tudo, ao mesmo tempo.

2.15 A INDÚSTRIA MUSICAL COMO ESPETÁCULO

Em minha dissertação de mestrado, desenvolvi um estudo que analisou as transformações ocorridas no mercado musical sob a perspectiva

do produtor musical e sua relação com o campo da comunicação social, na era da comunicação digital (PALUDO, 2010). Desse estudo, trago agora alguns recortes que permitem compreender a relação entre os conceitos referentes ao campo espetacular e o mercado da música contemporânea. Tratarei, por hora, sobre a música gravada para, no próximo capítulo, debruçar-me sobre a performance ao vivo e o filme.

Onde começará o mito musical? Qual seria o compositor mais antigo, lembrado e celebrado por um grande público, um notável, um mito, e um eterno? Na história da música ocidental, uma resposta aceitável pode ser encontrada no século XVIII, em Johann Sebastian Bach (1685-1750).

Entre os séculos XIV e XVII, o Renascimento trouxe a noção do *autor* à tona. Antes desse período, a autoria não possuía importância, muito menos a importância que tem hoje. O Renascimento, que marcou o início da chamada Idade Moderna, foi caracterizado pelo progresso técnico e científico, no qual se ampliaram a filosofia, a literatura e o amor pela beleza (BYINGTON, 2009). No caso musical, mais de um século após o Renascimento, Bach foi um dos primeiros compositores a ter a história registrada. Por causa disso, é possível saber que dividia seu tempo entre apresentações *virtuosas* e os ofícios de professor de música e de compositor (GEIRINGER, 1985), tendo seu trabalho reconhecido, tanto como intérprete, como compositor. Naquele tempo, embora os artistas fossem celebrados pelo público, essa celebração não possuía a dimensão que tem hoje. Até a proliferação do rádio e da televisão, no século XX, os artistas eram promovidos pelas apresentações que realizavam, ao vivo, e pela venda de composições licenciadas, em partituras comerciais. Citando outro exemplo pertencente aos clássicos, diferente de Bach, que não excursionava, Mozart fez fama e fortuna, apresentando-se por diversas cidades, seja para o grande público, como para os nobres ou para o clero.

Dando um salto no tempo, a partir da segunda metade do século XX, um intermediário entre público e artistas musicais começa a desenhar os espetáculos como hoje se conhecem. Embora, como será visto no próximo

capítulo, o teatro e a ópera sejam os embriões do espetáculo musical contemporâneo, as gravadoras desempenharam um papel vital no desenvolvimento dessa estratégia promocional.

Basicamente, uma gravadora é uma empresa que comercializa fonogramas. Chama-se *fonograma* todo e qualquer registro de som gravado, seja em dispositivos analógicos (como discos de vinil ou fitas K7), como em dispositivos digitais (como *compact discs* ou arquivos de som compactados em formato MP3). Dentre diretores executivos, promotores e divulgadores, quero dar destaque especial ao chamado A&R. A&R é uma sigla para Artista e Repertório (ou, no original em inglês, *Artist & Repertorie*). Martel (2012, p. 142) define A&R como sendo o trabalho que consiste em “identificar talentos, compositores ou intérpretes, apresentá-los sob contrato e em seguida desenvolvê-los”. Eu (2010) complemento dizendo que, do profissional de A&R não se exige conhecimento sobre teoria musical – embora seja recomendado – mas, sim, um grande conhecimento de mercado. O A&R é aquele que vai moldar tudo o que se refere à estética e à formatação do trabalho. Nessa esfera, estão incluídos figurino, comportamento (como o artista se portará perante os demais artistas, público e mídia), repertório (quais canções serão gravadas e executadas ao vivo), definição de referências estéticas (textuais, sonoras e visuais) e a escolha do produtor musical responsável pelo trabalho. Em muitos casos, o A&R acompanha todo o processo de elaboração de um álbum. Em outros, após a definição dos itens anteriormente citados, a gravadora entrega a verba ao produtor musical que deverá administrá-la adequadamente, dentro dos prazos, para, em data e local estabelecidos, apresentar a matriz do álbum ao profissional de A&R, de acordo com o planejamento por ele definido. É comum que o produtor musical, muitas vezes, assuma algumas funções de A&R, e, em determinados casos, desempenhe ambas as funções (A&R e produtor).

Atualmente, dentro do universo musical, existem basicamente três tipos de apresentação artística: ao vivo (durante os espetáculos públicos), gravada (quando o material é registrado em fonograma) e filmada (quando o artista representa apenas para a câmera, ou para a câmera e para o público,

em caso de registro de *performances* ao vivo). No primeiro caso, o músico representa para a platéia. No segundo e no terceiro casos, representa para a máquina. No caso da música gravada, quando um álbum (ou fonograma individual) é executado, o público assiste a uma representação de segunda mão, isto é, a máquina apresenta ao público aquilo que o artista apresentou à máquina.

Nos espetáculos ao vivo, destacados no próximo capítulo, recursos cênicos, como o jogo de luz e sombra, a cenografia, os efeitos especiais e a sonoplastia conferem ao ente mítico musical o seu empoderamento enquanto figura espetacular. No filme⁴⁴, mais especificamente no videoclipe, escolhem-se os melhores ângulos e os melhores *takes* para que o artista esteja sempre grande e radiante, assim como ocorria no *star system*, já descrito. Ressalto, ao final deste capítulo, que os recursos de gravação e finalização são os responsáveis por tornarem a performance gravada hiper-real. Como descrevi antes (PALUDO, 2010), os estúdios de gravação são espaços onde os sons são captados, editados e recebem um trabalho de pós-produção, isto é, um tratamento sonoro que enverniza e energiza o produto final.

Fazendo um pequeno resumo sobre os processos de produção fonográfica, até a década de 1940, as gravações eram basicamente realizadas ao vivo, sem edições ou truques. Isso significava que, se um intérprete desafinasse durante uma *performance*, ou um instrumentista cometesse erros de execução de seu instrumento, não seria possível corrigir o problema posteriormente, restando a tarefa de gravar novamente o material. Como lembra George Martin (2002, p. 340), produtor dos Beatles,

a gravação ideal era aquela que reproduzia o som original com maior fidelidade, portanto o produtor se concentrava em conseguir o melhor arranjo da banda e a melhor apresentação dos vocais. O engenheiro tinha que conseguir o melhor equilíbrio possível do conjunto inteiro em uma única tentativa.

⁴⁴ Falarei, também, sobre os filmes musicais, no próximo capítulo.

Ao final dos anos 1950, o músico Les Paul desenvolveu uma técnica revolucionária chamada de *overdubbing*, que consiste em um processo de gravação pelo qual novos sons podem ser adicionados a outros, já gravados. A partir dessa descoberta, a edição tornou-se uma poderosa aliada para corrigir imperfeições de performances, em especial as não tão brilhantes. No final dos anos 1960, duas bandas foram responsáveis por transformar o estúdio em um grande laboratório de som. Os Beatles, que competiam com os Beach Boys para ver quem realizava a obra mais genial, lançaram, respectivamente, os álbuns **Sgt. Pepper's Lonely Heart Club Band** (Parlophone, 1967) e **Pet Sounds** (Capitol, 1966). Essas duas obras mudaram a maneira como o estúdio era encarado. Ele passou de um mero captador a um potente emulador, um processador de simulacros sonoros. Desse ponto em diante, imperfeições poderiam ser corrigidas, editadas, copiadas e transformadas. Na campo erudito, experimentos como esses já eram realizados pelos compositores de música eletroacústica, mas foram os Beatles e os Beach Boys quem trouxeram essas técnicas para o mundo da música popular. No início do século XXI, músicos e produtores passaram a dispor de outro potente aliado na arte da emulação: o computador. O som convertido de átomos para *bits*, de som analógico para som digital, tornou-se ainda mais maleável e controlável. No decorrer do tempo, proliferaram *softwares* de edição e manipulação sonora. O som passou, definitivamente, ao hiper-real. Hoje tudo pode ser simulado, emulado e manipulado, tornando difícil o reconhecimento dos truques de estúdio aos ouvidos leigos da grande audiência.

Se as estrelas do *star system* usavam e abusavam dos figurinos e das maquiagens para iluminar a sua aura, as estrelas do que se poderia denominar como *music system*, isto é, a aplicação dos preceitos do cinema ao som gravado e propagado massivamente, usam e abusam do que se chama, em produção musical, de *maquiagem sonora*.

Basicamente, a gravação de um trabalho musical está dividida em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção. Na etapa de pré-produção, ocorre todo o planejamento artístico e logístico que envolve, além de

logicamente os artistas, os profissionais de A&R e produtores musicais. Produtores musicais são aqueles que tem por função potencializar as ideias musicais e transformar as obras musicais em grandes produtos artísticos ou de consumo de massa. Fazendo a separação que propus antes, devem tornar o trabalho o mais contestador e impressionante possível, ou o mais *entretenedor* possível. Isso inclui a preparação dos músicos para gravação, produção de arranjos, ensaios, escolha de estúdios, direção musical e finalização.

A etapa de produção consiste, basicamente, na captação do material sonoro. São gravados vozes e instrumentos, sejam eles orgânicos ou sintéticos. Após, os sons são misturados, distribuídos e equilibrados, etapa conhecida como *mixagem*.

A etapa de pós-produção é a forma que aquece, catalisa e expande o ídolo musical. É nela que se assa o *hiper-musical*. É nessa etapa que ocorre a *maquiagem sonora*. Através de processos como, por exemplo, equalização e compressão, o som é engrandecido, tornado poderoso, épico e vigoroso. Trata-se não apenas de realçar o que se tem de bom e esconder as imperfeições, como, acima de tudo, mostrar-se maior do que se é. Cães e gatos, por exemplo, quando enfrentam situações de luta, ficam eriçados, isto é, seu pelo se arrepia, fazendo-os maiores do que são, tornando-os mais imponentes perante seus rivais. O mesmo ocorre nessa etapa. A maquiagem sonora vai tão longe que consegue, inclusive, afinar vozes desafinadas ou fazer com que a *performance* de um baterista, desalinhada em sua captação, fique milimetricamente ajustada aos tempos da música gravada.

O processo é tão genioso que inclui, até, a contratação dos chamados *ghost musicians*, isto é, músicos de estúdio que imitam e emulam a estética de determinados artistas e executam as *performances* em seu lugar, como se fossem eles próprios tocando. O guitarrista Bob Kulick ilustra o caso, quando

revela, em entrevista⁴⁵, que dublou *performances* do guitarrista Ace Frehley em álbuns da banda Kiss, um dos objetos de recorte dessa tese.

A colagem de diversos bons momentos, a edição precisa, a limpeza quase asséptica do material sonoro gera, por fim, um *frankenstain*, não um duplo, mas um múltiplo do artista. Cada nova gravação é uma coleção multifragmentária de seus melhores pequenos momentos. O fonograma, um simulacro sonoro.

Claro que nem todos os artistas trabalham dessa forma. No entanto, a utilização frequente dos recursos de pós-produção começa a por em cheque os verdadeiros artistas e as *celebridades* pós-produzidas que emulam uma veia artística. Nesse ato de prova de valor, ao executarem suas *performances* ao vivo, ou a *verdade artística* se reafirma, e o artista confirma, diante de seu público, que é tanto ou mais do que um fonograma, ou a maquiagem fica borrada, revelando a verdadeira face do *performer*, isto é, os truques de pós-produção se desnudam perante a audiência. Citando um exemplo positivo, recorro a dois casos conferidos *in loco* por mim, de *performances* a que assisti em Porto Alegre, em 2015, dos artistas Jack White e David Gilmour, que comprovaram que são mais impressionantes ao vivo do que em suas consagradas gravações em álbum de estúdio. Como exemplo negativo, ilustro com a desastrosa performance do produtor musical Kanye West, ao interpretar a canção “Bohemian Rhapsody”, do Queen⁴⁶. Trata-se, como disse anteriormente, de colocar a tecnologia à frente da música, à frente da arte. E isso parece um sério problema, a não ser que a arte deste século realmente venha a ser apenas a tecnológica, em que o artista será o maquinário e os humanos meros temperos para a ciranda da música digital pós-produzida, o que, diga-se, parece uma visão um tanto quanto apocalíptica. Talvez esse novo som seja um *jingle* perfeito para empacotar e projetar as novas *celebridades* do momento. Ainda se vive este

⁴⁵ Entrevista disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=t-uvnSDaUBo>> Acesso em 20/05/2016.

⁴⁶ Performance disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=UnNJTDA4fn8>> Acesso em 20/05/2016.

processo, e é cedo para determinar o futuro, mas acredito em uma neo-organicidade, uma nova ordem estrutural que vai negar toda e qualquer edição, manipulação ou simulação, e irá preferir a crueza da arte nua, de cara limpa, mais mortal e menos espetacular, mas não menos mítica. Aliás, como todos os esforços, a proliferação de artistas e celebridades incensados pela mídia já demonstra que os novos mitos estão se tornando absolutamente mortais e que, mesmo realizando um esforço *sui generis* para emular super-poderes e feitos heroicos, parecem fadados ao mesmo destino dos heróis da guitarra. A neo-organicidade pode revelar, novamente, artistas genuínos, virtuosos de fato, com potencial de sedimentação e permanência.

De tudo o que apresentei, pode-se concluir que a humanidade passa por um momento de grandes transformações, muitas dúvidas e poucas certezas. Hoje, vive-se mudanças extremamente velozes e essa velocidade sequer permite uma reflexão apurada, pois escapa a todo o instante. Resta-me, então, humildemente, mas confiante na ousadia, proferir algumas palavras e recortar alguns fragmentos, para, no final, concluir que, embora todas as críticas, essa instabilidade constante move o homem para a frente, é provocativa e, quem sabe, reserve boas surpresas adiante. A era de hoje é a era da super-emulação, do hiper-real, um real mais real que o próprio real, e nele, as novas estrelas espetaculares empenham todos os esforços disponíveis para se fazerem notar em meio a uma miríade de ofertas artísticas, independente da sua qualidade, consagrada ou duvidosa.

Para prosseguir em meu estudo, no próximo capítulo vou percorrer o mundo do espetáculo em cena, focalizando a ópera para, ao final, chegar ao que chamo de *ópera encapsulada*, os videoclipes hiper-reais.

3. DA ÓPERA AO VIDEOCLÍPE

No terceiro capítulo, vou estabelecer relações conceituais entre a ópera e o videoclipe. Como autores principais, para comentar a ópera, vou utilizar os minuciosos estudos de Casoy (2008), sobre suas origens, e de Abbate e Parker (2015) sobre suas particularidades. No que tange ao videoclipe, acompanhar-me-ão Machado (2000) e Soares (2013). Apresentarei, também, as definições propostas por mim para *mitologia musical*, *artista total* e *adversongs*.

3.1 ÓPERA: POLIFONIA DE SONS E IMAGENS

Não pretendo executar um trabalho árduo de arqueologia da ópera ou do videoclipe. Vou me deter sobre a gênese e conceituação dessas modalidades artísticas e suas características marcantes a partir de um aprofundamento suficiente para que possam ser entendidos como veículos através dos quais os mitos se expressam e atingem a alma e o coração do público.

Casoy (2008) oferece um detalhado material sobre os primórdios da ópera e sua definição conceitual. Segundo ele, a ópera é

um tipo de representação teatral em que a ação dramática se desenvolve através da música vocal e orquestral. Seus principais artistas são os cantores líricos dos quais se exige, além de cantar, que representem, que atuem nas cenas enquanto cantam.

Na ópera, diferente do que acontece tradicionalmente no teatro, os atores não falam, eles cantam. Cantam o texto. Trata-se de uma forma complexa de encenação que toma emprestado componentes de outras artes.

Abbate e Parker (2015) lembram que encenar uma ópera exige um grande investimento emocional e financeiro⁴⁷.

O desenho da ópera iniciou-se na segunda metade do século XVI, na Itália, mais especificamente em Florença, local de efervescente atividade cultural e artística do período renascentista. Assim como hoje, grandes empresas e fundações patrocinam as artes. Naquela época, a classe dirigente florentina também atuava no *mecenato*⁴⁸.

No período que precedeu à ópera, os aristocratas mandavam encenar espetáculos suntuosos em seus palácios. Não havia comemoração em Florença que não servisse de pretexto para uma encenação. Casamentos e demais festividades contavam com espetáculos especialmente criados para tais ocasiões, que misturavam teatro, poesia e música. Não eram ainda óperas, mas foram os seus antepassados. Shakespeare (2016 [1596]) também apontava, em período próximo, essa prática de encenar-se espetáculos em cerimônias nupciais, o que pode ser percebido pela leitura de **Sonho de uma noite de verão**.

Havia, nessa época, basicamente três tipos de espetáculos. O primeiro chamava-se de *favola pastorale* (fávia pastoral), entendido como um poema lírico, dialogado, sempre de tema pastoral, com intrigas amorosas muito simples, entre pastores e divindades campestres da mitologia grega, como *ninfas* e *náiades*. Essas peças podiam, eventualmente, contar com canções. Seu interesse maior não se centrava na trama, mas na descrição do ambiente pastoral idílico e na sonoridade aristocrática da métrica da poesia empregada.

⁴⁷ Reafirmando, os relatos sobre ópera, que apresento a seguir, estão contidos na obra de Casoy (2008), exceto quando indicação em contrário.

⁴⁸ Historicamente o *mecenato*, que consiste no patrocínio de artistas e financiamento de obras de arte, foi realizado por famílias abastadas que amavam a arte, pelo clero (com finalidade de empoderamento dos espaços eclesiásticos e investimento na arte como patrimônio), ou pelo Estado, com motivações similares às do clero.

O segundo era denominado de *intermezzo* (intermédio). Consistia de uma narrativa musical encenada e cantada de função decorativa, introduzida entre os atos de uma peça de teatro, e que às vezes fazia alguma alusão, em forma de alegoria, ao seu argumento. Como recorda Casoy (2008),

à medida que o tempo foi passando, os intermédios acabaram se tornando um espetáculo dentro do espetáculo, pois eram sempre muito luxuosos, com complexa maquinaria de palco, efeitos especiais, usando orquestra e coro enormes para os padrões da época.

Apreciadíssimos pela nobreza florentina, a partir de determinado momento, os *intermezzi* deixaram de ser casuais e passaram a ser obrigatórios, contando, para sua execução, com os melhores músicos e poetas disponíveis. Como as peças de teatro de prosa tinham, invariavelmente, cinco atos, o número de intermédios exibidos era sempre de seis pois, além dos intervalos, eram apresentados no início e ao final dos espetáculos.

O terceiro tipo diz respeito à *comédia madrigalesca* (*madrigal*), tipo de espetáculo musical que consistia na dramatização de *madrigais*, nome dado a composições vocais para várias vozes, ditas polifônicas (do grego *polys*=muito, *phonos*=voz, som). Enquanto os cantores e os músicos ficavam escondidos atrás do palco, os atores interpretavam o que o texto do madrigal dizia, através do uso de dança e de mímica. O madrigal era uma das formas de música vocal mais estimados nessa época. Ainda que idealizado para várias vozes, existem relatos de apresentações de madrigais com um só cantor, com a substituição das outras vozes por instrumentos musicais, o que denuncia a paixão que os italianos tinham pelas vozes individuais.

3.2. O IMPULSO DA CAMERATA FLORENTINA

Como pode-se notar, todos os elementos integrantes da ópera já se encontravam prontos e disponíveis em Florença. O responsável por aprimorar essa linguagem foi um círculo de músicos, poetas e estudiosos que formaram a Camerata Florentina. Como diversos grupos compostos por

artistas e intelectuais daquela época, a Camerata Florentina foi constituída para debater assuntos relacionados à filosofia, ciências e artes. Tinha como mecenas um músico extremamente rico e culto, chamado Giovanni de Bardi. Fundador da Camerata, presidiu a primeira reunião que ocorreu em 1573, hospedando os encontros do grupo em seu palácio, no decorrer de vários anos. O nome *camerata* é um aumentativo de *camera*, que, no italiano significa *quarto* ou *recinto*, provável alusão aos grandes salões aonde aconteciam as reuniões. Apesar de debater diversos assuntos, a tônica dos encontros girava em torno de discussões sobre a música vocal. Casoy (2008) aponta que “a maior de suas preocupações era restaurar o poder de gerar e conduzir as emoções humanas que eles acreditavam que a música tivesse tido no período grego clássico”.

Através de seus debates, convenceram-se de que apenas o estilo de canto *monódico*, isto é, o canto a uma só voz, acompanhado de um instrumento, seria capaz de *mover os afetos*, já que, ao associar-se a cada sílaba de um poema, apenas uma nota da partitura, a *monódia* permitia que a mensagem contida no texto cantado fosse perfeitamente compreendida. Essa seria a teoria central para a criação do futuro *teatro musical* que hoje se conhece como *ópera*.

A palavra *contraponto* (do italiano *contrapunto*), que pode ser compreendida como *colocar nota contra nota*, é um sistema de composição musical onde se superpõe duas ou mais linhas melódicas. A *polifonia* é, complementando o que já expus, uma escrita para diversas vozes, que obedece às regras do contraponto. É comum utilizar-se tanto a expressão *contraponto*, como *polifonia*, como sinônimos, para definir composições para várias vozes. Esse conceito me interessa, pois, como ressalta Casoy (2008), “a arte musical renascentista era polifônica por natureza. Usava-se o contraponto, tanto na música sacra em missas cantadas e motetes, quanto na música profana, ou não religiosa”. O Renascimento trouxe, dentre inúmeras contribuições, inclusive a polifonia, traço marcante da música contemporânea.

O músico renascentista italiano Vincenzo Galilei (pai do renomado cientista Galileo Galilei), pertencente ao grupo da Camerata Florentina, havia desenvolvido, desde os tempos de estudante, uma certa antipatia pela maneira confusa como a polifonia abordava os textos poéticos, uma vez que as misturas provocadas pelas diversas ondas sonoras provenientes do canto múltiplo geravam uma *salada sonora* que comprometia o entendimento do texto cantado, dificultando, ao ouvinte, captar com clareza a mensagem textual. Casoy lembra que os gregos desconheciam o *contraponto* e que, no *teatro antigo*, as vozes buscavam efeito nas variações de ritmo e de altura (isto é, diferença entre graves e agudos, sendo mais alto o equivalente a mais agudo, e mais baixo, o equivalente a mais grave). Como resume Casoy (2008), “para Galilei e seus companheiros, várias vozes simultâneas produzindo ondas sonoras que se misturavam, acabavam por prejudicar o entendimento dos versos”. Isso contradizia um dos princípios de Platão, que havia afirmado que, na música vocal, a melodia deveria servir às palavras, e contradizia, também, Aristóteles, que acreditava que a música só era boa quando despertasse emoções que evocassem, no homem, atitudes moralmente recomendáveis.

Em 1581, Galilei (2016 [1581]) gerou grande polêmica ao publicar o seu tratado teórico intitulado **Dialogo della musica antica et della moderna** (no português, **Diálogo entre a música antiga e a moderna**), onde lançava as bases sobre uma nova teoria para a música vocal, rompendo, definitivamente relações com a polifonia, cujo uso, segundo ele defendia, deveria ser feito apenas para a música instrumental. Portanto, a polifonia necessitaria ser banida da prática do canto, já que, graças a ela, a música não poderia infundir às palavras a paixão que elas requeriam. Tomando como base os escritos de Galilei, a Camerata desenvolveu uma série de observações para a *salvadora da polifonia* vocal, isto é, a *monódia* (ou *anti-polifonia*). Assim, uma voz solista poderia apresentar um texto cantado com clareza e qualidade, sendo o único meio aceitável. Nessa nova proposta, quem serviria de base (suporte harmônico) não seria um grupo de instrumentos, mas um único instrumento, preferencialmente pertencente à família do alaúde, e tocado pelo próprio cantor. Aumentos e diminuições de

altura dos sons, seus padrões de notas curtas ou longas, suas acelerações e retardamentos, iriam surgir, não de um impulso lírico da parte do compositor, mas, tão somente das palavras. Ou seja, a palavra seria a senhora do som. Para o compositor, o essencial era penetrar no espírito do verso, e então, intensificar aquele espírito com os recursos de sua própria arte.

A primeira aplicação prática dessa nova proposta aconteceu em 1582, quando o próprio Galilei musicou dois poemas que ele mesmo interpretou em uma das reuniões da Camerata. Essas peças foram perdidas no decorrer da história, e só restou o relato de sua existência, conforme indica Casoy (2008). Em 1595, o compositor italiano Emilio de Cavalieri aplicou a teoria em sua composição “O jogo da cega”, partitura igualmente perdida. Muitos musicólogos consideram essa composição inovadora como uma *quase ópera*.

3.3. OS PRIMEIROS CONTORNOS DA ÓPERA

Os membros da Camerata tinham como fixação reviver a arte grega. Desse modo, era natural que aplicassem, no teatro, a monódia ressuscitada pela teoria de Galilei, como forma de seguir os preceitos de Aristóteles, os quais entendiam despertar sempre as emoções íntimas do espectador. Assim, os integrantes da Camerata propuseram um novo modelo, onde a música e o drama se fundiam em uma única obra. Na tentativa de produzir um espetáculo que reconstituísse o antigo teatro grego, a Camerata acabou por lançar as bases de uma forma de teatro totalmente nova, que se espalhou rapidamente pela península italiana, e por toda a Europa. Esse é mais um dos incontáveis exemplos de como as referências do passado impulsionam o futuro.

Casoy (2008) relata que a ópera nasce em fevereiro de 1597, em Florença, durante o carnaval, com a estréia de “Dafne”⁴⁹, a primeiríssima composição do gênero. A criação é creditada a uma dupla de italianos: a

⁴⁹ Boa parte da obra se perdeu, mas um trecho pode ser recuperado em <<https://www.youtube.com/watch?v=8NlpFvDYXzY>> Acesso em 01/09/2016.

música foi composta por Jacopo Peri, e o texto foi redigido pelo poeta Ottavio Rinuccini. Uma vez que se tratava de teatro, e de que o texto deveria ser, logicamente, bem compreendido, sem ruídos, cada um dos solistas, acompanhado por poucos instrumentos, deveria cantar sua parte utilizando uma espécie de declamação entoada, clara e natural, assemelhada à fala, técnica conhecida como *recitar cantando*.

Naquele tempo, era comum que compositores escrevessem um prefácio de suas obras. Graças a isso, e à pesquisa de Casoy, torna-se possível recuperar uma descrição referente ao processo criativo da primeira ópera da história. Casoy cita o prefácio de “Dafne”, escrito por Peri, no qual é possível identificar-se as suas aspirações com o trabalho:

Eu queria imitar a fala em minha música. Minha impressão é que os gregos usaram em seu teatro, um tipo de música que, embora ultrapasse os sons da conversação comum, não chegava a atingir a melodia do canto, ou seja, assumia uma forma intermediária entre os dois. Portanto, abandonando todos os estilos vocais até então conhecidos, procurei criar o tipo de melodia imitativa da fala, que esse poema exige. E considerando que o tipo de composição vocal utilizada pelos antigos podia ser acelerado de maneira a se tornar um meio termo entre o ritmo lento e deliberado do canto e o andamento rápido e flexível da fala, usei o baixo contínuo, fazendo com que ele se movesse ora mais depressa, ora mais devagar, segundo as emoções que tivesse de expressar.

A primeira ópera a chegar integralmente aos historiadores foi **Euridice**⁵⁰, composta pela mesma dupla Peri/Rinuccini, encenada em 6 de outubro de 1600. Foi encomendada para o casamento do Rei Henrique IV, da França, com Maria de Medici, sobrinha do Grão-Duque Ferdinando de Medici. Teve público modesto e impacto moderado, destinada muito mais a um público intelectual, restrito e de elite, interessado no novo paradigma, do que a grande audiência.

Já no dia 9 de outubro do mesmo ano, dentro da mesma comemoração nupcial, estreou o espetáculo que mais agradou aos

⁵⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=wNlv0gQMLQA>> Acesso em 02/09/2016.

convidados e foi considerado o ponto alto das festividades: o conjunto de *intermezzi* luxuosíssimos apresentado entre os atos de **Rapimento di Cefalo (O rápto de Cefalo)**⁵¹, uma montagem caríssima, de grandes dimensões, que empregou mais de cem cantores, e se destinava a exaltar a grandeza dos Medici, representados, alegoricamente, pelos personagens. Aqui, é possível perceber como a obra musical pode ser um potente instrumento ideológico. A encenação foi presenciada por oitocentas damas e três mil cavalheiros da nobreza europeia. Foi uma composição musical coletiva, cuja maior parte coube a Giulio Caccini, com texto de Gabriello Chiabrera. A complicada maquinaria de palco foi projetada pelo arquiteto e engenheiro Bernardo Buontalenti. O **Rápto** é um dos grandes momentos históricos fundador da máxima em que o visual é tão, ou mais, importante do que a música, fato datado do século XVII, que vai ecoar e se amplificar quatrocentos anos após, no século XXI, com os *artistas pop* e as *celebridades musicais* abusando das *tecnologias do espetáculo*. Como novidade, a ópera começa de forma contida, sem excesso e sem apelo popular.

Porém, não foi em Florença que a ópera encontrou espaço para crescer. Passado o impacto inicial, os Medici não ficaram muito entusiasmados com o novo gênero, que não permitia, com sua forma refinada e intimista, os estrondosos efeitos de propaganda com que a dinastia procurava impressionar os seus convidados. Preferiram continuar com os pomposos *intermezzi*.

3.4. A ÓPERA E O REAL: ASSIMILAÇÃO E DISSEMINAÇÃO

Como herança da Camerata, ao buscar resgatar a cultura grega, grande parte das narrativas das primeiras óperas tiveram como tema a mitologia grega. Ao deixar Florença, a ópera viajou pela Itália, fazendo várias escalas até chegar a Veneza. Alí, ela encontraria seu verdadeiro lar, transformando-se na expressão de arte italiana por excelência, acessível e

⁵¹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=pfjOL3GxkM>> Acesso em 02/09/2016.

adorada por sucessivas gerações. Mas antes, seguindo o estudo de Casoy, quero apontar um pequeno exemplo de outro grande polo da ópera.

No ano de 1632, em Roma, o Papa Urbano VIII era um generoso mecenas, fomentador da arte e protetor de pintores, escultores e músicos que trabalhavam a seu serviço. Para inaugurar um grande teatro construído em seu palácio, com capacidade para três mil espectadores, contratou o compositor italiano Stefano Landi, que lhe entregou uma obra chamada **II Sant'Alessio (O Santo Aleixo)**, a primeira ópera de que se tem conhecimento, baseada em um fato histórico real. Narrava a vida de Santo Aleixo, um nobre romano que, no século V, renunciou às riquezas de sua família e passou a vagar pelo mundo, como mendigo, voltando depois à própria casa, para morrer sem ser reconhecido. A peça desencadeou uma série de outras que viriam a seguir, sempre com muito luxo e mecanismos de cena que lembravam os *intermezzi* florentinos, e pré-anunciavam as instalações que tornariam famosas, no futuro, as encenações venezianas. Naquele período, a música sacra, produzida e financiada pela Igreja, encontrava na ópera, uma aliada ideológica, aplicando, então, os mesmos princípios descritos por Wainberg (2015) no presente, ao referir-se às *mensagens hard em meios soft*.

Após o reinado do Papa Urbano VIII, que findou com sua morte em 1644, as coisas se complicaram nos mandatos que se sucederam, uma vez que o apoio à ópera dependia do gosto de quem estava no poder, gosto este que oscilava entre amor e desprezo. Assim, muitos artistas musicais acabaram migrando para outras cidades, principalmente nos momentos de desprezo, em busca de novas oportunidades, formando companhias ambulantes, com algumas óperas em seu repertório, viajando não só pela Itália, mas por outros países. Foram esses saltimbancos musicais os primeiros responsáveis pela formação do público de ópera, levando essa nova forma musical a cidades que ainda não a conheciam. Assim, esses viajantes romanos contribuíram de forma substancial para consolidação do novo estilo, e do que hoje entendemos por *turnê musical*.

A palavra *ópera*, como se conhece hoje, foi apresentada pela primeira vez em 1647, como subtítulo de uma coleção de *libretti* publicados pela editora Prospero Bonelli, da cidade de Ancona (Itália). Como define Casoy (2008), “por *libretto* entende-se o poema ou texto de uma ópera”. A palavra vem do italiano *libretto*, que significa *livrinho*, *folheto*, ou, *pequeno livro*. A expressão se consagrou por causa dos formatos em que se costumava imprimir os textos de ópera. Abbate e Parker (2015) sugerem a existência de dois domínios existentes nos libretos. O primeiro está relacionado às questões da narrativa, que consiste basicamente no enredo e personagens. O segundo diz respeito à representação da narrativa em forma de texto, em palavras específicas. As palavras são pensadas para serem cantadas. Embora o enredo de uma ópera seja sempre o mesmo, o segundo plano do libreto, isso é, o texto que se canta, pode sofrer alteração, dependendo de como é conduzido. Isso pode incluir, por exemplo, uma tarefa delicada relacionada a uma nova versão, ou seja, a tradução do idioma original para outro, diferente. Os autores (idem, 2015) apontam para um risco que o libretista corre, armadilha essa, descrita anteriormente por Antonio Salieri, importante compositor do século XVIII: as palavras, quando postas em forma musical, tendem a perder boa parte de sua força semântica, e essa perda é mais extrema no caso da ópera. Devido a exigências de altura e volume, os cantores operísticos precisam, às vezes, emitir sons que obrigam a articulação verbal a assumir um papel secundário. Nesse caso, qualquer que seja o idioma do libreto⁵², as palavras serão obscurecidas. Naquele tempo, essa limitação era compensada pelo hábito de ler-se o libreto enquanto se acompanhava a audição da ópera.

3.5. MONTEVERDI: A PRIMEIRA FIGURA CHAVE DA ÓPERA

Nascido em Clemona, Claudio Monteverdi foi o maior compositor italiano da primeira metade do século XVII, tornando-se o madrigalista mais importante do seu tempo. Estudioso de música desde a juventude, em 1601

⁵² No português, escreve-se *libreto* em vez de *libretto*.

foi nomeado *maestro della musica*⁵³ da corte de Vincenzo I, passando a ser seu principal compositor.

De uma encomenda de Vincenzo I, Monteverdi, que já estava familiarizado com os embriões da ópera, lançou, em 1607, **La Favola de Orfeu (A fábula de Orfeu)**⁵⁴, sua primeira ópera, com libreto de Alessandro Striggio Junior. A partir desse ponto, Monteverdi mudou a história da música ocidental. Com **Orfeu**, a ópera perdeu o seu caráter rígido e experimental com que foi dotada em seu nascimento em Florença, transformando-se em teatro musical pleno, apto a fazer frente e a sobreviver às outras formas dramático-musicais da época. Para Casoy, sem essa mudança, talvez a ópera tivesse desaparecido. O novo projeto de Monteverdi procurou utilizar todo o arsenal de recursos conhecidos, tanto da música vocal-instrumental, como da encenação teatral, combinando-as com novas e ousadas ideias que aumentavam a força do drama, valorizando a participação da música, cuja função, antes, era somente servir ao texto. Nesse novo modelo, a música se fundiu completamente com o poema, integrando a essência da evolução do drama. Como afirma Casoy (2008), “música, poema e ideias formam, agora, um todo indivisível”. O **Orfeu** marcou, ainda, a transição da música renascentista para o período Barroco.

Ao contrário da Camerata, que priorizava a utilização de poucos instrumentos em detrimento da voz, Monteverdi utilizou, em **Orfeu**, um grupo variado de mais de 38 instrumentos, uma orquestra enorme para a época. Entretanto, só tocavam todos juntos em pouquíssimas passagens, o que demonstra uma preocupação em gerar força sem poluição sonora. Alterando a combinação de instrumentos e valorizando o arranjo variado dos timbres, resultantes dessas recombinações, ele conseguiu promover uma sonoridade completamente nova, que enriqueceu o canto, ao invés de atrapalha-lo. Monteverdi trouxe, de volta, um recurso dos madrigais: a valorização dos

⁵³ O equivalente a diretor musical

⁵⁴ Trecho disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=mjpFi9bn1do>> Acesso em 02/09/2016.

detalhes ornamentais do canto, característica que fora banida pela Camerata em detrimento da voz, naquele tempo pensada mais como fala, do que como canto. Ainda que usando o canto ornamental, Monteverdi dosou o seu emprego, combinando-o com a monódia da ópera florentina, de forma muito mais livre e flexível que os seus antecessores. Ao mesmo tempo, conseguiu empregar, sem exagero, passagens solistas que se completavam com os coros madrigais.

Para a encenação, Monteverdi se serviu dos recursos cênicos consagrados nos intermédios e manteve a divisão típica de cinco atos⁵⁵ da tragédia clássica, cujo modelo o inspirou a fazer o coro comentar a ação. Após poucas apresentações (como era comum na época), **Orfeu** hibernou até ser redescoberta no século XX, cantada em Paris, em 1904, em forma de concerto. **Orfeu** é uma das poucas composições do século XVII que faz parte do repertório atual de óperas clássicas, sendo frequentemente montada e gravada.

3.6. A ÓPERA SAI DOS PALÁCIOS E GANHA AS RUAS

Uma das modificações mais importantes na história da ópera, e que hoje faz com que ela seja reconhecida como tal, tem relação com o surgimento do teatro pago. Até então, a ópera era encenada apenas nas cortes dos aristocratas e dos príncipes da Igreja. O povo comum não tinha acesso a essa forma de arte. Com o surgimento do teatro pago, a ópera vai se tornar a mais popular das artes entre os italianos. Casoy (2008) relata que o teatro não era novidade para os venezianos, uma vez que, no século XVI, além de existirem várias companhias de autores, sustentadas por nobres, que encenavam suas peças para divertir a nobreza durante os seus jantares,

⁵⁵ O ato consiste em uma divisão de partes/segmentos/ações dentro de uma obra encenada que cria uma certa unidade para o desenvolvimento de uma peça. Essa divisão pode ser compreendida, analogamente, como capítulos de um livro, isto é, etapas narrativas que vão construindo a trama. O ato é marcado pela mudança de espaço vinculado a uma ação dramática. O ato, é, em suma, um micro clima. Vasconcellos (1987) entende o ato como a maior subdivisão de uma peça. Para ele, trata-se de uma convenção cuja principal característica é a interrupção do espetáculo. Pavis (1996) compreende o ato como uma divisão da obra em partes mais ou menos iguais, em função do tempo ou do desenvolvimento da ação.

seguidamente a cidade era visitada pelas trupes de encenadores da *commedia dell'arte*, gênero popular, onde os personagens principais (*arlequim, colombina, pantaleone*) sempre se apresentavam mascarados, improvisando a maior parte do texto. Inicialmente, essas companhias representavam nas praças ou nos adros das igrejas.

As primeiras décadas do século XVII foram marcadas por uma recessão na economia veneziana. Buscando alternativas para faturar, as ricas famílias de comerciantes e mercadores resolveram investir o seu dinheiro na construção de teatros destinados à locação para apresentações artísticas, principalmente para companhias que visitavam a cidade e desejavam apresentar o seu trabalho. Como consequência, as óperas também acabaram ocupando esses espaços, deixando de ser apresentadas exclusivamente nos palácios, abrindo-se àqueles que tivessem dinheiro para pagar por uma entrada. O primeiro teatro público que cobrava ingresso, construído especialmente para o teatro musical, foi o Teatro San Cassiano, em Veneza, inaugurado no ano de 1637. Nele, era possível observar-se, também, a divisão de classes dentro da plateia. Como conta Casoy (2008), “(...) pelo simples mecanismo da compra de um ingresso, as classes sociais tendiam a nivelar-se no recinto do teatro”. Ainda que existissem lugares melhores do que outros, ou mais caros do que outros, uma nova audiência começava a se formar, deixando de ser eminentemente nobre. Desse ponto em diante, a *ópera de corte*, fenômeno que durou até o início do século XIX, passa a ser ofuscada pela *ópera de teatro*, que logo iria aprender a falar a linguagem do povo e a se comunicar intensamente com ele.

A ópera de estreia do Cassiano foi **Andrômeda**⁵⁶, com música do compositor romano Francesco Manelli, cujo libreto, escrito pelo poeta e compositor italiano Benedetto Ferrari, tinha origem na mitologia grega, baseado na lenda de Andrômeda, filha de Cassiopeia e Cefeu, reis da Etiópia, cuja beleza era tão perfeita, que ela decidiu se comparar às *nereidas* (ninfas do mar). As nereidas, muito ofendidas, foram se queixar a Netuno

⁵⁶ Parece não existir registro fonográfico dessa obra disponível *online*.

(Deus do mar), e ele, furioso, mandou um monstro marinho assolar as costas da Etiópia. Para aplacá-lo, o rei ofereceu sua própria filha em sacrifício, amarrando-a a um penhasco. Mas o herói Perseu, que acabara de chegar, apaixonou-se por Andrômeda, matou o monstro e casou-se com ela. A ópera contou com figurinos ousados e recursos cênicos que espantaram os presentes, como pode-se observar em relatos da época, resgatados por Casoy (2008):

Esplêndidos panoramas marinhos alternaram-se com cenas de bosques; (...) apareceu a Aurora, vestida de prata dentro de uma nuvem; Netuno foi trazido à cena por um carro em forma de concha puxado por quatro cavalos; e Juno fez sua própria entrada em outro carro, ao qual vinham atrelados, seis pavões; Mercúrio, envolto em um manto azul, chegou voando; o vestido de Andrômeda era cor de fogo; um manto de ouro e um manto estrelado envolviam Vênus e Júpiter.

Andromeda foi um sucesso estrondoso, superando os horizontes de expectativa. Desse ponto em diante, a ópera no teatro se tornou uma realidade irreversível. A partir de **Andromeda**, a ópera se consagrou como espetáculo pago, destinado, em especial, a um público que possuísse recursos para pagar um ingresso, mas não um título de nobreza para frequentar as cortes e assistir a espetáculos privados daquela casta. Foi o primeiro passo para consolidar a *música espetacular* como *música de massa*, séculos depois. As famílias abastadas viram, aí, uma oportunidade de negócio, o que fez com que diversos outros teatros fossem construídos após a consagração do San Cassiano.

3.7. A VOZ DA ÓPERA É A VOZ DO POVO

Outro ponto decisivo de virada, apontado por Casoy, diz respeito a uma mudança de paradigma na elaboração dos espetáculos: diferente do que ocorria na ópera florentina, a nova ópera levava em conta o gosto do público, que direcionava o rumo das produções. Ainda que o ideal artístico continuasse existindo, ele agora estava condicionado ao que o público desejava ver e ouvir.

Com a ópera, o canto foi sendo cada vez mais valorizado. Casoy destaca a participação dos *castrati*⁵⁷ que, com suas vozes ambíguas, ora lembrando meninos, ora meninas, despertavam a curiosidade do público. Essa androgenia sedutora e intrigante vai ecoar de forma ávida nos artistas *pop* dos séculos XX e XXI. Ainda no século XVII, o compositor italiano Antonio Cesti conduziu a ópera veneziana para a exaltação máxima da vocalidade, valorizando muito os cantores, que passaram a levar multidões aos teatros, característica também acentuada no *rock* e no *pop*, nos séculos XX e XXI. Outro ponto que lembra muito um *show* musical atual é descrito assim por Casoy (2008):

O frequentador atual de ópera, que se comporta no teatro com muito respeito, procurando aplaudir na hora certa e não incomodar seus vizinhos, ficaria aturdido com a balburdia característica dos teatros venezianos daquele tempo. (...) Em dias de récita, o povo comum fazia filas para entrar. Como não havia bilheteria, compravam ingresso do zelador do teatro, ocupando lugares na plateia, nas escadarias de madeira ou nas galerias, que custavam todos o mesmo preço, e onde os ricos e os nobres não se sentavam. Nos intervalos, a sala se enchia de vendedores de peras cozidas, sementes torradas de abóbora, bolos e café. (...) Se o espetáculo demorava a começar, o público reagia, resmungando e batendo os pés no chão, enquanto os mais impacientes praguejavam contra os empresários. Um grande aplauso saudava o início da representação, ao longo da qual os espectadores iam se manifestando da forma menos comportada possível: urrando, assobiando, xingando, e fazendo caretas. Nas galerias, as mulheres não paravam de conversar, e os jovens aproveitavam para namorar. Os mais mal educados se inclinavam dos balcões e cuspiam solenemente na platéia lá embaixo. (...) Os cantores não eram melhores do que os espectadores: desprezavam os horários, entrando em cena com atrasos de até uma hora; interrompiam seu canto inesperadamente e saíam do palco para tomar um café ou cheirar rapé; tagarelavam com os contra-regras e diziam gracejos às mulheres; se não achavam seu pagamento convincente, paravam de cantar no momento mais esperado, e iam embora do teatro; ganhavam somas fabulosas; viviam como nababos, adulados por cardeais, príncipes e soberanos. Entre eles, os mais exigentes, caprichosos e procurados, eram os *castrati*. (...) As estréias eram fechadas apenas para convidados dos empresários: nobres, membros da igreja, os cidadãos mais influentes da república, e os embaixadores estrangeiros.

⁵⁷ *Castrati* é o plural de *castrato* (no português, *castrado*), expressão utilizada para designar cantores do sexo masculino cuja extensão vocal corresponde ao das vozes femininas, efeito conseguido a partir da castração do cantor, quando criança, com a finalidade de preservar a sua voz aguda nos registros de *soprano*, *mezzo-soprano* ou *contralto*.

Toda a criação veneziana seguiu pautada pelo referencial de **Andrômeda** apresentando trajes luxuosos, cenários exuberantes e maquinário que permitia efeitos especiais sofisticados: tempestades marinhas com movimentos de navios, combates entre exércitos, carros de guerra que tombavam em batalhas, voos de águias, prisioneiros atirados de torres ou raptados por espíritos voadores, aparições de fantasmas, etc. Esses recursos influenciaram, diretamente, no processo criativo dos libretistas que, agora, poderiam pensar suas histórias tendo todo esse arsenal à disposição. Assim, a luxuosa e cosmopolita Veneza do século XVII se via representada nos espetáculos, atraindo espectadores locais, nacionais e internacionais. Como completa Casoy (2008), “foi nesse Veneza que a ópera se tornou a mais italiana de todas as artes”.

3.8. ÓPERA E CONSUMO DOMÉSTICO: DO TEXTO AO SOM

Apesar de sua grandiosidade, a ópera possui uma essência, um extrato concentrado de seu poder, que pode ser representada, no que chamam Abbate e Parker (2015), de *música do compositor de ópera*. O conceito faz referência à partitura e/ou execução da ópera em formato reduzido de *canção*⁵⁸, isso é, formada por um arranjo simples, para uma voz e um instrumento (no caso da ópera, normalmente voz e piano, ou, anteriormente, voz e cravo)⁵⁹. Seja no passado (como no presente), essa gênese em redução permitia que a ópera fosse apreciada fora dos limites dos teatros, e sem produção alguma, executada tanto por amadores, como por profissionais. Muito antes das conexões móveis via telefone celular, a ópera já oferecia a sua mobilidade para apreciação doméstica no conforto dos lares, necessitando, para isso, de um instrumento e um executor guiados por

⁵⁸ Em minha tese, compreendo *canção* como uma composição vocal constituída, basicamente, por uma letra (o texto a ser cantado), uma melodia (sequência de notas tocadas de modo horizontal, baseada em um sistema de escalas, na qual se ancora a letra), e harmonia (conjunto de acordes que sustentam a melodia).

⁵⁹ Essa redução pode ser percebida nesse vídeo <<https://www.youtube.com/watch?v=84w4QqSP6Rw>> correspondente a um ensaio das “Bodas de Fígaro” de Mozart, onde os atores cantam apenas acompanhados pelo piano. Acesso em 24/09/2016.

uma partitura. Esse era, então, mais um meio de se ganhar dinheiro com a ópera, mediante a sua edição e comercialização para consumo privado.

Trazendo para os dias de hoje, seria o equivalente a alguém que dispendo dos acordes e letra da canção de uma banda, executasse a referida canção em casa, acompanhando-se de seu piano, guitarra, teclado ou violão, de forma simplificada, sem o rico arranjo final de um fonograma integrante de um álbum musical, mas contendo o substrato essencial da composição. Se no passado as partituras eram adquiridas mediante pagamento, hoje as letras e acordes estão disponíveis, gratuitas e abundantes, em toda a internet, de forma legal e ilegal. Uma vez que a encenação da ópera sempre foi uma operação cara e complexa, esse recurso permitia que ela continuasse viva após o espetáculo, sendo muito mais executada nesse formato caseiro do que nos moldes originais de super-produção. Obviamente, o resultado privado era inferior à grandeza espetacular. Não só a produção e a orquestração produziam um efeito diferente, mas, as complexas interpretações vocais também conferiam um colorido mais vibrante, desaguando em um resultado colossal, sem contar na pirotecnia de cena.

3.9. ÓPERA, LITERATURA, VOZ E IDIOMA: A SEDUÇÃO SONORA DO TRADUTOR TRAIADOR

Abbate e Parker (2015) chamam a atenção para um detalhe importante e intrigante, no que diz respeito ao entendimento da ópera. Tanto a escolha do idioma, como as complexas manobras vocais, incluindo os enredos, adereços e cenografias inebriantes, podem fazer com que a peça não se faça entender. Ainda que a obra de arte possa ser potencialmente *aberta*⁶⁰, ela possui uma intenção mínima que está sempre sujeita a ruídos de interpretação e leitura. Porém, mesmo que isso ocorra, ainda que não se compreenda a letra, ou o enredo, ou não se decodifique a mensagem principal, a experiência estética diante de suas poderosas emanações vocais

⁶⁰ Esse conceito foi amplamente debatido por Eco (2010 [1962]). Significa entender que uma obra está sempre aberta a interpretações por parte de seus leitores, que se tornam co-autores a partir de seus pontos de vista, tirando do autor um suposto controle absoluto sobre como a obra será lida.

resulta em um encantamento hipnótico da plateia. Ao me deparar com essa reflexão proposta pelos autores, penso nos meus objetos de análise e faço um exercício, imaginando quantas pessoas, ao redor do mundo, pelo simples fato de, por exemplo, não dominarem a língua inglesa (utilizada pelos três artistas em recorte), não compreendem a letra, mas se deixam invadir e extasiar pelas melodias, acordes, interpretações cênicas e execuções vocais, cantando, inclusive, palavras inexistentes, resultantes de sua pronúncia equivocada do idioma original, captada por seu *ouvido analfabeto*. Mesmo que por caminhos irregulares, a arte consegue chegar ao público. Mudam os cenários de análise, mas a lógica permanece a mesma.

Embora tudo na ópera seja essencial para seu impacto, não se pode negar o papel protagonista da voz cantada. Os intérpretes devem possuir uma técnica, alcance vocal e potência sonora apurados, visto que precisam, fisicamente, colocar-se em destaque perante a orquestra, que pode ser composta por uma dezena de instrumentistas. Os autores (idem, 2015, p. 30) apontam um caráter asséptico no que diz respeito às interpretações vocais: “Microfones e discretas amplificações são às vezes usados, mas isso quase sempre é tido como vergonhoso, um recurso do qual os verdadeiros cantores de ópera não necessitarão jamais”. Esse citação, que compreendo e me faz sentido, deixa no ar a sensação de que se exige muito mais de um cantor de ópera do que de um cantor de *pop* ou *rock*. Se o primeiro não pensa em utilizar um aparato tecnológico para amplificar a extensão de sua voz, o segundo e o terceiro acham impensável o oposto. Apesar de que, desde o século XIX, prevaleça uma tendência de se posicionar a orquestra em um nível abaixo do palco, posição que reduz um pouco a pressão sonora produzida pelo instrumental, esse recurso não alivia a exigência vocal para quem deseja ser uma estrela operística. Na ópera, a voz é a protagonista, restando aos instrumentistas um papel de meros atores coadjuvantes.

Embora a voz cantada, amplificada por aparatos tecnológicos pareça, à primeira vista, mais empoderada do que a executada sem esse recurso, Abbate e Parker (2015) apresentam um dado curioso que refuta essa máxima: em 2006, a Metropolitan Ópera, tradicional companhia norte-

americana, encenou a ópera **Die Zauberflöte (A flauta mágica)** de Mozart, em uma releitura reduzida, voltada ao público juvenil; o crítico do New York Times, Anthony Tommasini, entrevistou a jovem audiência para descobrir como ela reagira ao espetáculo, e um dado inesperado emergiu: mesmo acostumados a bandas de *rock* e amplificadores potentes, os jovens julgaram que, ao longo da apresentação, as vozes estavam altas demais, causando um desconforto sonoro. A descoberta demonstra que a percepção de volume não é uma questão de *decibéis*⁶¹, mas de percepção de *decibéis humanos em estado cru*. Essa constatação é mais um expoente do nível de exigência quase sobre-humana com o qual os cantores de ópera defrontam-se cotidianamente para se destacar em primeiríssimo plano durante as exibições.

Outro aspecto analisado pelos autores refere-se à passagem do texto operístico e sua transformação em música. Ainda que os textos tenham origem na literatura (seja ela mitologia, poema, livro ou peça teatral), são condensados de tal forma que perderiam o sentido se fossem lidos apenas como texto (isto é, como substratos literários). Já a música *pop*, muitas vezes, consegue *dar a volta por cima* nessa limitação, produzindo textos poderosos de síntese que funcionam adequadamente, dentro e fora da interpretação musical⁶².

Sobre a questão dos personagens, os autores propõe uma divisão em duas categorias: *personagem de enredo*, que diz respeito a ele tal qual como aparece no texto do libreto, e o personagem correspondente que existe na música, chamado pelos autores de *personagem da voz*. Abbate e Parker (2015, p. 39) exemplificam o exposto:

Um personagem de enredo poderia ser, por exemplo, Wolfram von Eschenbach no **Tannhäuser** de Wagner, um pretendente tedioso e desinteressante que prega uma devoção amorosa casta. No libreto

⁶¹ *Decibél* diz respeito a uma unidade utilizada para se medir a intensidade sonora (também chamada de *pressão sonora*).

⁶² Apesar de afirmar isso, considero a literatura a maior de todas as artes, pela complexidade dos textos e personagens, por sua capacidade de criar mundos, evocar vivências e pautar reflexões profundas.

de Wagner, ele é companheiro inseparável de – e por contraste um realce para – Tannhäuser (tenor), o eroticamente sofisticado anti-herói ao qual a heroína não consegue resistir. Mas como personagem de voz, Wolfram (barítono) não é simplesmente um paralelo ou um equivalente; é construído por meio de um amálgama entre a música destinada ao personagem de enredo e as proezas de desempenho que a música extrai do cantor.

O trabalho de composição musical promove, então, uma passagem do plano textual para o plano textual-sonoro. O som utilizará os recursos de que dispõe para realçar a narrativa, conferindo-lhe luz, foco, contraste e cor, como modo adaptativo de tonificação.

A saturação entrópica de ofertas artísticas parece coisa atual, mas quando examinado historicamente, apresenta-se como algo comum no passado da ópera. Durante os seus séculos iniciais, a indústria da ópera foi sustentada por um constante fluxo de novas obras. Diferente do que ocorre hoje, quando reconhecemos *os clássicos*, isto é, os compositores e obras immortalizados pelo público e pela crítica, antigamente não existia um repertório consagrado a ser comentado e remontado diversas vezes. Por isso, as novas óperas precisavam causar um grande impacto imediatamente. Se comparar esse dado trazido por Abbate e Parker (2015) com a realidade da música *pop* atual, pode-se perceber uma semelhança significativa. Todos os dias, artistas consagrados e novatos despejam uma infinidade de música boa ou ruim sobre a audiência. Aqueles que não conquistam sucesso rapidamente, como dizem os autores, aqueles que não causam um impacto imediato, são sugados pelo buraco negro da desatenção, do desinteresse e da irrelevância, e, muitas vezes, ofuscados pelos agora já existentes clássicos.

No passado, por necessidade financeira, os compositores escreviam muitas óperas a cada ano. As obras raramente eram reencenadas (e se fossem, em geral não estavam protegidas por direitos autorais). Essa fugacidade me faz pensar que as óperas inteiras seriam o equivalente aos *singles* contemporâneos, isto é, músicas de trabalho com alto poder comercial e propagatório, sendo que os *singles* atuais são repetidos diversas

vezes como modo de fixação e, naqueles tempos, deveriam provocar aderência instantânea, sobrevivendo, posteriormente, como já aponte, através de cópias legalizadas de partituras. Tanto as óperas do passado como os *singles* do presente tendem à volatilização, seja por suas poucas apresentações, seja por excesso de ofertas auditivas da concorrência.

3.10. ÁRIAS: AS ANCESTRAIS DAS CANÇÕES POP

Outra comparação pode ser estabelecida pensando as *árias*⁶³ como canções *pop*. As árias (cf. BURROWS et. al., 2013) dizem respeito a peças vocais para uma ou mais vozes, em um oratório ou ópera. Abbate e Parker (2015) pensam as árias como modos estáticos, uma contemplação que transmite à audiência um estado de espírito e meditação. As árias fazem o tempo parar, não deixando que nada aconteça na trama da ópera, permitindo experimentar uma espécie de tempo interno no qual se revela o que ocorre na mente dos personagens. Diferente do *recitativo*, no qual as palavras são mais faladas do que cantadas rapidamente, e contam com um acompanhamento instrumental enxuto, as árias dispõem de um arranjo orquestral que sustenta esmeradas melodias. Os ritmos regulares da poesia cantada criam (e quase exigem) ritmos regulares na música.

A menos que a ária seja muito curta, ela também terá seu formato interno, sendo o mais comum um ternário simples A-B-A (esquemáticamente, parte A, parte B, e volta à parte A). Na ópera do século XVIII, esses formatos ternários se consolidaram nas chamadas *árias da capo*⁶⁴, que ganharam esse nome porque voltavam a seu trecho inicial, depois de um período de digressão ou contraste musical. Assim como os *hooks* da música *pop* que destaquei no capítulo anterior, as árias apresentam fragmentos de texto que são repetidos com frequência. Um exemplo pode ser constatado na ária “Fin

⁶³ *Ária* pode ser traduzido (do italiano para o português) como *ar*.

⁶⁴ A expressão *da capo* é utilizada na música como siônimo de começar uma peça musical do início.

ch'han dal vino”⁶⁵ (“Enquanto houver vinho”), da ópera **Don Giovanni** (1787) de Mozart. A audição dessa ária revela um canto rápido, obsessivo e quase sem pausas. Foi a maneira que Mozart encontrou para traduzir o personagem de enredo em personagem de voz, nesse caso, um personagem maniático que seduz donzelas prometendo-lhes casamento, mas depois, abandona-as. Como pontuam Abbate e Parker (2015, pp. 48-49),

a maníaca fantasia de Don Giovanni é evocada na forma de uma música incansavelmente contínua, uma ária na qual não há pausas para respiração. (...) Talvez o que estejamos ouvindo seja um símbolo musical-linguístico desse turbilhão de confusões que Don Giovanni quer criar.

A seguir, vou apresentar os arquétipos possíveis dos intérpretes.

3.11. OS ARQUÉTIPOS SONOROS DA ÓPERA E A VOLTA AOS CLÁSSICOS

Outra traço característico da ópera, que ecoa na música contemporânea, diz respeito aos arquétipos identificados nos intérpretes. Existe um imaginário que compreende e projeta, emocional e subjetivamente, o estereótipo de cantoras *pop*, duplas românticas, bandas de *rock* ou músicos de *jazz*. São traços e características identificáveis que os agrupam em categorias sonoras a partir de sua construção artística, desde o seu figurino até o tipo de gestos adotados durante uma performance. Na ópera, surge o que Abbate e Parker (2015) denominam de *repertório de personagens operísticos*. Eles definem esses personagens conforme a seguinte divisão: a protagonista feminina (*soprano*); a mulher de idade avançada, ou de pouca virtude, ou vítima de feitiçaria (*meio-soprano* ou *contralto*); o heroico protagonista masculino (no século XVIII, em geral um *castrado*, depois um *tenor*); o vilão, ou pai, ou companheiro leal até a morte (*barítono*); o avô, ou sacerdote ou outro símbolo de autoridade patriarcal (*baixo*). Portanto, vê-se que existe uma predileção e um endereçamento que liga o registro vocal mais adequado a determinado tipo de personagem. No

⁶⁵ Vídeo disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KFHyVcsRQA>> Acesso em 20/09/2016.

início do século XVIII, quase todos os personagens, homens ou mulheres, cantavam em registros agudos. Era comum que papéis masculinos fossem cantados por mulheres, ou homens castrados. Curioso que parece uma inversão do teatro grego, no qual homens desempenhavam papéis masculinos e femininos, uma vez que as mulheres não participavam das encenações. Ainda que, culturalmente, os castrados tenham desaparecido, mesmo os heróis tenores nunca foram percebidos como normais. Essa androginia – que já intrigava na ópera – como aponte, vai voltar com força total em movimentos como o *glam rock* setentista, e encontrar, em artistas como David Bowie, um significativo expoente. A subversão dos tipos clássicos de registro de voz utilizados, conforme as categorias descritas, também pode gerar um estranhamento criativo.

Na esfera sonora, não só a interpretação vocal e o texto contribuem para criar a ficção na ópera, mas o arranjo instrumental também desempenha um papel vital nessa construção. Na ópera **Così fan tutte (Assim fazem todas)** de 1790, Mozart se utiliza da oscilação das cordas como *signo*⁶⁶ sonoro que evoca as ondas do mar. Tal recurso pode ser percebido no trecho intitulado “Soave sia il vento”⁶⁷ (“Doce é o vento”). Esse exemplo ajuda a compreender o arranjo como uma camada construtiva que se soma às palavras, temperando-as com sua forma e seu contorno. *Arranjo* diz respeito ao leque de instrumentos utilizado em uma composição, sua dinâmica de execução, timbragem e combinação para compor a paleta sonora da obra.

Hoje, assistir a uma ópera corresponde a uma maratona de interesse. Essa prova de resistência se inicia no momento de comprar os ingressos (ter fôlego financeiro para adquirir os bilhetes, normalmente com preço elevado), passando pelo deslocamento ao local da apresentação. Lá chegando, o ouvinte deve estar ciente de que, ainda que participe de um espetáculo gracioso e emocionante, ficará sentado, dependendo da ópera, por horas a

⁶⁶ Entendo *signo* como aquele elemento simbólico que faz às vezes de algo que está fora dele, de forma metafórica.

⁶⁷ Áudio disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=WK5GC-JJG7Q>> Acesso em 20/09/2016.

fió⁶⁸. Diferente do passado, espera-se que seu comportamento seja exemplar. Isso inclui silêncio e respeito.

É a Wagner, mais especificamente a suas inovações teatrais e exigências artísticas, que se deve esse modelo de espectador contemplativo inerte e respeitoso. Wagner foi o primeiro produtor teatral a requerer uma escuridão completa no auditório. Em seus escritos, ressaltou inúmeras vezes que os espectadores deveriam ser arrastados avassaladoramente para o mundo ficcional que se estava encenando, perdendo sua âncora com a realidade. Portanto, somente o palco, a tela ficcional, deveria estar iluminada. Com a introdução da luz elétrica nos teatros, nas últimas décadas do século XIX, foi possível controlar tal artifício. Antes, como já referi, frequentar a ópera significava, primeira e, principalmente, uma ocasião social na qual as pessoas interagiam entre si e com os artistas, o que não vai ocorrer no paradigma wagneriano. Outra inovação de Wagner, que contribuiu para essa audiovisualização imersiva, foi tirar a orquestra do campo de visão do público, colocando os instrumentistas dentro de um poço defronte ao palco, deixando a orquestra *invisível*. Trata-se de um exemplo do que Menezes (2009, p. 27) vai chamar de *música acusmática*, ou seja,

(...) um ruído que podemos ouvir sem que vejamos as causas das quais ele provém. A denominação, proveniente da filosofia grega antiga, destinava-se aos discípulos de Pitágoras que, durante cinco anos, ouviam as lições de seu mestre escondidos por detrás de uma cortina, sem vê-lo diretamente, e observando o mais rigoroso silêncio.

Essa proposta conceitual foi recebida com entusiasmo por outros colegas de profissão, como o compositor Giuseppe Verdi. Assim, na segunda metade do século XIX, uma atenção silenciosa se tornou norma vigente nas salas de audição de ópera, embora tenha encontrado resistência nas platéias italianas (mesmo com o endosso de Verdi). Hoje, pode-se assistir a uma ópera, ou simplesmente escutá-la, de forma privada *online* ou, ainda, via CDs ou DVDs. O curioso é que, embora esse tipo de contato seja uma experiência mediada de segunda mão, permite a retomada da liberdade que a platéia

⁶⁸ Dependendo da ópera, a duração poderá ser de até quatro horas, ou mais, como no caso de Wagner.

gozava antes da proibição de se manifestar ou comentar, dispondo de mais um recurso: desprezar trechos considerados tediosos ou menos iluminados, bastando, para isso, avançar a linha do tempo digitalmente manipulável, mesmo que isso signifique macular a integridade da obra.

Um dado sobre o relativo declínio da ópera intriga: se ela era, no passado, uma composição recorrente daquele presente, quando passou a ser uma modalidade quase obsoleta, ou apenas um resgate do passado? Abbate e Parker (2015) relatam que, até 1800, a maioria das óperas era escrita para uma temporada específica em um teatro específico. Algumas obras eram reapresentadas em outras cidades, um ou dois anos depois, e podiam permanecer em cena ou ser reencenadas por tempo um pouco mais longo, mas em geral, o normal é que fossem superadas pela safra seguinte. Porém, por volta de 1850, um novo comportamento passou a ser adotado em relação à montagem e produção: óperas de décadas anteriores eram reencenadas e apresentadas ao lado de novas criações. Essa situação perdurou até o início do século XX, com a proporção entre as antigas e as novas tendendo, inexoravelmente, em favor das primeiras.

A partir disso, em ponto não preciso, o repertório operístico tornou-se, sobretudo, um acervo de reencenações de obras canonizadas. Junto a isso, construiu-se um imaginário de que o acervo de boas obras já havia atingido o seu limite, sobrando, desse modo, uma volta constante aos clássicos. Esse sentimento já foi percebido por mim diversas vezes, em contatos diretos com ouvintes, no que diz respeito a outros estilos, como o *rock*, por exemplo. Cabe uma ressalva de que todo o clássico foi, um dia, uma novidade contemporânea de seu tempo. Essa *retropaixão* vem carregada, na verdade, de uma sensação que o passado é mais refrescante e sublime do que o presente. Esse tema de amor ao passado e do passado como uma época mais fértil foi tratado por Allen (2011) em sua obra **Midnight in Paris (Meia-noite em Paris)**. Exemplos desse fenômeno são apresentados pelos autores (idem, 2015): o caso do compositor francês Paul Dukas que, em 1893, esforçou-se para promover o **Orfeu** de Monteverdi; o *renascimento* de Verdi, em 1920, na Alemanha; a reparação das óperas de Mozart na década de

1930; e o revival de Georg Frideric Händel, mais recentemente. Vejo que essas redescobertas, ou reinvenções, funcionam como máquinas do tempo que, à cada reencenação, seguindo uma reinterpretação formal (isto é, sem *releituras modernizadas*), transportam a audiência ao *Zeitgeist* passado, como se pudessem promover um reencontro aurático com essas obras, uma volta ao *aqui/agora* de Benjamin (2012 [1936]). Um pensamento que sempre me acompanhou é o de que, por mais esforço que se faça, nunca vamos ouvir uma ópera de Mozart como ele ouviu, pois os instrumentos daquele tempo eram produzidos de forma diferente dos de hoje. Como raramente se tem acesso pleno a instrumentos de época, fica essa constatação de que ouvimos uma releitura, uma reconstrução por aproximação do que, de fato, a obra seria. As reedições contemporâneas também apresentam variações entre si, pois dependem de uma orquestra, solistas, cantores e um maestro que interpretarão a composição de acordo com suas características, além, é claro, de todo o lado cenotécnico e dos recursos de pirotecnia que, como já descrevi, são muitas vezes complexos (como, por exemplo, cavalos correndo pelo palco). Ao mesmo tempo que uma volta fiel ao passado pode atrair a atenção, as novas interpretações também despertam interesse. Trata-se de uma partitura original executada de forma inovadora. Encontrei, para ilustrar o exposto, três casos⁶⁹ nos quais podem ser percebidas variações de interpretação da ópera **Don Giovanni** de Mozart.

Abbate e Parker (2015) comparam essas exigências de interpretação *ipsis litteris* ao que chamam de “Dia da marmota”, em alusão ao filme **Feitiço do Tempo** (RAMIS, 1993), no qual o protagonista vive em *looping* um mesmo dia que se repete exatamente igual, desde o momento em que acorda, até a hora de dormir. Eles estabelecem tal comparação, pois consideram a ópera ao vivo um organismo vivo, diferente de um filme, no qual tudo sempre se repete igual, portanto, segundo sua leitura, algo mais morno e artificial. Porém, aqui começa a surgir um traço que me faz pensar que justamente essa repetição fiel constrói o mito da obra, uma vez que o mito se faz por

⁶⁹ Disponíveis em <<https://www.youtube.com/watch?v=Gp11bweiOA8>> , <<https://www.youtube.com/watch?v=nV1yNgiEvlQ>> , <<https://www.youtube.com/watch?v=XPYjqz7nToY>> Todos acesso em 24/09/2016.

repetição. As rubricas detalhadas, instruções minuciosas quanto à interpretação, garantem que a apresentação, ou em outras palavras, o rito, seja fiel para tonificar o mito. Mesmo que o ano preciso em que compor e produzir ópera deixou de ser interessante seja nebuloso, os autores (idem) arriscam situar esse momento após a Segunda Guerra Mundial (ou seja, pós 1945).

3.12. RETOMANDO WAGNER E SEU PROJETO ARTÍSTICO

Como último resgate sobre a ópera, volto a Richard Wagner e sua *obra de arte total*. McGrady (2010) fornece boas pistas para compreender o pensamento do compositor. Assim como eu faço agora, Wagner também estava preocupado em promover uma aproximação entre a literatura, o mito e a música. Para ele, drama e música formam uma única ideia dramática, pois são aspectos conjuntos de uma estrutura total. A obra wagneriana foi inspirada pelos textos de Ésquilo e Shakespeare, pela **Arte Poética** de Aristóteles, e pela música de Beethoven. Se Beethoven produzia força e movimento através de seus quartetos de cordas e de suas sinfonias, Wagner queria gerar um efeito igualmente perturbador através de suas óperas.

Graças à literatura disponível, é possível acessar ao texto integral do projeto de arte total de Wagner. Além de compositor e dramaturgo, ele foi, também, ensaísta. Em 1849 publicou **Das Kunsterwerk der Zukunft (A obra de arte do futuro)**, contendo toda a indicação desse processo criativo. A publicação defende que o homem, como artista, emerge da capacidade de exprimir o seu interior para o seu exterior. Segundo ele (2003 [1849], p. 45), “os sentidos aos quais o homem se apresenta como objeto artístico são a visão e a audição: à visão representa-se o homem exterior, à audição o homem interior”.

Outra questão abordada por Wagner diz respeito à separação compartimentada da arte, atitude que ele considera uma mutilação, como a passagem a seguir elucidada:

Dança, música e poesia são os nomes das três irmãs sem paternidade que prontamente vemos enlaçadas na roda do seu bailado, sempre que se produziram as condições para o aparecimento da arte. Por essência não podem ser separadas sem que com isso se dissolva a roda do bailado da arte; porque nesta roda, que é o próprio movimento da arte, elas se encontram tão maravilhosamente entrelaçadas, sensível e espiritualmente, tão fecunda e estreitamente interligadas pela mais bela afeição, pelo mais profundo amor, que cada uma delas, uma vez arrancada do círculo, privada de vitalidade e movimento, já só pode levar uma vida artificialmente insuflada, tomada de empréstimo, uma vida que já não pode oferecer leis de bem-aventurança, como acontecia na tripla união (...) (WAGNER, 2003, p. 51).

É compreensível que Wagner reivindique que diversos territórios da arte trabalhem juntos para produzir algo maior. Porém, concordo apenas em parte com ele, uma vez que cada tipo de arte tem as suas tessituras, as suas particularidades que as constituem e fazem com que sejam reconhecidas como tal, com suficiente autonomia. Como defini, linguagem é uma *ideia em forma de expressão*, e cada campo artístico possui o seu dialeto peculiar, que pode se somar a outros horizontes, mas que é rico na sua essência. Por exemplo, a literatura pode se servir da ilustração mas, se ela for bem estruturada, tem total autonomia narrativa e catártica para ser independente. O que Wagner propõe é a arte como um organismo plural, uma estrutura sistêmica sobre os sistemas artísticos. Como ele (2003, p. 55) defende, se “(...) todos os limites tiverem caído, então deixarão de existir não só as modalidades artísticas, mas também precisamente os limites, e passará a haver apenas a arte, a arte em si, ilimitada e coletiva”.

Desse modo, a *obra de arte total* de Wagner é, necessariamente, uma obra de arte coletiva, resultado de um somatório de esforços e talentos que apontam na mesma direção, isto é, para o coração da obra de arte. Esse coletivo deve gerar uma aglutinação energética que impulsiona a obra de arte como um raio avassalador sobre o público. A arte total é um biótico que se alimenta de todas as artes para nutrir a sua carne e tonificar o seu sangue. Wagner afirma que a música não pode se bastar em si. Ela precisa de aliados para surtir um grande efeito, e esses aliados compreendem as outras formas artísticas. Wagner quer uma arte total, inclusive, sendo esse *total* um

sinônimo de *para todos*. Ele defende que a arte total seja acessível à população, e não um produto destinado a uma elite privilegiada. Deseja uma arte feita de todas as artes, gestada por um coletivo e endereçada para todas as pessoas. No seu manifesto pela obra de arte total, clama pelo que hoje pode-se entender como *pop*. Se ele se baseou na **Arte Poética** de Aristóteles, parece que queria escrever a sua Popética:

Comecemos então a propor como teria que proceder a arte moderna para progredir teoricamente até à redenção que a libertasse da posição solitária de sua essência não compreendida, caminhando em direção ao entendimento mais universal por parte da vida pública: tornar-se-á então facilmente compreensível que essa redenção só pode ser possibilitada pela mediação prática da vida pública (WAGNER, 2003, p. 177).

Mas o *pop* que seu discurso almeja não diz respeito à produção industrial e mercantil da cultura. Essa, ele inclusive repudia, pois ve a arte mercantil maculada por aqueles que a financiam e produzem. Suas propostas buscam combater a mercantilização castradora da arte, que ele considera fútil e banal. Quando faço essa constatação bem humorada, quero dizer que ele defende o *pop* no sentido de *popularização*, de um acesso universal. Como relata Moniz (2007), o que Wagner quer é modificar a arte em si, pois percebia que ela acabara virando, não só puramente lazer, mas uma mercadoria nas mãos inescrupulosas dos comerciantes. Ela havia perdido a função essencial dos tempos da Antiguidade Clássica, função essa que proporcionava ao indivíduo uma reintegração consigo e com o universo. Ele propõe uma recuperação da *tragédia grega*, uma arte para sentir e para pensar. A arte total, não só reintegra todas as artes, mas, também, inclui os campos da educação, da política e do social. A arte é, em suma, o caminho da libertação, o estímulo rumo ao homem digno. Diante da percepção de sua fragilidade mortal e das intempéries da vida, a audiência busca, no artista, um pai poderoso para protegê-la, educá-la e orientá-la. O artista torna-se uma bússola protetora e reconfortante, assim como um mito deve ser. O mito musical funde religião e arte: na audição, no espetáculo, o culto, o ritual e a redenção. E a música fecunda o mito. Através dela, ele se empodera, toma forma e corpo. No espetáculo total, figuram corpo, forma, luz e som. A

exibição adquire uma função terapêutica que, além de excitar, purifica e descarrega. Pelo espetáculo, chega-se ao êxtase da existência.

Nessa narrativa mítico-musical, a hierarquia entre as palavras e o som é desnecessária. Palavras (o que é cantado) moldam o som, e o som molda as palavras. Aliás, as palavras cantadas são elas próprias, e o seu som. Portanto, estabelecem uma relação simbiótica contínua de ação e reação. Wagner acredita que a poesia deva ser subordinada à música, e que as palavras de um drama representam apenas uma espécie de roteiro, um pequeno fragmento de uma imensa estrutura. Diferente dele, eu já penso que todas possuem igual valor.

Wagner acredita que a maior arte de todas é a tragédia grega, por ela abraçar todas as artes: atuação, verso, música, dança, coro, trajes, espetáculo, tudo costurado pelos mitos. Wagner pensa o mito como algo universal, pois é atemporal, destinado, não apenas à nobreza ou à burguesia, mas a humanidade como um todo, independente de sua posição social. Assim nasce a *Gesamtkunstwerk* (*obra de arte total*). Nela, ele reinventa a ópera tradicional, trazendo, novamente, os fundamentos do teatro somados à poesia, música, artes plásticas, arquitetura e dança. Ele quer ser o criador responsável por todos os aspectos.

Para os gregos (ARISTÓTELES, 2003 [335 a.C]), o *drama* era entendido como *ação*. Essa *ação* dizia respeito à *saída de um ponto A para um ponto B*, ou seja, uma mudança de estado dos personagens. Para Wagner, o drama significava *tornar visível ações musicais* (MILLINGTON, 1995). O *drama musical* de Wagner, ou como ele chama, a **Oper und Drama** (1851), tem como objetivo pensar que o drama deve ser o fim, e a música meramente um meio de expressão (pensar): “A linguagem é como a música, um meio cujo fim é o drama” (WAGNER in: DEATHRIDGE; DAHLHAUS, 1988, p. 69). Em 1870, Wagner afirma que os versos de um poeta não podem determinar a música. Somente o drama possui essa capacidade. Nesse contexto, o drama não é apenas o poema ou o texto dramático, mas o seu desfile diante dos olhos como contrapartida visual da música. Ao ler

Schopenhauer, Wagner muda de ideia e passa a encarar o drama como expresso, essencialmente, através da música, e que o palco não passa de um ato musical visualizado. Esse ato deve ser de total imersão:

(...) O público, esse representante da vida social, desaparece ele próprio do espaço destinado aos espectadores; o público passa a viver e respirar apenas na obra de arte que lhe surge como sendo a própria vida, na cena que lhe parece ser o mundo inteiro (WAGNER, 2003, p. 180).

Para conseguir esse (e)feito, Wagner faz menção ao pensamento referente ao *duplo* que apresentei antes. Não diretamente ligado a Dostoievski, mas segundo a mesma interpretação que eu propus, o duplo como sinal de devoção e dedicação à arte. Quando descreve sua obra de arte total, ele também faz referência a esse tema:

A intensidade da carência que experimenta dá-lhe coragem para chegar ao auto-sacrifício, e, se Beethoven deu expressão a esta coragem num ato de máxima ousadia, houve também poetas músicos, como Glück e Mozart, que souberam igualmente exprimir em seus atos de grandiosidade e amor essa alegria com que o amante mergulha no objeto de seu amor para deixar de ser o que é e, em recompensa, passar a ser infinitamente mais do que era (WAGNER, 2003, p. 130).

Posteriormente, em 1852, ele escreve a Liszt, dizendo:

Para mim, as alegrias da vida e do amor são algo que apenas imaginei, não experimentei. Assim, meu coração teve que mudar-se para minha cabeça e minha vida tornou-se artificial. Só posso viver como artista pois o homem foi totalmente absorvido por ele (WAGNER in: DEATHRIDGE; DAHLHAUS, 1988, p. 83).

Após uma reclusão na Suíça, onde moldou o projeto da arte total, Wagner triunfou e excursionou pelo mundo, recebendo grandes somas para apresentar a sua nova ópera superdimensionada. Quando estreiou, na Rússia, **Die Walküre (A valquíria)**, parte do público se sentiu afrontado e não compreendeu a nova linguagem desenvolvida pelo compositor.

O trabalho revolucionário de Wagner exigiu a criação de um palco exclusivo. Como o teatro perfeito não existia, por que não construir um?

Motivado por esse pensamento, ele construiu o seu próprio. Levou uma vida inteira para criar esse templo para sua arte, pautado pela excelência na produção e na execução. O local escolhido foi a cidade alemã de Bayreuth. Em 1876, ocorreu, nesse espaço, a primeira apresentação do “Ciclo do anel”⁷⁰. Em Bayreuth, todos os elementos existiam para realçar o drama no palco. Qualquer assento permite uma visão completa. A acústica é lendária. A orquestra fica escondida em um fosso, pois a música é apenas mais um elemento do drama, e não o elemento principal. Para Wagner, o *drama* é um compêndio de todas as artes juntas. Ele, que sempre foi um perfeccionista, não estava completamente satisfeito com os recursos tecnológicos daquele período para dar vida ao seu mundo mítico-ficcional cercado por cavernas, rios e castelos no céu. Portanto, precisava de recursos audaciosos para se expressar, e a solução veio com Bayreuth. No mesmo ano em que o teatro foi inaugurado, Nietzsche escreveu e publicou um texto descrevendo a empreitada de Wagner. Sei que os dois nutriram uma relação de amor e ódio durante sua convivência. Porém, quero resgatar, aqui, as impressões positivas de Nietzsche sobre o projeto de Wagner, pois o relato contribui para compor o que chamarei de artista total.

Nietzsche (2009 [1876], p. 37) abre seu texto com a seguinte afirmação: “Para que um acontecimento tenha grandeza, é preciso reunir duas condições: que a grandeza inspire os que o realizam e os que o vivenciam”. Essa afirmação já dá o tom sobre o que Wagner buscava com seu novo palco de exibição. Ele estava cansado da ópera comercial. Queria que a ópera fosse um instrumento de pensamento e de mudança, e não apenas uma atividade de entretenimento burguesa. A própria estrutura revolucionária do “Anel”, pensada de forma episódica, lembra o que, hoje,

⁷⁰ O “Ciclo do anel” ou “Der ring des Nibelungen” (“O anel do Nibelungo”) é uma tetralogia de quatro óperas baseadas na mitologia germânica. A obra levou vinte e seis anos para ser completada, exigindo cerca de quinze horas para ser executada. Ela é composta por **Das Rheingold (O ouro do Reno)** (1853-1854), **Die Walküre (A valquíria)** (1854-1856), **Siegfried** (1856-1857 e 1864-1871) e **Götterdämmerung (Crepúsculo dos deuses)** (1869-1874). O “Ciclo do anel” foi apresentado integralmente na abertura do teatro de Bayreuth, que é chamado de Bayreuth Festspielhaus (Teatro do Festival de Bayreuth). O teatro existe até hoje, sendo uma *meca* para os admiradores de Wagner. Nele, são apresentadas, principalmente, as obras do compositor.

conhecemos como *séries televisivas*. Cada capítulo, no seu caso, cada ópera, ajuda a construir um todo maior. O próprio fôlego exigido da audiência, que deveria estar disposta a assistir horas e horas de representação, já demonstrava que Wagner procurava uma nova forma narrativa. Em sua *obra perfeita*, a *obra total*, nenhum elemento seria supérfluo. Ele propunha um amálgama de tal precisão que, se um mínimo detalhe fosse modificado ou suprimido, a obra toda desabaria. Como percebe Nietzsche (2009, p, 39), “(...) parece-nos que ele acreditava tanto na grandeza de seu feito quanto no sentido de grandeza daqueles que deverão vivê-lo”. A grandeza, aqui, não deve ser entendida como opulência, mas sim, como relevância. Mais do que isso: Wagner se posiciona como um herói. A finalização de Bayreuth pode ser lida como o retorno do herói de Campbell, que volta para mostrar ao mundo a conquista de uma chave de revolução, um instrumento transformador, a obra de arte total no teatro total, morada do herói wagneriano. Penso em traduzir o que Nietzsche disse como *crer para ser na verdade artística*.

Outra passagem do texto de Nietzsche que vale a pena resgatar diz respeito à sua percepção sobre inovação na arte. Como ele corretamente se dá conta, geralmente, a primeira reação da audiência, quando uma mudança ousada é proposta, é a negação. Assim explica Nietzsche (2009, p. 41):

Que um indivíduo possa, no transcorrer de uma simples vida humana, criar algo absolutamente novo é motivo de indignação para todos que juraram, como uma espécie de lei moral, pelo caráter gradual de toda evolução: eles não são apenas lentos, mas exigem lentidão – e quando vêem um indivíduo muito veloz, não entendem como isso é possível e o julgam negativamente.

Embora, adiante, Nietzsche tenha criticado Wagner duramente (mas, como eu disse, esse tema não tem relevância para a minha pesquisa), ele afirma, em seu ensaio (idem), que considera Wagner como um mestre absoluto da música e da cena, incorporando, adequadamente, todo o conjunto de técnicas possíveis para produzir um efeito notável. Diante disso, afirmo que Wagner é um exemplo de criador que se deixou *embriagar do/no*

espetáculo, traço vital para uma arte legítima, para a *verdade artística*, e mais um elemento a ser considerado, junto com o meu *tripé virtuoso*. Essa *embriaguez* é descrita por Nietzsche (2009, p. 53) da seguinte forma: “(...) tudo crescia em torno dele, dentro dele e, conforme aumentava em tamanho e peso a construção, mais tenso se tornava o arco do pensamento que ordena e domina”. O referencial criativo de Wagner é apontado por Nietzsche como tendo sido nutrido por estudos de história e filosofia, sobretudo, no que dizia respeito a grandes lutadores, sofredores e pensadores. Nietzsche afirma que Wagner utilizava os ensinamentos filosóficos, não como narcóticos aos problemas do viver, mas como inspiração para lhe dar coragem e firmeza para ousar. Conforme suas palavras (2003, p. 58), “Wagner é tanto mais filósofo quanto mais ativo e heróico se mostra”. E parece que os esforços de Wagner, em Bayreuth, conseguiram impressionar Nietzsche (2003, pp. 62-63):

Aqui temos espectadores preparados e iniciados, a emoção de homens que se encontram no auge de sua alegria e nela sentem concentrado todo o seu ser, a fim de se deixar fortalecer pelo mais amplo e mais alto querer; encontramos total sacrifício dos artistas e o espetáculo dos espetáculos, o vitorioso criador de uma obra que resume uma plenitude de vitoriosos atos de arte. Não parece quase obra de encantamento poder encontrar tal fenômeno no presente?

Nietzsche percebe o poder da arte, de religar o homem ao mundo, e ao próprio homem. Diz ele que a vida sem música é um erro, o que demonstra seu apreço e reconhecimento por essa modalidade artística (MONIZ, 2007).

O mito é elemento central na obra de Wagner. A partir dele, o homem pode pensar o mundo de forma reflexiva. Lévi-Strauss (1989) apresenta uma teoria que associa mito e música. Nela, afirma que o mito não pode ser lido como uma novela ou um artigo de jornal, isto é, de forma linear. Ele deve ser apreendido em sua totalidade, uma vez que seu significado básico não está ligado a uma sequência de acontecimentos, mas a um conjunto de acontecimentos, mesmo que eles não ocorram de forma linear no curso da vida. Para o autor, o mito deve ser lido como uma partitura musical. Em

outras palavras, Lévi-Strauss também aponta, sob certo sentido, para uma obra global, ou total, e o “Anel” pode ser considerado exemplo desse pensamento. Wagner julgava que a arte musical estava decadente e esse realinhamento dela, junto às demais artes seria uma saída para colocá-la, novamente, em um posto digno e enobrecido. Assim, Wagner se utilizou da música como meio de conexão, transporte e amplificação dos mitos.

Conforme já mencionei, Wagner não inventou o *Leitmotiv*, mas com certeza, soube utilizá-lo como um elemento determinante em sua obra, tanto que muitos acreditam que seja ele o inventor da técnica (embora se saiba que outros compositores já o utilizavam). O **Grove** (2016) relata que o termo foi cunhado pelo historiador musical A. W. Ambros, em meados de 1860. Moniz (2007) comenta que, mesmo o *leitmotiv* significando algo como *motivo condutor*, e sendo associado a Wagner, existe outro conceito subjacente ao qual o compositor se referia como *motivos de antecipação (recordação e remanescência)*, entendidos como ideias musicais que tomariam um sentido distintivo e associativo (relacionado a personagens, personalidades, objetos, ideias ou emoções). Moniz traz uma outra nomenclatura. Segundo ele, Wagner preferia utilizar o termo *Grundmotiv* que significaria *motivo fundamental*, pois considerava-o um elemento fundante da estrutura composicional, a partir do qual os procedimentos de derivação, aumento, diminuição, interpolação e/ou transformação poderiam ocorrer.

Outro dado relevante levantado pelo autor (MONIZ, 2007), revela que Nietzsche reconhecia a música como elemento principal do drama, e a palavra como um recurso capaz de expressar a riqueza de sugestões que a música podia provocar. Nesse espectro, o mito poderia fluir e fecundar seus ensinamentos, uma vez que, assim como a ciência, ele procurava fornecer respostas ao homem sobre os mistérios da vida. O mito ajudava o homem a organizar a *sopa* de complexidade do viver e encontrava, na música, um caminho propício para essa tarefa. Como coloca Moniz (2007, p. 151),

(...) para compreender plenamente tanto o mito como a tragédia, faz-se necessário todo um conjunto de variáveis, destacando-se, entre elas, a música. Dessa forma, o poeta, como músico criador, diferentemente do poeta da palavra, é capaz de alcançar a suprema espiritualização e idealidade do mito a todo instante.

Em resumo, o mito, de braços dados com a música e as palavras, fornece um guia para a humanidade agir e pensar, e encontra, na obra de arte total, de Richard Wagner, a sua morada. Uma vez que Wagner valoriza a pluralidade de talentos e linguagens para o espetáculo, quero destacar, a seguir, um artista multi-dimensional.

3.13 DA VINCI: O ARTISTA PLURAL

Falarei de Leonardo Da Vinci a partir das leituras de Vasari (2011 [1550]), Castellani (1972), Gormlie (1999) e Gandra (2011). Da Vinci é um dos artistas mais multifacetados da história. Vou resumir alguns pontos de sua biografia, pois precisarei deles para compor o *artista total*. Aos 14 anos, foi aluno de Andrea del Verrocchio, que possuía um ateliê similar ao que seria a Factory, de Andy Warhol (outro artista plural), séculos depois. Sua oficina, situada em Florença, era uma das mais prestigiadas da cidade. Abrigava uma série de mentes pensantes e pulsava arte, engenharia e ciência por todos os seus poros. Nessa escola, Da Vinci permaneceu por cerca de 10 anos (lembre-se da Teoria das 10.000 horas de Gladwell). Naquele tempo, Verrocchio estava no auge de sua carreira artística, atuando como escultor, ourives, fundidor e pintor. Também era músico. Como aponta Gandra (2011, p. 11), “as diferentes atividades praticadas na polivalente oficina estimularam a criatividade e a natural versatilidade de Leonardo e o induziram a cultivar uma multiplicidade de interesses”.

A organização interna da oficina de Verrocchio pode ser pensada como uma precursora da sistemática da construção mítico-espetacular de hoje. Verrocchio cercava-se de diversos assistentes que participavam das obras executando os procedimentos previamente definidos por ele. Esses assistentes procuravam uma íntima ligação com a linguagem particular de Verrocchio, imitando-o nas execuções. Assim, mesmo sendo um trabalho

feito a diversas mãos, era, sobretudo, obra de um único criador. Penso que ocorre o mesmo com o resultado final dos projetos de Wagner, e de David Bowie, Kiss e Lady Gaga, dos quais falarei adiante.

Da Vinci estudou as cores, a perspectiva e as sutilezas entre luz e sombra. Ele queria tornar suas telas tão vivas que seria como se a pintura superasse suas próprias limitações. Não parece o mesmo pensamento de Wagner sobre suas obras? Ou seja, ambos buscavam vivacidade e imersão. Ele acreditava que sua arte era uma ciência, borrando os limites entre essas duas atividades humanas. Para ele, o desenho servia como registro e esquema interpretativo, didática e arte. Unificou áreas do conhecimento que estavam separadas, consideradas distantes (mais uma semelhança com Wagner). A arte tornou-se um método de comunicar a ciência. Via a geometria como uma matemática visual. Interessou-se por ela, por perceber o poder da representação visual (outra semelhança com Wagner). Seu conhecimento de mecânica o ajudou, assim como na anatomia, a observar as partes, dissecar o todo, compreender os detalhes e como eles influenciam o todo (mais um ponto em comum, com Wagner, ao pensar sua arte de forma sistêmica).

A constante busca pela perfeição, a mente inquieta e a necessidade visceral pela experimentação ajudam a entender porque ele deixou diversos estudos e obras incompletas. Seu apetite insaciável pelo conhecimento foi sua fortuna e sua ruína. Ele não conseguia finalizar um projeto quando novos caminhos se abriam, abandonando o que estava fazendo em busca do novo. Suas notas nunca foram publicadas em vida, apenas, posteriormente, como, por exemplo, projetos de livros sobre anatomia e pintura, o que fez com que suas descobertas permanecessem ocultas do grande público durante séculos. Sua abordagem singular da arte e da ciência fizeram dele um dos maiores pensadores da história. A qualidade do seu trabalho e o seu nome resistem ao tempo. Existe um *duplo* construído sobre o homem Da Vinci, uma vez que, até hoje, ele é visto como uma figura misteriosa e perturbadora, e este é o traço descrito e incensado pelos historiadores. Durante toda a vida, teve sede de saber, de ver, e de conhecer. Muitos relatos o consideram

sobre-humano (lembre-se, traço do mito), devido a suas variadas habilidades. Foi pintor, escultor, escritor, físico, arquiteto, anatomista, botânico, músico e mestre de mecânica. Mesmo tendo documentado bem todos os seus estudos, e embora desejasse ser celebrado, registrou pouco de sua vida privada, eternizada somente em uma imagem produzida por ele.

Desde pequeno, nutriu uma curiosidade constante, sempre muito interessado em entender como as coisas funcionavam. Tinha claro que para ser um grande artista, primeiro, era necessário ser um grande observador, um observador e executor dotado de infinita paciência. Ao longo de sua vida, viajou e morou em diversos lugares, absorvendo a atmosfera de onde estava. Mudou-se para Florença pois lá era onde as coisas aconteciam, lá estavam os maiores talentos daquele tempo. Portanto, seguindo os moldes do meu *tripé*, ele foi atrás do *meio propulsor*. Outro dado peculiar era o fato de Da Vinci ser canhoto, e naquele tempo, acreditava-se que a mão esquerda era a *mão do diabo*. Assim como citei antes, muitas vezes, durante o curso da história, o talento foi associado a pactos demoníacos e ocultistas. Da Vinci não se casara pois, para ele, exatamente como no exemplo que citei, quando falei da obra de Chazelle (2015), casar-se representava uma distração. Diria ele: “Se tu estiveres sozinho, serás todo teu. Se estiveres acompanhado por um companheiro, serás teu pela metade” (in: CASTELLANI, 1972). No entanto, esta questão do celibato é relativa, haja visto que Wagner se casou mais de uma vez ao longo da vida.

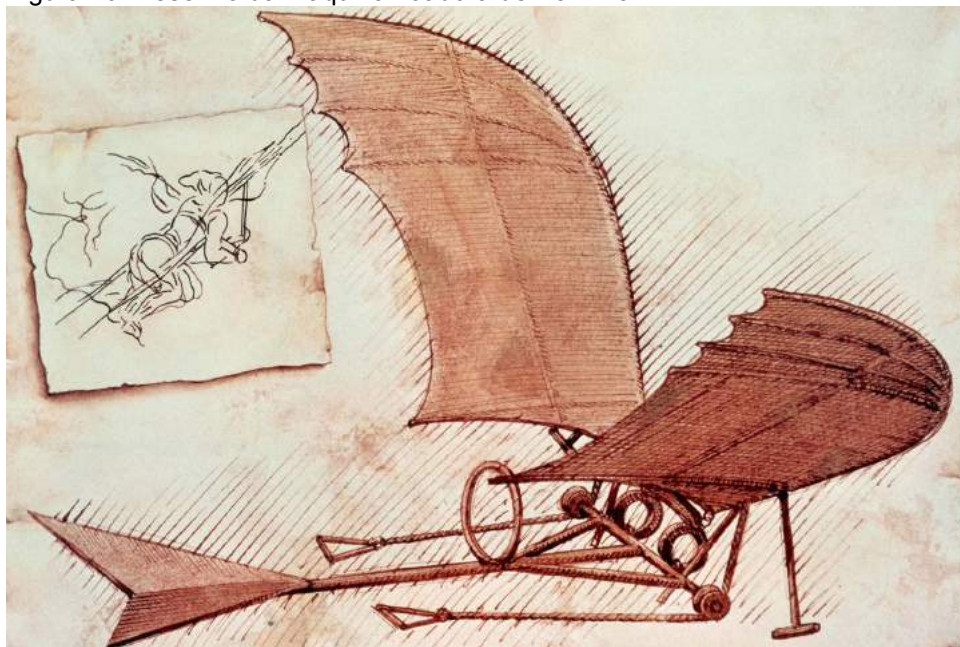
Se Wagner propunha um espetáculo grandioso, recheado de efeitos visuais, ou se hoje, quando se assiste a uma apresentação musical de um grande artista, efeitos pirotécnicos são elementos frequentes, cabe lembrar que Da Vinci foi um dos precursores dessas técnicas. Em 1490, Ludovico, o Mouro, realizou uma grande festa por ocasião das bodas do duque Gian Galeazzo, no Castello Sforzesco, em Milão. Durante essa festividade foi apresentado um espetáculo intitulado **A festa do paraíso**⁷¹, que utilizou uma

⁷¹ Reconstituição disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=SPvY20k5BEs>> Acesso em 20/05/2016.

série de efeitos especiais projetados e executados por Da Vinci, concretizados mediante a utilização de engrenagens, vapor, música e fogo, como o prenúncio de uma pequena ópera wagneriana.

Da Vinci descobriu o Primeiro Princípio da Mecânica: a cada ação corresponde uma reação igual e contrária. Em diversos de seus inventos como, por exemplo, a máquina de voar (Figura 10), ele pensava em construir extensões do homem (o que mais tarde foi abordado por McLuhan, e que segui, quando propus o *tripé*).

Figura 10: Desenho da máquina voadora de Da Vinci



Fonte: <http://www.leonardodavinci.net/images/gallery/flyingmachine4_1.jpg>
Acesso em 17/10/2016.

Num dos primeiros e mais relevantes livros de história da arte e dos artistas, Da Vinci foi descrito, por Giorgio Vasari (2011 [1550], p. 443), da seguinte maneira:

Muitas vezes são imensos os dons que, por influxos celestiais, chovem naturalmente sobre alguns corpos humanos; outras vezes, de modo sobrenatural, num só corpo se aglomeram superabundantemente beleza, graça e virtude, de tal maneira que, para onde quer que ele se volte, todas as suas ações são tão divinas que, deixando para trás todos os outros homens, dão-se a conhecer como coisas (que de fato são) prodigalizadas por Deus e não

conquistadas pela arte humana. Isso foi visto pela humanidade em Leonardo da Vinci, em quem a beleza do corpo, nunca suficientemente louvada, era acompanhada por uma graça mais que infinita em qualquer de suas ações; era tamanha e de tal índole a sua virtude, que todas as dificuldades para as quais ele voltasse sua atenção se tornavam facilidades absolutas.

De fato, Da Vinci foi um homem talentoso que soube estar nos lugares certos para se oxigenar e prosperar, podendo ser pensado mediante meu *tripé virtuoso*, incluindo sua curiosidade, sua *embriaguez* e sua insaciável sede pelo conhecimento, para se mostrar como um exemplo de artista multi-talentoso, multi-facetado, multi-dimensional e plural. Seus exemplos, assim como os de Wagner, me ajudarão, agora, a pensar o *artista total*.

3.14 DO *E-PRODUCER* AO ARTISTA TOTAL, E DA MITOLOGIA ANCESTRAL À MITOLOGIA MUSICAL

Como havia explicado no início da pesquisa, quando descrevi os procedimentos metodológicos, vou agora entrar no tema pela lente do *pesquisador insider* de Hodkinson (2005), trazendo minha experiência pessoal para dentro do texto. Entre o final da década de 1980 até o ano de 1994, estive à frente de uma banda de *rock* chamada Titânio. Naquele tempo, eu não compreendia todos os departamentos de uma gravadora, ou o delineamento exato de como funcionava a cadeia produtiva da indústria musical. Morador de Porto Alegre (praça na qual a banda atuava e onde sempre residi), tinha pouco acesso a esses conhecimentos. O aprendizado era diário, na base da tentativa e erro, e de um misto de intuição e ingenuidade. Os processos de gravação eram misteriosos, tanto para a banda, quanto para os donos dos estúdios disponíveis naquele tempo, que eram igualmente carentes de informação sobre produtos e processos, assumindo, por necessidade e falta de mão de obra especializada, o papel de engenheiros de gravação e finalização. A disponibilidade de aparatos tecnológicos, seja equipamentos pessoais ou de estúdio, também eram limitados. Quando algum recurso novo aparecia, era celebrado mediante uma utilização voraz sem parcimônia. Lembro de certa ocasião em que os estúdios começaram a dispor de periféricos que simulavam efeito de

reverberação. Quando esse tipo de processamento sonoro é aplicado de forma desmedida, simultaneamente em vários instrumentos, em uma gravação, pode provocar um *embolamento* do som. Naquele período, minha banda foi gravar uma faixa e utilizou o referido *toque mágico* de modo desproporcional e quase desastroso, o que deixou o resultado comprometido, mas se tornou um registro fiel ao referencial da época. No entanto, para que hoje eu possa emitir esse julgamento, precisei, primeiro, passar por essa experimentação.

Além da falta de informação, que chegava mediante algumas publicações nacionais, ou via raríssimas e caras revistas estrangeiras, ou ainda por meio de uma pequena parcela de programas musicais exibidos pela televisão aberta (não existia nem televisão fechada ou internet), como afirmei, os recursos de empoderamento estético e promocional em Porto Alegre eram quase inexistentes. Contando com cartazes confeccionados à mão, e reproduzidos por meio de cópias xerográficas, em preto e branco, para a divulgação de apresentações, a promoção se dava, sobretudo, pelo boca a boca e com algum apoio discreto da mídia local. Todo o dinheiro que entrava pela venda de ingressos mal dava para pagar os custos de produção e contratação de mão de obra técnica (operadores de som, desenhistas de luz, etc).

Durante meu aprendizado e atuação em Porto Alegre, fui um dos primeiros produtores a me preocupar, não apenas com a estética musical, mas com o *projeto total do artista*, isto é, a parte musical, as questões de A&R e de promoção e divulgação (mesmo que, nessa época, eu nem soubesse o que era um A&R). Naquele período, eu já havia trabalhado com a Titânio, que ganhou destaque nacional graças à sua qualidade musical e, também, pelas investidas feitas por mim em sua divulgação. Mesmo sem conhecer a obra de Morin (1989), eu, intuitivamente, procurava oferecer ao público da Titânio material promocional que auxiliasse a construir a sua aura mítica. O foco adotado, criado por mim, era de que a Titânio se proclamava como *a maior banda de rock pesado do sul do país*. A repetição desse *mantra* promocional gerou frutos de construção e consolidação de imagem

perante o público. A banda foi destaque em importantes publicações nacionais da época, como as revistas Top Rock e Rock Brigade. Teve, inclusive, menção no programa “Fúria Metal” da MTV, comandado pelo VJ Gastão Moreira, destinado a grupos que produziam esse tipo de sonoridade. Isso ocorreu ainda que a banda não tivesse contrato com gravadora ou álbum lançado. Existia, apenas, fotos promocionais, um *release* e uma fita K7 contendo algumas músicas. A banda não tinha o apoio das emissoras locais de rádio locais para executar seus temas, o que não a impediu de se apresentar em palcos importantes da cidade, como o extinto bar Porto de Elis, e o auditório Araújo Viana.

Nos anos 2000, mais maduro, e tendo consciência de que meu inventário de experiências poderia ser utilizado como diferencial competitivo de mercado, comecei a trabalhar com música eletrônica *pop*. Escrevi como colunista musical para portais *online* de boa repercussão como os extintos Poavibe, Poabeat, Poarock e Cena Eletrônica e, durante mais de dois anos, contribuí mensalmente para a revista Backstage, uma publicação impressa nacional, de grande penetração e reconhecimento. Não recebi um centavo por essas contribuições, mas o capital social oriundo dessas atividades compensou o investimento. Naquele período, já possuía uma experiência de mais de uma década de envolvimento com o campo musical. Produzi uma série de trilhas musicais para eventos, publicidade, *web*, dança, teatro e cinema. Também comecei a trabalhar na produção musical de artistas, como bandas, duos e cantores solo. Naquele momento, eu queria achar uma expressão que definisse o tipo de trabalho que eu fazia, que condensasse o meu diferencial. Esse diferencial estava construído com base na aliança dos conhecimentos adquiridos ao longo da minha carreira musical, que começou de forma desprezenciosa, nos idos de 1986, para garantir melhores resultados aos artistas contratantes. De lá até os 2000, passaram-se 14 anos. Nesse meio tempo, toquei em diversos grupos, produzi com sucesso a banda Titânio, formei-me em publicidade e propaganda, pela FAMECOS/PUCRS, trabalhei em agências de publicidade tradicionais e alternativas, estive à frente de projetos da indústria criativa e fui jornalista musical na rádio Ipanema FM, uma das mais respeitadas do Brasil, no

segmento jovem alternativo. Fora isso, havia a experiência em música eletrônica. Ainda que muito aquém de Wagner e Da Vinci, também me vi como um artista plural.

Como nominar um profissional que acumulou essa bagagem? Produtor musical daria conta do todo? Nessa época, eu já havia conseguido acesso a um vasto material educacional para me instruir sobre como o mercado da música funcionava, e passei a compreender a estrutura organizacional e operacional das gravadoras. Um pouco antes de eu começar a escrever para a Backstage, o conceito emergiu. Iria me intitular *e-producer*. Como o radical *e-* parecia um código muito enraizado na música eletrônica (pois, na época, a música eletrônica era chamada, também, de *e-music*), muitas pessoas acreditavam que o *e-producer* era, simplesmente, um produtor de música eletrônica, inclusive porque, naqueles dias, eu estava ganhando espaço e reconhecimento dentro desse estilo musical. Porém, para mim, o *e-producer* era mais do que isso, era um somatório de esforços e talentos. Significava ser alguém que é, simultaneamente, músico multi-instrumentista, produtor musical, A&R, estrategista, e que se utiliza de conhecimentos de comunicação social, de publicidade e propaganda, para auxiliar a si e aos outros artistas a montar um *projeto artístico*, indo além do simples fato de apenas produzir fonogramas, direcionando e impulsionar a carreira musical. O *e-producer* também deveria ter outra característica: ser um bom *peruqueiro*. Essa nomenclatura surgiu como uma brincadeira, cunhada por um *designer* gráfico com quem convivi e trabalhei em 1999. A brincadeira ficou mais séria, e embora eu não tenha sido o autor do conceito, assim como Wagner fez com o *Leitmotiv*, comecei a propagá-lo, fazendo com que ele fosse associado à minha figura. A *perucagem* pode ser compreendida como a manutenção permanente de uma rede de contatos, reforçados, principalmente de forma pessoal, que é estabelecida mediante a circulação ativa por um meio social relevante. Compreende ir aonde as coisas acontecem e se relacionar com as pessoas que fazem as coisas acontecerem para, também, ser agente dessa transformação e produção. A origem do termo pode ser explicada pensando-o como um intertexto bem humorado referente aos salões do século XVIII, nos quais os homens,

vestindo perucas brancas (sinônimo de *status*, na época), procuravam fazer contatos sociais e comerciais. Mozart (Figura 11), por exemplo, foi sempre um grande *peruqueiro*.

Figura 11: Mozart *peruqueiro* e sua peruca



Fonte: Retrato de Barbara Krafft (1819), reprodução.

Durante a pesquisa para esse tese, descobri que, não só Mozart e seu pai, Leopold, dominavam a técnica da auto-promoção, mas que outro grande compositor foi igualmente, ou até mais, exitoso do que ele. Refiro-me ao já citado alemão Georg Friderich Händel (Figura 12), outro *peruqueiro*.

Figura 12: Händel, *peruqueiro* literal e figuradamente



Fonte: Retrato de Balthasar Denner (1728), reprodução.

King-Debbs (2010) apresenta um bom panorama sobre o trabalho promocional de Händel em benefício de sua própria carreira, do qual seleciono alguns fragmentos marcantes. Ele migrou da Alemanha para a Inglaterra, onde prosperou. Poucos compositores eruditos foram tão economicamente bem sucedidos e celebrados como ele. Händel absorveu a ópera italiana e a apresentou aos britânicos de forma avassaladora, principalmente porque suas peças eram cantadas na língua nacional, ou seja, em inglês, facilitando a compreensão do libreto. Ele pode ser considerado um dos primeiros *pop stars* de todos os tempos. Suas árias eram equivalentes às canções *pop* atuais, sendo muito populares naquele tempo. Handel não estava na moda, ele *era* a moda, era *moderno* e *descolado*.

Em 1714, a política britânica sofreu uma mudança, quando o príncipe Georg Ludwig, de Hannover, foi coroado George I, rei da Grã-Bretanha e Irlanda. O Reino Unido tinha, agora, um monarca alemão. Assim, com sua reputação musical em alta, Händel, um dos mais elegantes alemães de

Londres, foi a escolha natural quando George I decidiu que necessitava de trilha musical como forma de propaganda. A ideia era tornar o novo rei estrangeiro literalmente visível para seus súditos. Esse efeito foi conseguido mediante uma comitiva marítima de barcos que, em 1717, deslizou ao longo do Tâmesa, acompanhada da música de Händel (Figura 13), especialmente composta para a ocasião. Isso foi possível porque os músicos também integravam o comboio aquático. Em um esforço imaginativo, pode-se pensar que ele já antecipava os *carros de som* ou os *trios elétricos* de hoje, utilizados pelos candidatos nas eleições governamentais. Inteligentemente, Händel utilizou trompas de caça em sua orquestra flutuante, explorando a capacidade de soar uma música alta e pura através de grandes distâncias, em função do tom nobre associado simbolicamente à trompa, e ao som agudo estridente, produzido por esse instrumento. A **Música aquática** (no original, **Water music**⁷² [HMV 348, 349, 350], 1717) foi um triunfo, encantando o rei, que fez de Händel, seu favorito. Uma vez que a política, seja eclesiástica ou real, sempre impulsionou e financiou as obras dos compositores musicais, essa, e tantas outras atitudes, revelam em Händel uma notável percepção de A&R e produtor. Ele foi um dos primeiros *e-producers* da história, mostrando-se hábil para os negócios, como Gene Simmons, do Kiss, por exemplo (como demonstrarei em breve).

⁷² Um trecho ilustrativo está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=COw4514YKr0>> Acesso em 21/10/2016.

Figura 13: Händel (à esquerda), e o rei George I (à direita), durante a apresentação da **Música aquática**



Fonte: Pintura de Edouard Hamman (1717), reprodução.

Seu talento fez dele um músico tanto prolífico, quanto versátil. Sentimento comum a diversos artistas notáveis ao longo da história, percebe-se em Händel uma constante inquietude e ambição endereçadas aos campos do experimentalismo, explorando novos sons e estilos. Ao atingir seu auge, produzia uma ópera por ano, sendo esses espetáculos caríssimos, com salários estelares pagos aos cantores, e grandes orquestras, com elaborados efeitos de palco. Para auxiliar o financiamento dessas obras dispendiosas, Händel, como reflexo do competente empreendedor do século XVIII que era, criou uma sociedade anônima e vendeu ações que contribuíram para bancar as suas audaciosas empreitadas (o que também mostra uma antecipação aos financiamentos coletivos utilizados hoje em dia pela classe artística). Em Londres, ele mudou-se para o luxuoso bairro de Mayfair, exatamente onde sua rica e culta audiência vivia. Essa atitude é similar à de Hendrix, que, séculos depois, foi a Londres para conquistar o mundo com sua música. Ou ainda, a mudança que diversos compositores consagrados fizeram no século XVIII, quando foram viver em Viena. Para mim, essas atitudes podem ser

resumidas na seguinte sentença: *para acontecer, é preciso estar aonde as coisas acontecem*. Além disso, ele falava latim, inglês, alemão, francês e italiano.

Ele também trabalhou compondo para a nobreza, e sua relação com seus patronos demonstrava uma extraordinária astúcia em lidar com pessoas que tinham o controle financeiro e artístico sobre ele, mas segundo seus próprios termos, comportamento observável nos grandes artistas contemporâneos em suas relações com o *mainstream* musical. Muitas vezes os artistas precisam se sujeitar a uma série de imposições feitas pelas grandes gravadoras para poderem colocar o seu trabalho em circulação. Essa *interferência* na obra do artista pode vir, desde dirigentes executivos até da parte de produtores ou A&Rs.

Tudo isso não impediu que ele fosse esmagado por novas obras e artistas, perdendo público e faturamento, perdendo sua *fortuna*. Em 1741, Händel foi obrigado a desistir da ópera, quando seu novo trabalho, **Deidamia**, resultou em um grande fracasso, e saiu de cartaz após apenas três apresentações (lembrando que outras peças suas haviam permanecido por longas temporadas em cartaz). Porém, ele deu a volta por cima e criou uma obra prima: o **Messias** [HMV 56]. Composta em apenas 24 dias, combinava a sua paixão pela música clerical com a ópera, celebrando o significado de Jesus para a humanidade. Com um texto retirado da Bíblia, e, essencialmente, em inglês, **Messias** era um *oratório*⁷³, um gênero musical narrativo desconhecido no Reino Unido, até então. Ele era uma prova de que textos dramáticos seriam passíveis de encenação em um espaço não teatral, sem trajes ou cenários caros, todos envolvidos por pungentes refrões, mas, acima de tudo, que poderiam ser cantados por qualquer um, o que sugere mais uma aproximação com as canções populares de hoje. Händel percebeu que os britânicos adoravam cantar e utilizou essa percepção como artifício

⁷³ Obra musical originada no Séc. XVI, composta para solistas vocais e coro, com acompanhamento instrumental, a partir de textos bíblicos, apresentada de forma despojada, embora, em princípio, envolva cenários, figurinos e ações (BURROWS et. al., 2013).

criativo. O coro de “Aleluia”⁷⁴ é a peça central desse oratório. **Messias** é uma das obras mais emblemáticas desse artista. Nesse exemplo, vejo-o como um dos primeiros criadores de *hooks* musicais da história, ou de um *riff*⁷⁵ *primitivo*. Um *hook vocal* deve ser cantado com força, vigor e enfrentamento, resultando em um poderoso ciclo de mantra sonoro que se repete e empodera à cada nova repetição. “Aleluia” representou um poderoso refrão inclusivo, feito para canto coral, que conseguiu criar uma malha energética que se imantou em cada repetição e soma de vozes. Os oratórios eram mais baratos de produzir do que óperas, o público achava-os respeitáveis e edificantes e, neles, Händel poderia experimentar livremente. Essa é mais uma demonstração de sensibilidade musical e, acima de tudo, empresarial, que deram a este primitivo *e-producer* um ponto de virada, de volta ao sucesso. Ele enfrentou uma série de fracassos e, diferente de muitos músicos, inclusive contemporâneos, que não conseguem mais emergir, se reinventou com força e glória.

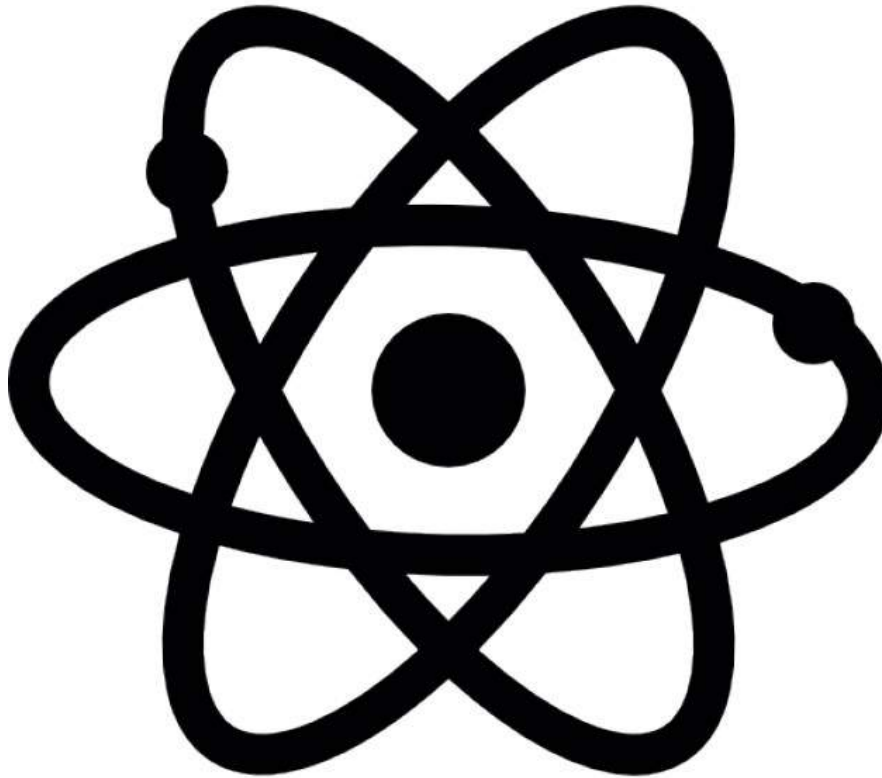
Agora já possuo elementos suficientes para explicar, de forma articulada, os conceitos de *mitologia musical* e *artista total*. Inicialmente, uma das principais motivações dessa tese consistia em investigar e procurar compreender como os artistas contemporâneos têm se movido para cativar seus fãs e construir uma imagem aurática sobre suas *personas* musicais. Em um mundo volátil, a estabilidade mítica torna-se um desafio de grandes proporções, uma vez que o mito pretende ser estável, e ser estável, em um mundo instável, parece incompatível. Como demonstrei anteriormente, a realidade mitológica é um todo orgânico, reativado permanentemente por uma repetição que eterniza o presente. Esse princípio constituinte do mito permanece atual na *mitologia musical*. Proponho conceituar a *mitologia musical* como sendo a construção de uma ambiência, de um campo de forças, de um imaginário que cerca o artista musical. Quando comecei a procurar uma forma de representar visualmente o que queria dizer sobre

⁷⁴ Disponível em <https://youtu.be/WYR5TP_Y_JA> Acesso em 21/10/2016.

⁷⁵ Frase musical memorável (melodia) de curta duração, repetida em uma canção, que concentra grande parte da energia da composição (ROOKSBY, 2010).

esse conceito que proponho, a primeira visão que tive foi a da estrutura de um átomo (Figura 14):

Figura 14: Um átomo para pensar a mitologia musical



Fonte: <https://image.freepik.com/icones-gratis/atomo-simbolo-ios-interface-de-7_318-34383.jpg> Acesso em 22/10/2016.

Parto do princípio de que *átomo* significa *indivisível*. Portanto, o primeiro pensamento metafórico que apresento é entender que todo o artista tem o seu *átomo artístico*, isto é, uma unidade indivisível e essencial de essência/projeto que lhe é peculiar e permanece consigo durante toda a vida artística. Esse átomo é composto por um núcleo, e esse núcleo contém a *identidade artística*, isto é, aquilo que faz tal artista genuíno e relevante ser distinto de qualquer outro no universo. Essa identidade é alicerçada na *verdade artística*. No campo musical, foco da minha proposta e análise, tal identidade não se restringe ao som. Ela compreende, também, o projeto artístico conceitual e todo o encantamento construído para enamorar a audiência. Esse conceito é ramificado em diversos segmentos pelos quais o artista avança durante seu curso espetacular. Ainda que um artista possa

apresentar diferentes fases durante a sua carreira, e, inclusive, retomar algumas delas, promovendo uma auto-releitura, essa essência indivisível o acompanhará nos bons e maus momentos, em seus êxitos e em seus fracassos. Nesse espectro, essa responsabilidade diz respeito somente ao artista, não envolvendo a equipe que o acompanha. Cabe, principalmente, a ele, a tarefa de fazer esse núcleo se manter incandescente, brilhante e frutífero. Um produtor musical pode (e deve) auxiliar que esse átomo aflore e se expanda, mas ele é, sobretudo, uma *virtude* enraizada e moldada intimamente pelo artista. Os grandes artistas da história, independente do campo de atuação, sempre possuíram um magnetismo em relevo e, acima de tudo, foram seres de *atitude*, uma das características vitais para gerar interesse, contemplação e espelhamento.

Já li muito sobre *atitude*, mas nunca sobre uma definição dela. Assim, procuro contribuir com uma conceituação. A *atitude* consiste na coragem para propor novos olhares sobre o mundo, agir e atuar de acordo com seus próprios ideais, mesmo que esse comportamento represente ir contra os sistemas vigentes, crenças, moral, costumes e comportamentos culturais. Ter *atitude* significa levar a *verdade artística*, a autenticidade, e o poder de mudança, a níveis estratosféricos, às últimas consequências, não tendo medo de viver intensamente aquilo em que se acredita, ou até, de dar a vida por esse ideal. Ter *atitude* é não se acomodar, nem consigo, nem com o mundo. É se fazer notar como presença marcante, visceral, perturbadora, misteriosa e fantástica. E ser ardentemente notável. Quando o ser mitológico entra em um ambiente, seja em um *show*, ou uma festa, seja em qualquer aparição pública, sua *atitude* emana um campo de força energético-hipnótico, exalando feromônios espetaculares. A *atitude* é o principal combustível que incendeia a audiência. Isso porque essa *atitude* corresponde, em grande parte, ao modo de agir dos mitos e heróis, seres com poderes sobre-humanos, que fazem coisas que os mortais não podem fazer. Por esse comportamento, servem, tanto como pontos inspiracionais, como geradores de admiração, encanto e respeito, contemplados com a distância segura que um espetáculo pode proporcionar. Geram aderência e repulsa, estranhamento e entranhamento. O fã não precisa passar pelos

enfrentamentos que o mito encara para ser mito: podem viver com ele, celebrando suas glórias em segunda mão. Não custa lembrar, e não é preciso repetir em detalhes, que à minha exposição sobre a *atitude*, soma-se o detalhamento levantado por Morin (1989) referente às estrelas, uma vez que esse universo foi herdado pelo campo musical contemporâneo.

Se o fã não tem a capacidade e a coragem para viver intensamente, o ídolo pode fazê-lo por procuração, oferecendo exemplos edificantes embalados e entregues mediante sua arte. Na coragem do ídolo imortal, o público apaixonado ganha coragem para sua frágil mortalidade. Na ausência de um projeto de vida, vive o projeto do artista. Os heróis de agora, os novos deuses, não são entidades sobre-humanas que habitam os céus. São entidades mítico-espetaculares de carne e osso, que habitam a terra. Como todo herói, o mito musical tem uma lição de força e determinação para ensinar. Se, antes, os mitos ancestrais procuravam dar conta da cosmogonia e servir como explicação para fenômenos não compreendidos pelo homem, os mitos musicais, agigantados pelo hiperespetáculo e pelas tecnologias do espetáculo, fornecem modelos de conduta, mensagens de força e positividade, ou tons críticos e reflexivos, para que sua audiência encontre nesse coro de tons, notas e textos cantados, razões para amar, viver e vencer.

A segunda metáfora envolvendo o átomo serve para pensar a mitologia musical. Visualizo o núcleo do átomo como sendo o artista e todas as suas emanções simbólicas e materiais, amplificadas por seu projeto de A&R, e de todo o ecossistema hiperespetacular que o cerca, incluindo o empoderamento resultante da tecnologia. Em vez de prótons, nêutrons e elétrons, percebo a representação de movimentos desses vetores citados como um campo gravitacional pelo qual orbitam as emanções simbólicas e materiais que brotam do núcleo, as interfaces entre o artista, a mídia e o público, e todo o inventário de subjetividades, afetos e percepções estéticas que envolvem o referido artista. Essa é a ambiência aurática que reveste o imaginário mítico-musical.

Seguindo a estrutura dos mitos, aplicada ao campo artístico, ao mesmo tempo em que se revela ao público, o artista deve preservar um manto de mistério que imantará a sua mitologia, despertando atenção, curiosidade e interesse. O próprio fato de ter *atitude* já injeta alta carga de adrenalina nessa equação. Se, hoje, principalmente em função das conexões digitais que aproximam artistas e fãs, o artista tudo revelar, abrirá espaço para que sua construção espetacular seja desnaturalizada, tornando-o mortal, e portanto, vulnerável, passível de desvendamento e destruição. A construção da mitologia musical parte de um projeto artístico base, de uma identidade nuclear que, através de atos e efeitos, vai sendo forjada ao longo do tempo, construindo sua aura como algo divino e nato, algo naturalizado. Ela pode ser pensada como um mantra arquitetado a ser seguido. Também é possível imaginá-la como um posicionamento mercadológico, isto é, uma projeção que visa gerar uma percepção controlada e determinada do público sobre o artista.

A maioria do público não compreende muito bem como as carreiras artísticas se estruturam. Como demonstrei, o *tripé virtuoso* ajuda a elucidar essa construção, assim como o modelo proposto do *artista total*. Quando algum astro começa a brilhar e se fazer notar, a massa da audiência tem duas percepções observáveis sobre o seu florescimento artístico. Nesse prisma, o nascimento será avaliado pelo público segundo dois caminhos: no primeiro, ele surge como uma figura mágica, poderosa e sedutora, que *aparece* como que por encantamento, brotando no campo espetacular, miticamente naturalizado; no segundo, o público tem certa consciência sobre sua trajetória de formação, sendo essa visão pautada nos preceitos da *jornada do herói*. Mesmo que o público desconheça essa teoria, ele será guiado pelo artista para torná-lo reconhecido como um guerreiro poderoso e audacioso, que usa a sua arte para narrar seus feitos artísticos-heroicos; essa caminhada deve soar digna e magistral, caso contrário, pode-se vender a ideia de o artista ser um impostor oportunista que não tem o direito de alcançar o panteão das estrelas, não passando de uma construção barata e desprovida de traços divinos.

O *tripé virtuoso da extensão musical* auxilia a equalizar a *verdade artística*. Cada artista se transforma em uma lente que ajuda o público a ler o mundo, e em uma bússula que orienta o caminho do viver, além de se converter em um vetor ideológico que pauta os valores e a cultura. Independente de como o mito musical é construído, sua afirmação ocorre sempre nos ritos de repetição. Lembre-se, por exemplo, o já citado caso da minha banda Titânio, que se auto-proclamava como *a maior banda de rock pesado do sul do país*. Essa frase era constantemente repetida como um poderoso construtor de imagem mítica. A repetição é o cimento que naturaliza o mito. Para que haja aderência dos fãs, o discurso deve corresponder à prática, a promessa deve ser entregue, a redenção deve ser alcançada. No campo musical, os rituais de mitificação não se resumem, como poderia se pensar, em apresentações ao vivo. A audição de um álbum de forma imersiva, um poster colado em uma parede, o colecionismo de objetos, a visualização de um videoclipe, leituras de material publicizado pela mídia, todas essas modalidades são interfaces ritualísticas, pontos de contato estendidos que conectam os fãs aos seus seres idolatrados. O ser mítico-musical vai procurar lançar todos os seus tentáculos para seduzir e capturar seus súditos. Esses tentáculos, essas interfaces, buscam capturar e, ao mesmo tempo, conectar, produzindo uma corrente circulatória, através da qual fluirá uma energia retroalimentada entre o artista e seu público.

À medida em que a carreira musical se consolida, e o mito se solidifica, por ser um *ente de atitude*, o público tende a lê-lo como uma construção sacrificial ou como aquele que, além disso, é dotado de um talento divino, inexplicável e incompreenssível, presenteado pelos deuses. A canonização artística ocorre pelo sacrifício. Aquele que mata o *eu* para viver o *duplo* artístico entrega ao público o seu bem mais precioso: a sua vida. Talvez por não suportar tamanha entrega, muitos artistas se suicidem, ou morram de *overdose* de drogas, esmagados pelo peso de seu duplo avassalador. Outros podem vir a enlouquecer em função dessa troca de *personas*, ou se sentirem inferiorizados e diminuídos pelo seu *duplo*. Ao mesmo tempo que ser uma estrela transforma o ser mítico-musical em um ímã que atrai todo o tipo de atenção, provoca um efeito contrário no artista,

transformando-o em um polo repelente de atenção, amando e odiando seu público, simultaneamente. Por não ser mais mortal, não pode levar uma vida mortal. Por não poder mais levar uma vida mortal, vive aprisionado em sua ambiência mítica. Se desrespeitar a lógica interna de seu personagem, corre o risco de sucumbir, de ver sua estrela esmaecer. A vida mítico-espetacular é uma ciranda estratégica que alia negócios, tecnologia e emoção.

O *artista total* é aquele que faz uma *entrega total à sua arte*. Ele não precisa, necessariamente, ser *pop*, vender muitos álbuns ou reunir multidões em um estádio para assisti-lo atuando. O conceito pode ser aplicado a qualquer estilo musical. O *artista total* é um grande somatório de renúncias, preparo e empenho. Comparando com os recortes históricos que selecionei e identifiquei, e tendo bem claro que eles são apenas alguns dos muitos capilares de um processo em constante formação, imagino-o multi-facetado, como Da Vinci, *peruqueiro* como Handel e Mozart, construído sobre o *tripé virtuoso da extensão musical* como Hendrix, Du Pré e Davis, repletos de *atitude e verdade artística*. A arte que produz é pautada pela *obra de arte total* de Wagner. Em um mundo pós-moderno repleto de mestiçagens, releituras e colagens, a diversificada paleta de caminhos, referências e materiais existentes oferece ao *artista total* um campo fértil para colheita criativa. Ele se utiliza de todos os recursos disponíveis, artísticos, técnicos e tecnológicos, para empoderar a sua saga sonora e mítica. Aliás, assim como ele é um *duplo* de si, precisa construir a sua carreira também como outro *duplo* conjugado: de um lado a sua arte, e de outro, a sua figura mítica. Ele tem um projeto artístico sólido, e todos os desdobramentos futuros serão construídos a partir e sobre esse projeto. Ele não deve cair na armadilha de ser soterrado por uma entropia de possibilidades, mas aprender a trabalhar em limites que forcem uma criação consistente. A mesma abundância de materiais e recursos que o alimenta, dificulta a sua permanência.

O projeto tem uma relação de semelhança estrutural com a literatura, pois, como em um romance, existe um cenário, personagens e a sua própria *persona*, o seu *duplo*, que devem obedecer a uma lógica interna para que sua construção mítica atue de forma coerente, sedutora e convincente.

Durante sua trajetória, ele se moverá pautado por esse limites narrativos e vai encarar a sua carreira como um *romance vivo*, com coragem para mudar quando preciso, mas permanecendo fiel ao seu *átomo essencial*. Se a sua vocação for perpetuar uma repetição constante, precisa ser cauteloso para evitar que o tempo apague a sua chama pela falta de novidade. Digo que a carreira mítico-musical é um romance vivo, pois ela permanentemente influencia e é influenciada pelas leituras *do mundo para si, de si sobre si, e do mundo sobre o mundo*. Como um tecido vivo, adapta-se, cresce, adocece, fere-se, cura-se e aprende a se defender das ameaças naturais. Cabe ao *artista total* a capacidade de filtragem, codificação e canalização desse todo orgânico que será convertido em néctar para alimentar a sua jornada aurática, o seu séquito e a sua obra. Se toda a narrativa mítica for bem construída, tenderá a se perpetuar após a partida do artista, revivendo no coração de novas audiências mediante uma repetição propagada pela mídia, por seus herdeiros, ou pelos fãs. Esse prolongamento existencial pós-morte terrena pode se dar tanto de forma internacional, como em pequenos nichos locais de consumo mítico.

Se, como defini, linguagem é ideia em forma de expressão, cabe ao artista traduzir o mundo em sua linguagem artística e devolver o produto dessa tradução em forma de artefatos de transformação e adoração. Se o projeto artístico gera aderência, é porque está comunicando, mesmo que o produto dessa comunicação possa ser considerado pelos críticos como fraco, mediano ou não merecedor de tal apreço. Wainberg (2015) propõe pensar que o espetáculo é um *meio soft* para se discutir *conteúdo hard*. Embora a observação seja eficaz, acho prudente ampliá-la. Diria que a relação entre forma e conteúdo pode se dar, não apenas na relação *soft/hard*, como também *soft/soft* e *hard/hard*. Alguns *shows* são espaços de conflito e embate entre artista e público, como aponta Silveira (2014), sendo, portanto, exemplos *hard/hard*. Outros são casos de mero entretenimento despretencioso, sem almejar nada além da diversão, o que pode ser classificado como *soft/soft*. Essa avaliação de forma e conteúdo é sempre ligada ao projeto artístico e a negociação estabelecida entre o artista e seu público.

Como o maior bem produzido por um artista musical diz respeito ao seu repertório, conceito, agora, uma transformação que percebo ao longo do tempo no que tange à análise das canções. Volto a recorrer a alguns teóricos para explicar porque entendo as canções contemporâneas como *adversongs*.

3.15 ADVERSONGS: DA MÚSICA À PUBLICIDADE E DA PUBLICIDADE À MÚSICA⁷⁶

Ao buscar-se no dicionário (LARROUSSE, 1992, p. 920) o senso comum para publicidade, encontra-se as seguintes definições: “Caráter do que é feito em presença do público. Notoriedade pública. Conjunto de meios empregados para tornar conhecido um bem ou serviço, visando seu sucesso comercial. Atividade profissional que se dedica a esse fim”. O mesmo dicionário diz que publicitário é aquele que trabalha em publicidade. Complementando (*idem*, p. 911), o significado de propaganda é compreendido como a “divulgação de ideias ou informações cujo conhecimento público interessa ao divulgador”.

A história da publicidade e propaganda é rica e detalhada, e não irei entrar em suas particularidades. Porém, alguns pontos chave devem ser mencionados para formatação do conceito que irei propor. Martins (2004) afirma que a publicidade nasceu quando alguém disse para outro alguém que possuía alguma coisa a oferecer, quer seja um produto ou um serviço. Já a propaganda visa vender um conceito/ideia. O autor ajuda a compreender esse processo partindo de alguns marcos históricos. Para ele, propaganda pode ser entendida, ainda, como um ato de semeadura, isto é, de plantio e posterior colheita. Estabelecendo quatro pontos didáticos para pensar a história da propaganda de forma resumida, inicio afirmando que o termo *propaganda* começou a ser difundido no raiar do Século XVII, a partir de uma organização criada pelo Vaticano para propagar a fé católica. Se a Igreja

⁷⁶ Texto parcial apresentado no XIII Seminário Internacional da Comunicação. Porto Alegre: PUCRS, 17-19 novembro, 2015.

Católica deu um pontapé inicial para a propaganda, o já citado Joseph Goebbels, ministro das comunicações do Terceiro Reich, aparece como peça chave em um segundo recorte histórico: ele a sedimentou com a divulgação e consolidação das ideias nazistas de Adolf Hitler para o povo alemão, na primeira metade do Século XX, através de métodos e técnicas sistematizadas de produção e difusão de mensagens para grandes audiências. O terceiro grande momento da publicidade pode ser localizado após a IIª Guerra Mundial, na segunda metade do Século XX, quando os meios de comunicação de massa eletrônicos (rádio, cinema e televisão) começaram a atingir uma gama considerável de pessoas em larga escala. O quarto e último (até então) estágio é o atual, calcado nas comunicações digitais conectadas em rede e amplificadas pelos dispositivos móveis de comunicação.

Sampaio (2003, p. 23) aponta a publicidade como catalisadora das ações humanas, ao afirmar que ela “(...) seduz nossos sentidos, mexe com nossos desejos, revolve nossas aspirações, fala com o nosso inconsciente, nos propõe novas experiências, novas atitudes, novas ações”. O autor (idem, p. 26) define, ainda, o termo como “(...) a manipulação planejada da comunicação visando, pela persuasão, promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza”. Em resumo, estabeleço compreender a *propaganda* no campo das ideias, e a *publicidade* no campo do consumo.

Apontados os fundamentos da publicidade, volto minha atenção para um de seus instrumentos: o *áudio publicitário*. O primeiro ponto a ser definido diz respeito a uma categorização (PALUDO, 2009) comumente utilizada por produtores musicais dentro do campo do áudio publicitário que visa diferenciar as peças musicais compostas com finalidade publicitária e aquelas que acabam exercendo esse papel por uma apropriação *a posteriori*. O áudio publicitário é também comumente chamado de *áudio funcional*. Ele recebe essa classificação pois, obrigatoriamente, tem um papel a cumprir: o de vender algo. Nesse campo, todo som é uma negociação. O áudio publicitário pode ser utilizado tanto para vender um produto, quando para propagar uma ideia. Em oposição, a outra faceta é denominada *áudio artístico*. Ainda que o áudio artístico seja um produto obviamente vendável

(intérprete e compositor podem vender a sua obra gravada, ou sua partitura editada, mediante acordos de licenciamento musical), a sua gênese tem como propósito uma criação declaradamente artística. Mediante permissão e acordos comerciais de licenciamento, a composição artística poderá acabar sendo utilizada como elemento publicitário (ou propaganda), *a posteriori*.

Já que a publicidade tem no seu bojo uma obrigação de vender, e a arte, embora também deva vender (uma vez que o artista profissional é aquele que vive da sua arte, diferentemente de a arte ser um passatempo), tem uma pressão aparentemente menor nesse sentido, ela pode ser vista como mais livre em relação ao fazer publicitário. Dentre os produtos pertencentes ao universo do áudio publicitário, um dos mais conhecidos é o *jingle* (PALUDO, 2009). Para compreender o *jingle*, primeiro se faz necessário retomar o conceito referente à *canção*. Como defini antes, uma canção é uma composição autoral musical que possui os seguintes elementos fundadores: uma letra (o texto a ser cantado); uma melodia (as notas que ancoram o texto, executadas de forma horizontal, linear e sequencial, através do canto); e uma harmonia (conjunto de progressões de acordes musicais que ancoram a melodia e dão sustentação à obra musical). Toda a canção criada, *a priori*, com finalidade publicitária (isto é, *funcional*) é chamada de *jingle*. Dentro do meio do áudio publicitário, existe uma área que tem crescido consideravelmente nos últimos anos denominada de *music branding* (equivalente à utilização de músicas associadas à gestão de marcas). O *branding* é um campo da publicidade que se ocupa de todos os esforços de comunicação e *marketing* necessários para a criação, gerenciamento e manutenção de uma marca. Guerra (2013, p. 45) aponta que

(...) a música tem o poder de provocar associações. Como uma ponte mágica, longa o bastante para conectar territórios bem distintos entre si, a música é capaz de construir e dar sentido aos mais diversos tipos de laços, mesmo aqueles tidos como impossíveis ou improváveis, (...) laços que criam e reforçam associações entre consumidores e marcas, numa relação de troca que gera valor verdadeiro para ambas as partes.

Esse poder de conexão vem de longa data. Castanheira e Coelho (2012) lembram da importância que os sinos desempenhavam na Idade Média, como signos sonoros associados ao comportamento humano, seja para sinalizar o culto litúrgico, como o chamada a uma reunião emergencial, ou anúncio de algum momento de perigo para a comunidade. Isso ocorria, porque, desde os tempos primitivos, o homem aprendera a utilizar a audição como instrumento de localização e sobrevivência, fugindo de eventuais predadores e encontrando caças potenciais para sua alimentação. Se, como apontado anteriormente, a Igreja Católica contribuiu para a propaganda de modo geral, parece ter igualmente contribuído para a utilização do som como ferramenta publicitária no badalar de seus sinos litúrgicos.

Os *jingles* contemporâneos seguem a estrutura básica da música *pop*, ou seja, melodias de fácil compreensão, letras simples, refrão marcante (muitas vezes o próprio nome do anunciante ocupa essa posição, atuando como um *hook* publicitário) e repetição (como sempre, a repetição constrói o mito, nesse caso, a mitologia da marca, ou seja, sua ambiência de sedução). O estilo musical adotado dependerá de uma série de fatores, como conceito da comunicação, público alvo e tipo de produto/serviço/conceito anunciado. Sergl (2010, p. 221) afirma que,

(...) ao analisarmos o *jingle*, precisamos ter em mente que a propaganda lida com elementos do tempo e do espaço na medida em que reúne passado, presente e futuro. O passado fixado na memória, o presente implícito na observação e o futuro na imaginação.

Se o ápice da música popular é o refrão, isto é, um trecho curto que se repete e que, normalmente, contém a ideia central da canção ou sua temática evidenciada, Sergl (2010, p. 229) lembra que “o *jingle* criativo, de real musicalidade, leva o nome do produto a ser repetido inconscientemente, na medida em que todos cantam a melodia que se fixa na memória”. Essa repetição, enquanto forma de prazer e aprendizado já era percebida por Aristóteles, quando ele relatava que a tendência para a imitação era instintiva no homem desde a infância. Como afirma Aristóteles (2003, p. 30), o homem

“(...) distingue-se de todos os outros seres, por sua aptidão muito desenvolvida para a imitação. Pela imitação adquire seus primeiros conhecimentos, por ela todos experimentam o prazer”. Deste modo, o *jingle* convida o ouvinte a entoar repetidamente o mantra de sua mensagem publicitária, seja mental ou verbalmente, mimetizando a sua mensagem. *Ouvir* diz respeito ao estímulo sonoro. *Escutar* refere-se à produção de sentido. O *jingle* deve se fazer ouvir e escutar.

Piratininga (1994) afirma que a civilização industrial se desenvolveu à medida em que todas as formas da atividade criadora foram gradativamente subordinadas à racionalidade instrumental e à necessidade de acumulação de capital. A criatividade artística foi, progressivamente, colocada a serviço do consumo. Os impulsos mais elementares do homem, gerados pela necessidade de se auto-identificar e de se situar no universo, sempre foram forças motrizes do processo criativo. Tendo em mente que o ser humano é um ser cada vez mais imerso em um universo simbólico, o fazer artístico tem a capacidade de emoldurar em simulacros de realidade um conjunto de emoções e sentimentos. Simulacros pois, como visto, a obra de arte sempre é uma aproximação selecionada de aspectos da realidade que busca espelhar e transmitir leituras sobre essa realidade. Se a arte reveste de valores simbólicos os objetos do mundo, o mesmo fazem a publicidade e a propaganda com os produtos, serviços e conceitos que ajudam a construir e fazer reverberar.

Piratininga (1994) provoca uma discussão sobre o valor artístico da publicidade, ao colocar em relevo uma semelhança importante: tanto a obra de arte, quanto a publicidade, nunca querem só representar, e sim, possuem em sua essência, a persuasão. Se a publicidade é massiva, a arte também pode ser. E esse processo, conforme elucidei, é planejado e nada ingênuo. Como aponta o autor (idem, p. 60), “acreditar que toda manifestação da arte seja produto de uma total espontaneidade em seu conteúdo e forma e que, por isso, as manifestações artísticas da sociedade de massa seriam menos arte, é mais do que ingenuidade”. O já referido Andy Warhol, um dos principais expoentes do movimento *pop art*, aproximou a arte da publicidade,

e a publicidade da arte. Na década de 1960, nos Estados Unidos, como resgata Honneth (2004, p. 23), "(...) cinema, *design* e publicidade pertenciam ao ambiente cultural, tal como os hambúrgueres e a Coca Cola". Se o movimento dadaísta do início do Século XX, que tinha o objetivo de provocar reflexões profundas sobre o fazer artístico, encabeçado por nomes como o de Duchamp, trouxe os objetos do cotidiano para o plano da arte, os integrantes da *pop art* fizeram o mesmo, porém de uma forma mais leve, ainda que igualmente crítica. Nesse cenário, a diferença entre as culturas populares e elitistas se torna rarefeita. A publicidade passa a ser um dos temas preferidos do movimento. A *pop art* celebra a sociedade de consumo, apresentando um traço ambivalente de crítica e elogio, simultâneos. (PALUDO, 2010).

O consumo na *pop art* era encarado como meio para se obter prazer. Ainda que, em muitos momentos, ela provocasse uma reflexão crítica sobre o consumo e a arte, artistas como Warhol gostavam muito de consumir e serem objeto de consumo, quer seja midiático, quer seja de suas obras. Segundo Strickland (2004, p. 175),

Warhol pegava seus temas nas prateleiras de supermercados e nas manchetes de tablóides e apresentava uma produção de massa com imagens de Marilyn Monroe ou de latas de sopa Campbell, numa espécie de linha de montagem, repetindo a imagem por meio de *silk-screen*. As imagens populares trouxeram a arte para fora dos museus.

Quando, por exemplo, Warhol retratou as latas de sopa Campbell, ele promoveu um nó na discussão sobre fronteiras envolvendo arte e publicidade, uma vez que o trabalho passou a desempenhar um papel simultâneo nos dois mundos, dificultando o delineamento de onde começava um e terminava o outro. Johnson (2012) afirma que as formas mais depreciativas de diversão em massa tem um valor muito relevante para a construção simbólica do mundo. Como indica (idem, p. 17), "na maior parte das vezes, as críticas que levam a cultura *pop* a sério realizam algum tipo de análise simbólica, decodificando a obra para mostrar de que maneira ela representa algum outro aspecto da sociedade". Warhol (2008, p. 109)

também pensa assim: “Sempre gosto de trabalhar com restos, fazer as coisas de restos. Coisas que foram jogadas fora, que todo mundo sabia que não prestavam, eu sempre achei que elas tinham um grande potencial (...)”. Nesse caso, potencial de ressignificação.

Se a publicidade começou a se fundir com a arte, ambas também se uniram à indústria do entretenimento. A essa fusão, deu-se o nome de *advertainment*, isto é, a junção de *advertising* (propaganda) com *entertainment* (entretenimento). Conforme Russell (2007), este casamento contribuiu para auxiliar o *branding* (gestão de marca) das empresas anunciantes. Isso me inspira a pensar que, hoje, o A&R desempenha um papel de *musical myth branding*, isto é, da gestão mítica da marca dos artistas. O *advertainment* tem crescido, principalmente, em reação ao excesso de mensagens publicitárias veiculadas em diversos meios (tradicionais ou não), à escalada dos custos de publicidade e à perda de potência e eficácia reduzida de mensagens publicitárias tradicionais. Os consumidores estão exponencialmente mais expostos a mensagens comerciais mas, ao mesmo tempo, tornam-se mais resistentes e acabam encontrando novas maneiras de evitá-las. Levando em conta que, por décadas, a televisão foi a grande vitrine de exibição de anúncios, à medida que a convergência entre ela e a internet cresceu, os consumidores foram ganhando cada vez mais controle sobre o que ver e quando ver. Hoje, os anunciantes estão atentos para alternativas como o entretenimento de marca dentro de programas, patrocínios de programas, publicidade interativa durante os programas, anúncios em vídeo *online* e, também, para a técnica de *product placement*, que consiste em inserir os produtos e serviços como integrantes da narrativa de filmes, series, novelas, *games* e outros produtos midiáticos.

Majerol (2011) acredita que a volta da inserção narrativa da publicidade, a que se assiste atualmente, seja uma volta aos clássicos, uma vez que, no rádio e na televisão da década de 1950, já era comum produtos serem utilizados como nomes agregados a títulos oferecidos pela programação, como por exemplo, "Colgate Comedy Hour" ("Hora da

Comédia Colgate”) ou a “Texaco Star Theater” (“Teatro das Estrelas Texaco”). Agora, porém, em muitos casos, a narrativa já é planejada, desde o início, pensando nas possíveis associações de produtos que podem figurar durante a trama. As marcas viram co-autoras e a esse processo dá-se o nome de *branded content* (conteúdo de marca). A explicação para essa volta ao passado pode ser justificada diante da saturação pelo excesso de mensagens publicitárias despejadas sobre o público, fato que gera resistência e rejeição. A audiência, empoderada pela facilidade atual de fuga das paradas obrigatórias narrativas geradas pelos intervalos comerciais, e cansada das ofertas tradicionais dos anúncios, acaba procurando conteúdo em outras fontes menos poluídas de reclames ou, simplesmente, outras propostas de diversão. Majel (2011) percebe um forte crescimento da utilização de *product placement* com apelo de *advertainment* na indústria musical, relatando que, no ano de 2010, esse valor já beirava a casa dos 20 milhões de dólares. O videoclipe (discutido a seguir), converte-se em uma nova vitrine para expor produtos. A diferença básica do *advertainment* para o *product placement* é que o primeiro procura ser mais sutil e menos explícito e agressivo do que o segundo.

Nesse segmento, discuti conceitos relacionados à arte, publicidade, áudio publicitário e fusões entre arte, narrativa e propaganda. Diante do exposto, proponho um novo conceito que denomino de *adversongs*, isto é, a junção entre *advertising* e *songs* (canções). Pelo que foi visto até então, fica claro que, desde a segunda metade do século XX, publicidade e propaganda e arte caminharam juntas, em uma relação dialógica. Ao observar-se a vida dos compositores eruditos de séculos passados, vê-se que suas canções e composições sempre estiveram a serviço de seus mecenas. como pode ser constatado, por exemplo, na afirmação de Bach, ao dizer que “o objetivo de toda a música devia ser a glória de Deus” (THOMAS; THOMAS, 1965, p. 9), ou Mozart (idem, 1965), que compôs diversas peças sob encomenda para a nobreza. Pode-se incluir, ainda, os exemplos que apresentei sobre os trabalhos de Händel. Se a música sacra de Bach tinha como objetivo glorificar a Deus (e ao anunciante que contratava Bach, isto é, o clero), e se os temas de Mozart e Händel visavam divertir a nobreza (e, muitas vezes,

também o clero, ambos seus contratantes), não parece possível encará-los como *jingles primitivos*? Se, no passado distante, essa perspectiva poderia parecer nebulosa, no presente, mostra-se mais evidente. Ao prestar-se atenção às letras das canções, observa-se que elas possuem um rico discurso sobre diversos aspectos da vida humana, e que, assim como um conjunto de discursos políticos constrói um político, ou um conjunto de discursos religiosos constrói um sacerdote e uma religião, um conjunto de discursos musicais constrói uma banda, cantor e assim por diante, isto é, constrói o mito musical. Como referi, esse foco, hoje, é dado pelos artistas, em conjunto com os profissionais de A&R.

Para ampliar minhas considerações, apresento alguns recortes ilustrativos. Em 1965, a banda de *rock* Rolling Stones lançou a canção “Satisfaction”⁷⁷ (“Satisfação”), na qual cantava de forma repetida a frase “I can't get no satisfaction” (“Eu não consigo ficar satisfeito”), demonstrando a inquietude juvenil que sempre envolveu o mundo dos jovens, prova da atualidade do tema, que faz sucesso até hoje. Poucos anos depois, Janis Joplin gravava uma de suas últimas canções intitulada, “Mercedes Benz”⁷⁸. Nesse exemplo, o próprio título é o nome de uma marca. Mesmo que com um tom crítico sobre o consumo, assim como no universo da *pop art*, Janis acabou, involuntariamente, por auxiliar na mitologia da marca cantada. O fato de ter sido sua última gravação, deixa o resultado ainda mais sedutor. Tomando um outro caso, cito o DJ Fatboy Slim e sua canção com letra minimalista que repete, durante toda a gravação, única e exclusivamente, a frase “Fatboy Slim is fucking in heaven”⁷⁹ (“Fatboy Slim está fodendo no paraíso”). A letra sugere um leque interpretativo: o artista está tendo prazer infinito com seu trabalho; demonstra estado de êxtase com seu sucesso; canta uma ode hedonista. Ainda que a história da música seja recheada de diversos e variados discursos musicais, os exemplos apresentados dão conta de demonstrar que as obras musicais questionam e exaltam a existência humana. Como aponta Figueiredo (2009, p. 1),

⁷⁷ Disponível em <<https://youtu.be/KzYWTIHqutA>> Acesso em 20/10/2016.

⁷⁸ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Qev-i9-VKIY>> Acesso em 20/10/2016.

⁷⁹ Disponível em <https://youtu.be/XmKJOdRf_3s> Acesso em 20/10/2016.

de Atenas às antenas, muito se sofisticou no processo de persuasão, em especial no discurso publicitário, que bebe de infinitas fontes desde a filosofia, a antropologia, a sociologia, a psicologia, a linguística, a semiótica, a arte, e tem, ainda hoje, entre suas mais poderosas armas, a palavra.

As canções (palavras musicadas) formam o inventário artístico dos músicos, compositores e intérpretes da indústria musical. Elas são uma interface entre o público, as ideias e os compositores e intérpretes. Conforme apresentei, a publicidade, em senso comum, caracteriza-se por um conjunto de meios empregados para tornar conhecido um bem ou serviço, visando seu sucesso comercial. A propaganda constrói ideias. Diante disso, indago: as canções não vendem o discurso artístico? Não são um convite à experiência do espetáculo ao vivo (a obra acontecendo na experiência)? Ser fã é um ato de fé, de crer: fé em um arquétipo, em um ídolo, em uma ideia, em uma ideologia. Como foi visto, a propaganda se desenvolveu através da fé. Da mesma forma, a fé pode se ampliar pela propaganda (no caso, pelas canções). Verifiquei, ainda, que o processo de persuasão publicitária se dá mediante a manipulação planejada da comunicação, visando promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza, e que as produtoras de áudio geram sons que tem por objetivo incrementar vendas. O mesmo não valeria para a indústria do disco (ou do *stream* e *downloads*, atualmente) e suas canções? Nesse sentido, as canções se parecem com as latas de sopa Campbell: uma fusão entre obra e criador, artista e anunciante, publicidade e arte (musical). Se, no passado, a união entre publicidade e canções era feita ao acaso, hoje, diversos artistas da música *pop* já pensam suas composições como gôndolas expositoras como, por exemplo, os artistas brasileiros do movimento *funk ostentação*, que tem letras compostas por um rosário de produtos de luxo exaltados no canto. Se isso invalida o trabalho, é discussão para outro momento. Nesse plano, as fronteiras entre *jingle* e canção também ficam rarefeitas. Isso também ocorre quando elas são *readymades* ressignificados. Como no conto do **Flautista de Hamelin**,

escrito pelos Irmãos Grimm (CONSTANZA, 2011), as *adversongs*⁸⁰ são textos entoados e notas tocadas e trocadas por moedas, atraíndo uma multidão de fãs consumidores. O videoclipe é a nova vitrine, e é para ele que me dirijo agora.

3.16 SOM, IMAGEM, VIDEOCLIFE: A NEO-ÓPERA CONTEMPORÂNEA ENCAPSULADA DO ARTISTA TOTAL⁸¹

Embora essa tese seja sobre mitologia musical, acho interessante pensar o videoclipe. Explico: atualmente, percebo que, quando os jovens tomam conhecimento da existência de um artista que desconheciam, a primeira reação imediata é procurar, não pela música, mas por um videoclipe na internet. Além disso, muitos artistas do passado que já faleceram, encontram, no videoclipe, a sua ressurreição. O videoclipe é um dos tentáculos da obra de arte total do presente. Assim, a imagem em movimento associada ao som, representa um rico território a ser explorado.

O pensamento sobre as imagens acompanha o humano desde tempos remotos. Em um passado muito distante, Aristóteles (2007 [s/d]) pontuava que a alma jamais pensa sem uma imagem. Como exemplo, tem-se o homem primitivo produzindo um dos mais antigos registros dessa natureza humana: as pinturas rupestres, datadas de milhares de anos. Se Aumont (2012, p. 56) explica que “o olhar é o que define a intencionalidade e finalidade da visão”, as motivações da produção das imagens são vastas, desde o registro de pensamento em forma visual, até um discurso que usa a visualidade para persuadir, seduzir e conquistar. Ela pode ser produzida de forma manual (pelo desenho/pintura) ou através de aparatos tecnológicos (sendo chamada de imagem técnica). A imagem técnica é aquela fora do ser, enquanto a imagem mental diz respeito a uma representação/visualização

⁸⁰ Reforçando o conceito, *adversongs* significa pensar que as canções tem potencial de funcionarem como veículos de propaganda e publicidade, sem serem percebidas como tal, devido a uma tênue fronteira existente entre o entretenimento e essas formas persuasivas.

⁸¹ O sub-capítulo apresenta fragmentos publicados anteriormente em PALUDO, Ticiano. “Rammstein: Coração ardente e quebra de fronteiras”. In: *Sonora*. São Paulo: UNICAMP, 2015. n. 10. v.1.

interior e introspectiva. Pela imagem, o homem representa a si, aos outros e o seu mundo real e ficcional. A imagem pode ter valor de representação (quando re-apresenta o real de modo epistêmico), valor simbólico (resultado de uma construção cultural e territorial) ou valor de signo (quando reflete e aponta para algo além de si). A relação estética com a imagem pode ser tanto positiva, quanto negativa. Como afirma Aumont (2012, p. 81), “o espectador constrói a imagem, e a imagem constrói o espectador”. A imagem é a materialização dos imaginários. Hoje, no lugar do mito, colocamos as imagens. Elas são os mitos por substituição. A imagem aciona o homem, como um tótem que é contemplado e emana afetos e agendamentos. Se antes o ídolo (imagem/espectro) mediava a relação do homem com o além, hoje, ele media a relação do homem com o mundo, uma mediação guiada, sobretudo, pela imagem. Porém, cabe lembrar que as imagens não são simbólicas: é o homem quem é simbólico, e é ele o lugar da imagem.

Atualmente, a entropia avassaladora das emanações visuais não impede que as imagens importantes para o homem permaneçam em seu imaginário. Mesmo que se afirme que hoje se vive na era da imagem, de fato, ela sempre povoou, intrigou e encantou a mente humana. Se, na era primitiva, o homem dominava pouco a técnica de produção, manipulação e representação, com o passar do tempo foi desenvolvendo uma grande aptidão nessa tarefa. A imagem sempre fascinou a humanidade. Griffiths (2010) aponta a existência de uma preponderância de imagens fantásticas, sobrenaturais, fantasmagóricas, miraculosas, divinas, satânicas ou perversas encontradas na Arte Medieval, que sugerem o interesse de artistas e público pela capacidade das imagens em possuírem um caráter mágico e devocional. Ao longo do tempo, os pintores foram aprimorando suas técnicas de construção narrativa através do domínio da linguagem da pintura, conseguindo produzir imagens ficcionais críveis e realistas. Tais técnicas são passíveis de comparação com a dos efeitos especiais presentes nos filmes cinematográficos de hoje. Para Tietzmann (2010), os efeitos visuais podem ser definidos pelas técnicas que utilizam e pelas demandas que atendem. O autor (2010, p. 31) afirma que é possível pensá-los como “(...) uma idéia de substituição que envolva a troca da captação de imagens de uma maneira

mais direta por sua reconstrução artificial através da reconstrução de uma ou mais técnicas específicas”. Em outras palavras, mais um exemplo de tecnologias do espetáculo. Como Griffiths defende, uma análise comparativa entre os efeitos especiais do cinema com uma dezena de imagens produzidas entre os Séculos XII e XVI pode fornecer um panorama das representações do espetacular, do divino, do grotesco, do mágico e do tabu, ou seja, da ânsia do humano em tornar o fantástico e o sagrado visíveis. O mesmo ocorre nos videoclipes. Os espectadores de ambos os períodos foram convidados a acreditar (em um ato de fé) na veracidade ou na existência da imagem, ao mesmo tempo em que tinham plena consciência de que o nascimento dessa imagem era fruto do trabalho de um artista (ou de um milagre). Um exemplo que tomo para ilustrar o exposto é a obra **As tentações de Santo Antônio** (1495-1500), do pintor holandês Hieronymus Bosch, que pode ser observada na Figura 15:

Figura 15: **As tentações de Santo Antônio** (Bosch, 1495-1500)



Fonte: Reprodução.

Os trabalhos de Bosch apresentam uma vivacidade evidente. Suas telas são recheadas de detalhes que produzem uma narrativa inquietante e misteriosa. Almeida (2008) comenta que a obra (Figura 15) baseia-se na lenda de Santo Antônio: depois de dar aos pobres o dinheiro que arrecadara

com a venda de seus bens, o santo se retira para uma fortaleza egípcia em ruínas no deserto, a fim de meditar sobre as palavras do Cristo, e levar uma existência piedosa. Logo, porém, os demônios – os pecados da vida pregressa – surgem para tentá-lo com visões lascivas ou apavorantes, pondo à prova a sua fé indômita e, no final, vencedora. Strickland (2004, p. 41) lembra que os surrealistas elegeram Bosch como seu santo padroeiro: “Os artistas modernos exploraram o imaginário irracional dos sonhos, mas não chegaram a superar a bizarra imaginação de Bosch. (...) Imagens grotescas habitam suas estranhas, perturbadoras paisagens”. A autora (idem) lembra, também, que a obra de Bosch demonstra que a humanidade, seduzida e corrompida pelo mal, deveria sofrer consequências catastróficas.

Úbeda (2004) entende que, assim como Da Vinci, o surrealista Salvador Dali sempre acompanhou o desenrolar da ciência (física, matemática, psicanálise), servindo-se delas para elaborar a sua obra. Um exemplo pode ser observado em **A persistência da memória** (1931)⁸², na qual os três relógios que a compõem simbolizam diferentes ritmos de vida ocupando um mesmo espaço. Dali, que havia se fascinado pela teoria dos sonhos de Sigmund Freud, dizia que trabalhava mais quando estava dormindo, e que suas melhores idéias nasciam em seus sonhos. Assim, suas pinturas tem como objetivo transformar em imagens o inconsciente submerso revelado pelas teorias de Freud (sua referência maior). Representam, também, um intercâmbio das fronteiras da psicanálise, da arte, da física e da matemática.

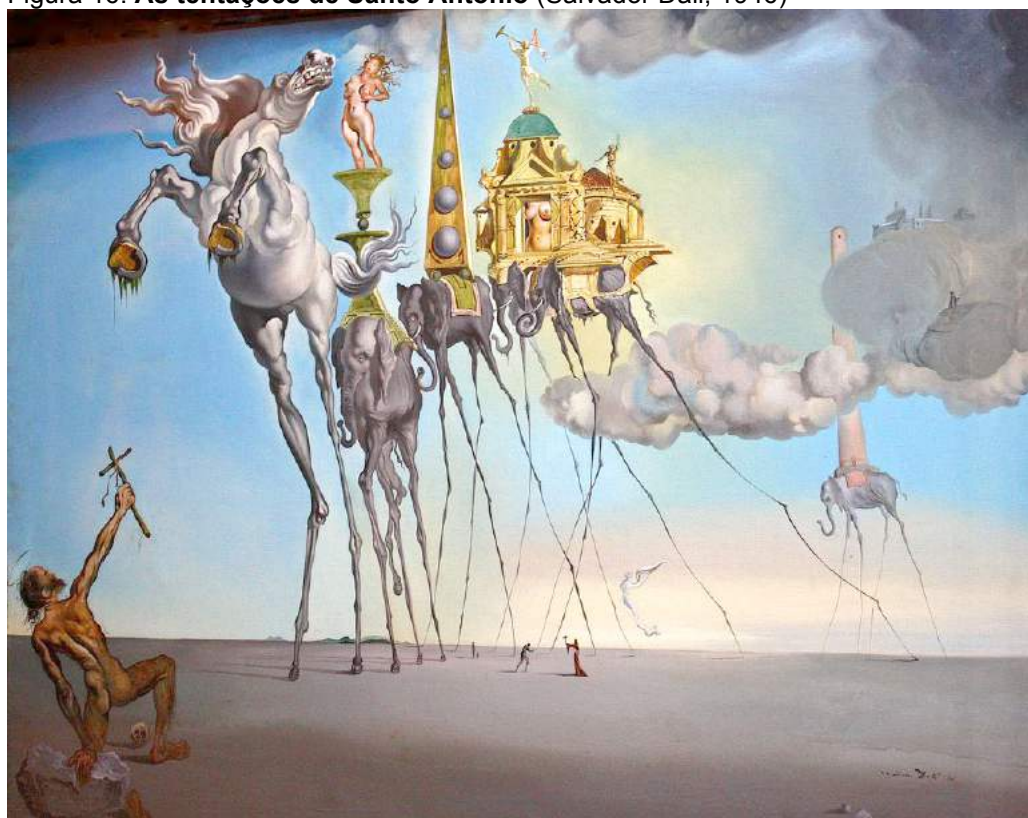
Úbeda comenta, então, que os surrealistas colocaram o pragmático, e o realismo em cheque. O surrealismo se abriu como um território para a experimentação. Nesse universo, no qual os sonhos emergem e tomam forma, Dali também produziu a sua leitura sobre **As tentações de Santo Antonio**, como pode ser visto na Figura 16. Tem-se aqui dois olhares sobre o mesmo tema, o de Bosch e o de Dali. Como lembra Kuhn (2013, p. 78), “o

⁸² Mais informações em <<http://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2012/01/07/903289/conheca-persistencia-da-memoria-salvador-dali.html>> Acesso em 08/08/2013.

que um homem vê depende tanto daquilo que ele olha, como daquilo que sua experiência visual-conceitual prévia o ensinou a ver”.

Bosch e Dali utilizaram suas técnicas como uma espécie de efeito especial primitivo, isto é, como instrumentos que conseguem romper a barreira do real e transportar o espectador para o campo do espetacular, planificando uma imagem mental em uma imagem pintada.

Figura 16: **As tentações de Santo Antonio** (Salvador Dali, 1946)



Fonte: Reprodução.

Da imagem estática, passo, agora, a pensá-la em comparação com a imagem em movimento. Villafañe (2006) propõe três categorias básicas para pensar a imagem. São elas: o movimento, a tensão e o ritmo. Ele diz, também, que a natureza dinâmica da imagem está intimamente associada ao conceito de temporalidade. O autor (idem, p. 138) vai definir temporalidade como “a estrutura de representação do tempo real através da imagem”. Ressalta, ainda, que o tempo real não é significativo, a temporalidade, sim. O esquema temporal da realidade está articulado à dialética passado-presente-futuro, no qual a única relação temporal é a de sucessão. A sucessão não

tem a capacidade de criar estruturas de significação porque não implica uma ordem sintática, existindo apenas uma ordem linear. Por outro lado, o ritmo implica uma ordem, produz uma significação que tem origem na ordenação sintática dos elementos. A mecânica do ritmo é baseada na alternância de valores plásticos da imagem (assim como pode ocorrer no valor de duração de uma nota em uma melodia musical, por exemplo), sendo que a atividade visual pode variar de diversas maneiras. Como afirma Villafñe (2006, p. 139), “ao contrário do que ocorre na realidade, a imagem é capaz de criar estruturas temporais e, portanto, produzir significação”.

Ao comparar-se imagens isoladas e sequenciais, percebe-se que, nos quadrinhos ou no cinema, o ordenamento das imagens produz uma sintaxe. O espaço e o tempo são elementos inseparáveis da narrativa imagética. Pensando quadro a quadro, recortes isolados de uma sequência provocam uma mutilação e, ainda que o fragmento-imagem possua uma significação, quando isolado, acaba perdendo a força, uma vez que foi retirado do fluxo de contexto do qual faz parte. Voltando à Figura 14 e imaginando-a como um pequeno filme ou uma história em quadrinhos, pode-se ler cada um dos três *frames* da obra isoladamente e, desse modo, esta teoria da mutilação fica perceptível. Para o autor (idem), se a imagem tem como função expressar, recriar ou interpretar uma ação que se desenrola em um espaço fechado, ou ainda, descrever uma determinada atmosfera, as imagens isoladas conseguirão dar conta devido à sua natureza basicamente descritiva. Ao refletir-se sobre as imagens isoladas em relação às sequenciais, observa-se que existem diferença, uma vez que nas isoladas, o espaço é permanente e fechado e, nas sequenciais, ele é movente, ainda que dentro de uma sequência narrativa. Portanto, mesmo que uma imagem isolada sempre tenha poder de significação, ao ser extraída de sua sequência, ela perderá o contexto e a relação com o seu universo de origem. Por isso, avaliar *frames* isolados e fora de contexto de um videoclipe compromete a análise.

O ritmo da imagem pode ser compreendido comparando-o com o ritmo musical. Como aponta Villafñe (2006, p. 145), “devem existir elementos que veiculem e para isso é necessário que possuam propriedades

intensivas e qualitativas”. Diferenças de contraste, cor, textura, iluminação, disposição espacial, são diversos os artifícios e manifestações dinâmicas que auxiliam na fluência rítmica da imagem sequencial. Deve-se porém, ter em mente que o ritmo imagético é uma abstração intelectual. No caso da música, a pulsação percebida diz respeito ao ritmo. Para Chediak (1986), ritmo é a duração e acentuação de sons e de pausas, ou seja, o som e o silêncio são componentes do ritmo.

A música e a imagem já se encontraram em diversos momentos da história: seja entre os gregos, passando pelo teatro musical, ou pelas óperas, elas hoje têm como ponto de união os videoclipes. Machado (2000) entende que, para os musicólogos puristas, a música é uma arte autônoma, que não depende de imagens. O simples fato de supor que qualquer som tenha uma capacidade de acionamento visual na mente do ouvinte desperta a ira destes tradicionalistas. Como coloca o autor (idem, p. 154), “nada pode ser mais insuportável, aos ouvidos puristas da musicologia, do que o fato da música ser consumida (...) como uma espécie de trilha sonora de um filme imaginário”. Existe, ainda, outra renúncia à imagem do som, como se ela, além de não contribuir em nada, pudesse desvirtuar a música, desfocando e alterando o seu devir. Talvez esse traço se acentue na música instrumental, mais difícil de ser compreendida na sua totalidade, pois depende única e exclusivamente do dialeto sonoro. No caso das canções, ainda que o texto não necessariamente subordine a imagem de forma imperativa, fornece contornos indutivos sobre o que ver a partir do que se escuta. Para Soares (2013), as imagens e os sons são indissociáveis.

Se, nos primórdios do cinema, no início do século XX, por limitações técnicas, imagem e som, que antes estavam juntas no teatro e na ópera, foram separadas, logo a seguir o cinema sonoro reintegrou esses elementos, materializando o sonho de uma música produzida inteiramente com imagens, não no sentido conceitual, mas, realmente, no sentido físico. O cinema introduziu o método ótico de registro de sons no qual a trilha sonora do filme (conjunto de trilha musical, diálogos, ruído e silêncio) foi convertida em informação luminosa e fotografada na película, ganhando, assim, as propriedades da imagem. Antes disso, a partitura também pode ser

compreendida como uma representação visual do som, mesmo dentro da rigidez dos códigos da escrita musical.

Machado (2000) destaca que já se foi o tempo em que os videoclipes significavam apenas peças audiovisuais promocionais das músicas, com a finalidade de simplesmente vender álbuns. O autor compreende esse produto como um rico campo experimental da arte, que desempenha um papel tão importante quanto a música em si. Esse tipo de peça representa uma das formas de expressão mais vigorosas e genuínas da atualidade. Ele carrega em seu DNA a herança de outras modalidades audiovisuais, como o cinema de vanguarda dos anos 1920, o cinema experimental dos anos 1950-1960, e a videoarte dos anos 1960-1970. Machado entende que os vídeos tradicionais, que apresentam as estrelas espetaculares em destaque, vem perdendo terreno para vídeos mais conceituais, muitas vezes criados de forma mais livre, sem comprometimento direto com o artista ou a canção, verdadeiros exemplos de laboratórios audiovisuais, colocando os artistas quase como coadjuvantes de suas obras. Como relata o autor (idem, p. 176), “em lugar de uma galeria de retratos animados dos astros (...), o videoclipe passa agora a ser encarado como forma autônoma, na qual se podem praticar exercícios audiovisuais mais ousados”. Nessa proposta narrativa, diferente do cinema tradicional, os planos funcionam como unidades mais ou menos independentes, nas quais as ideias tradicionais de linearidade são substituídas por fragmentações e dispersões. O mesmo vale para a liberação da obrigatoriedade da sincronia labial ou de a dinâmica seguir extamente o *beat* (rímo, batida) da música. Trata-se de encarar a música como mais um elemento na narrativa audiovisual, e não como um *mainframe* que dita todo o processo.

Se, na década de 1980, os videoclipes dependiam da Music Television (MTV) para chegar até o público, hoje, portais como Vimeo e YouTube disponibilizam o material para apreciação constante, vinte quatro horas por dia, sete dias por semana. A internet reconfigurou e revigorou o clipe, que foi sucesso nos anos 1980 e sofreu um desgaste nos anos 2000. Por serem de fácil acesso, curtos e dinâmicos, fruem sem problemas entre os jovens

ansiosos dos anos 2010. Hoje, o videoclipe, que foi prisioneiro da televisão, é líquido, podendo estar no computador pessoal, nos *tablets* ou nos *smartphones*, simultaneamente. Se a velocidade da luz é maior do que a do som, no videoclipe, elas se equiparam. O som alimenta a imagem e a imagem alimenta o som. Quando combinados, o som aciona o espectador visualmente, fazendo-o enxergar de maneira diferente, assim como o visual o faz ouvir de modo diferente. Nesse casamento, som e imagem estabelecem uma relação simbiótica.

O videoclipe é um veículo estelar, um signo que representa o artista em sua ausência. Cada novo olhar repete o feito heroico do astro, glorifica-o, eterniza sua divindade musical.

Se a ópera saiu da corte e foi ao teatro, o videoclipe se tornou ainda mais próximo e íntimo ao entrar no lar das pessoas, seja para consumo coletivo ou individual. Assim como os Beatles fizeram em 1967 quando colocaram o álbum **Sgt. Peppers Lonely Heart Club Band** para *sair em tourné*⁸³ (PALUDO, 2010) no lugar da banda, os videoclipes conseguem ir, de forma ubíqua, a todos os lugares, fato fisicamente impossível para o artista. Não pretendo me aprofundar sobre o videoclipe, pois muito já foi escrito sobre o tema e acredito já ter elementos suficientes para discutí-lo como veículo de construção mítica, esse sim, um olhar mais inédito. No decorrer da pesquisa, e como apresentei nesse segmento, pude verificar que existem videoclipes nos quais os artistas mal figuram. Em outro foco narrativo, ele passa por meras filmagens das performances artísticas, até uma mistura entre atuação dublada e cenas figurativas referentes ao que se canta. A história do videoclipe é longa, mas artistas como Elvis Presley e os Beatles foram figuras-chave nesse processo. Para minha tese, e para o mito, interessa-me, única e exclusivamente, um tipo bem específico de videoclipe: quero analisar e pensar aqueles vídeos em que o artista é o protagonista

⁸³ Cansados de não serem ouvidos, devido aos gritos extremos dos fãs durante as apresentações ao vivo, os Beatles decidiram que, ao invés de fazer tournês, lançariam um álbum no qual assumiriam novas *personas* (a Banda dos Corações Solitários) e que, figuradamente, a venda do álbum tomaria o lugar dos *shows*. Quem circularia seria as *personas* no álbum, e não os músicos *in loco*.

principal, videoclipes de canções, e nos quais o astro desempenha uma ação correspondente a mais do que simplesmente dublar a sua execução musical. Trata-se de videoclipes onde o artista esteja em primeiro plano, representando o seu duplo ou um personagem, naqueles em que, efetivamente, situe-se como figura principal de atenção. Nesse recorte, o artista deve, obrigatoriamente, ser um *artista total*, através de uma narração dramatizada.

Ao pensar a arte dramática e o teatro, Kowzan (1976) sugere treze categorias analíticas distintas: a palavra, o tom, a expressão facial, o gesto, a marcação, a maquiagem, o penteado, a indumentária, o acessório, o cenário, a iluminação, a música e o som. Partindo da obra de Kowzan como ponto inspiracional, proponho nove categorias para pensar o videoclipe sob o ponto de vista da construção mitico-espetacular. Percebo o videoclipe como uma neo-ópera condensada. Uma pintura, uma fotografia, uma música, ou uma ópera, são exemplos de cristalizações, condensações e fossilizações que capturam uma ideia em forma de expressão, e que nascem de uma tradução do pensamento para a linguagem artística. Pretendo que se identifique como o mito se apresenta no videoclipe, como essa modalidade artística auxilia na naturalização do mito, e como o *artista total* pode dispor desse recurso para convertê-lo em um oratório ritualístico de repetição de mensagem para sedimentação da aura mítica. Sendo assim, apresento a seguir minha metodologia.

4. POR UMA METODOLOGIA ANALÍTICA DA ÓPERA ENCAPSULADA: O VIDEOCLÍPE COMO ORATÓRIO ELETRÔNICO DO *ARTISTA TOTAL*

Em 2014, visitei o Museu do Oratório⁸⁴. Localizado na cidade de Ouro Preto/MG, abriga um vasto material sobre oratórios brasileiros. Santos (2013) define os oratórios como objetos devocionais em forma de nicho, em que se encontram imagens sacras e perante os quais se fazem orações e preces. Objetos de arte, eles exprimem, esteticamente, o sentimento religioso, e revelam um universo de características culturais. Os oratórios são armários, geralmente feitos de madeira, e em pequeno formato, nos quais se depositam imagens de santos católicos de devoção pessoal ou comunitária. Sua origem remonta à antiguidade greco-romana, quando as estatuetas de deuses eram guardadas em tipos semelhantes de tabernáculos. Um exemplo pode ser visto na Figura 17. Quando me deparei com esses objetos de fé, pensei imediatamente em uma analogia sobre eles e os videoclipes. Assim como eles são móveis e destinados ao uso particular ou coletivo, são os videoclipes⁸⁵. Cada nova oração perante o oratório, renova a fé. Cada nova exibição dos videoclipes a seus ídólatras, converte-os em elementos de adoração que renovam a fé no mito musical. Portanto, o primeiro ponto diz respeito a pensar o videoclipe como um neo-oratório. Se, no oratório tradicional, a imagem é estática, no oratório eletrônico do videoclipe ela ganha movimento e sonoridade.

⁸⁴ *Site* disponível em <<http://museudooratorio.org.br>> Acesso em 10/11/2016.

⁸⁵ Embora essa tese verse sobre o tema musical, não se deve confundir com o oratório, estilo musical abordado anteriormente. O foco aqui é outro, conforme descreve o texto.

Figura 17: Exemplo de oratório



Fonte: < http://museudooratorio.org.br/wp-content/uploads/mo_091_3.jpg >
Acesso em 10/11/2016.

O segundo ponto compreende pensar o videoclipe como uma neo-ópera encapsulada. Nos planos do videoclipe, percebo os atos da ópera. O videoclipe pode apresentar um só ato (o que não caracterizaria uma ópera, mas estou propondo uma aproximação conceitual), ou um conjunto de vários atos, com curtíssima duração. Se, antes, a ópera chegava a durar quatro ou mais horas, hoje, o videoclipe dura quatro minutos. Trata-se de um processo de super-compactação, uma compressão de elementos simbólicos que, como uma arma de ar comprimido, quando acionado, expande uma mensagem rápida e catártica. Como a ópera é um *texto que se canta*, essa analogia não se aplica à música instrumental.

A metodologia proposta tem como objetivo verificar como os videoclipes realçam ou auxiliam na construção mitico-espetacular dos

artistas. O que está em discussão não é o mérito estético ou técnico, mas a capacidade de propagação de conteúdo mítico que o videoclipe pode encapsular. Para tanto, as seguintes premissas e categorias de análise⁸⁶ devem ser consideradas segundo os passos a seguir:

1) Canção de artista protagonista: no videoclipe em análise, o artista (cantor solo, duo, trio, banda, etc) deve, obrigatoriamente, figurar como protagonista. Ele pode estar representando o seu próprio eu, o seu duplo, ou alguma de suas personas. Se essa premissa não for seguida, essa metodologia não deve ser utilizada;

2) Contexto e história de vida: embora o videoclipe possa ser considerado como uma peça autônoma, procure observá-lo em perspectiva à história de vida, contexto e *Zeitgeist* do artista. Assim, o videoclipe pode ser compreendido como instrumento de construção mítica. Examine, também, se o tripé virtuoso se aplica, ou não, ao artista, e se o artista é um personagem plano (aquele constituído em torno de uma única ideia ou qualidade, facilmente reconhecido pelo público, permanecendo inalterado no espírito, pois não muda com as circunstâncias) ou esférico (tipo mais complexo e que tem uma grande capacidade de surpreender);

3) Projeto artístico/ideológico: o projeto artístico diz respeito à fala do mito, uma fala repetida que o mito usa para se naturalizar e se constituir. É o seu *Grundmotiv*. Identifique qual linguagem o mito usa para se solidificar, qual a estrutura nuclear do mito e qual a identidade ele forja. Além disso, reflita sobre o projeto ideológico do artista: Qual o seu cimento social? Qual seu imaginário?

⁸⁶ Lembre-se que as categorias não funcionam de forma isolada, e sim, como um conjunto orgânico.

4) Libreto e enredo: se, no passado, o texto cantado era o libreto, pretendo seguir com a mesma nomenclatura, sendo ele equivalente à letra da canção apresentada em vídeo. Reproduza a letra e identifique qual é a mensagem principal da canção. Uma vez que proponho o videoclipe como uma neo-ópera, se o vídeo escolhido para análise tratar-se de um tema instrumental, essa metodologia não se aplica;

5) Verdade artística: avalie se a proposta estética e conceitual do vídeo está em sintonia com o projeto artístico, e se é possível identificar traços de autenticidade e verdade, ou seja, um encontro verdadeiro com o interior do artista e sua natureza artística;

6) Personagem ou persona: no *duplo*, é possível ser um *personagem*, isto é, aquele que evolui historicamente, único (e não vários, ao mesmo tempo), ou *persona* (vários ao mesmo tempo). A *persona* é a máscara do ator, quem ele quer ser hoje. A *persona* é um corpo que se desnuda rapidamente para, adiante, colocar uma nova máscara. Portanto, observe se no vídeo, existe um personagem ou uma persona;

7) Alegoria: a alegoria é a representação concreta de uma ideia abstrata, que transforma experiências pessoais em experiências universais. Aponte se é possível identificar a alegoria no videoclipe, descrevendo-a. Pense em qual identificação projetiva (se ver na mensagem) a alegoria pode despertar. Quais os agendamentos estéticos, conceituais e endereçamentos suscita?

8) Corpo em exposição: o corpo é um suporte discursivo, permutador de códigos, que fala a linguagem que nele vem se inscrever. O corpo é molde e receptáculo, captador e dissipador de mensagens e construções simbólicas. No videoclipe, como o

corpo se molda? O que ele tem de espelho e o que ele tem de tela? Como é divinizado e sacralizado? Percebe-se atitude artística? Sugiro pensá-lo em relação ao figurino, gestos, cenário, cor, iluminação, maquiagem e penteado;

9) Estranhamento/entranhamento; reflexão/inflexão: identifique que estranhamentos e entranhamentos o videoclipe aciona.

Apresentadas as categorias e a metodologia, passo, a seguir, à sua aplicação aos videoclipes escolhidos como recorte da tese. Lembro que apresentarei os dados sobre os artistas de forma sucinta. A metodologia pode ser sempre ampliada, o que implica em um aprofundamento sobre as histórias de vida e aspectos estéticos. Por hora, como o foco da tese não é o videoclipe, apenas a utilizo para demonstrar seu potencial, com um aprofundamento contido mas suficiente para perceber os traços míticos refletidos nos vídeos analisados.

4.1 DAVID BOWIE – “Life on Mars” (“Vida em Marte”)

O primeiro videoclipe escolhido para análise é o da canção “Life on Mars”⁸⁷ do cantor/compositor/intérprete/ator/*performer* inglês David Bowie. Esse tema autoral de Bowie integra o álbum **Hunky Dory (Soberbo)** (RCA, 1971) e foi produzido por Ken Scott, produtor musical britânico que já trabalhou com artistas como Beatles, Pink Floyd e Duran Duran. O videoclipe teve direção de Mick Rock e foi lançado em 1973. Rock é um fotógrafo britânico internacionalmente reconhecido por registrar imagens icônicas de artistas como Queen, Syd Barrett, Lou Reed, Iggy Pop e David Bowie. A carreira de Bowie durou de 1967 até a sua morte, em 2016, registrada em 27 álbuns de estúdio.

1) Canção de artista protagonista: o recorte escolhido enquadra-se nessa primeira categoria filtro, isto é, Bowie é protagonista de seu

⁸⁷ Vídeo disponível em <<https://youtu.be/v--lqqusnNQ>> Acesso em 10/11/2016.

vídeoclipe. Portanto o material é passível de análise pela presente metodologia;

2) Contexto e história de vida: minhas observações sobre essa categoria baseiam-se nas obras de Spitz (2010), Doggett (2014) e Leigh (2016), e em minha análise documental sobre o artista, a partir de uma miscelânea de fontes com que tive contato ao longo do processo de escrita da tese. Acompanho a carreira de Bowie há algum tempo. A curiosidade por seu trabalho me motivou a buscar mais informações sobre sua vida, obra e projeto artístico, por considerá-lo um dos grandes artistas totais do mundo *pop*. Ao pesquisar sobre o cantor, a literatura revelou um ser genuíno e multifacetado. Sem dúvida, Bowie foi um astro do tipo esférico, uma vez que trabalhou, simultaneamente, com um *duplo* representado em diversas *personas*. Bowie conseguiu, ao longo de décadas, ser sempre o mesmo, mas sempre diferente, possuir, ao mesmo tempo, uma identidade reconhecível e mutante. Embora chamado frequentemente pela mídia de *camaleão*, a comparação é equivocada, uma vez que o camaleão se modifica de acordo com o ambiente em que está, e Bowie, ao contrário, não se curvava diante do ambiente, ele transformava o ambiente. Assim, o camaleão, na equação de Bowie é, de fato, a platéia. Embora tenha sofrido por uma relação fria e distante com a mãe, que não era carinhosa, e pelo irmão que apresentava transtornos mentais, seu pai, um *expert* em relações públicas, incentivou-o a realizar o sonho que sempre perseguiu de ser um grande artista. Assim como outros astros da história, Bowie também era canhoto, fato considerado uma aberração na Inglaterra dos 1950, época em que ele era apenas um menino. Não apenas por ser canhoto, mas por diversos outros comportamentos, sentindo-se excluído durante a infância e adolescência, sua segregação acabou por catalisar um grande poder que foi convertido em uma enorme aceitação posterior de seu público. Quando adolescente, ao disputar uma garota com um colega, acabou levando um soco que atingiu seu

olho esquerdo, o que lhe causou um problema chamado de *anisocoria* (tamanho desigual das pupilas), deixando-o com os dois olhos bastante diferentes. Suas biografias revelam um homem obstinado com o sucesso mas, acima de tudo, um grande sedutor e amante sexual voraz. Ao longo de sua história, percebe-se, claramente, a atuação do tripé virtuoso, cercado-se de pessoas propulsoras, dedicando-se incondicionalmente à sua arte e sendo um apaixonado por sua carreira. Doggett (2014) analisa o contexto de “Life on Mars”. Como relata, no início da década de 1970, depois de perder a corrida para a conquista da Lua, a União Soviética redirecionou seus esforços para outro planeta: Marte. Por conta disso, uma pergunta começou a ecoar no planeta Terra: Existe vida em Marte? Bowie, que sempre adorou ficção científica e ufologia, já vinha arquitetando o lançamento de uma persona chamada Ziggy Stardust⁸⁸, um cantor que viria à Terra acompanhado por músicos invasores de Marte. Mas “Life on Mars”, de fato, nada tinha a ver com o planeta vermelho, além do título, que não passava de uma simples referência ao alvoroço da mídia, “do tipo que pode envolver uma estrela de cinema e um fã em uma simbiose de desejo” (DOGGETT, 2014, p. 172).

Doggett (2014, p. 172) comenta o processo criativo de “Life on Mars”:

Bowie assistira com inveja ao episódio em que Frank Sinatra, cuja persona cinematográfica ele admirava, conquistar o maior sucesso de sua carreira com a gravação de “My Way”⁸⁹ (1969). A exemplo da canção “Even a Fool Learns to Love”⁹⁰, do próprio Bowie, tratava-se de uma versão inglesa da composição “Comme d’habitude”⁹¹, de Claude François –

⁸⁸ O nome Ziggy é um intertexto de Iggy, no caso, Iggy Pop, visceral cantor performático americano.

⁸⁹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=egY8rUpxqcE>> Acesso em 10/11/2016. No português, “Meu caminho”.

⁹⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=5uhoMHDd6uk>> Acesso em 10/11/2016. No português, “Até um tolo aprende a amar”.

⁹¹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=w22haP4hgsQ>> Acesso em 10/11/2016. No português, “Como de costume”.

cujo editor optara pela interpretação de Paul Anka, em vez de Bowie. Era impossível criticar tal decisão com base em questões artísticas, mas o suposto ultraje ainda incomodava Bowie, que decidiu se vingar reutilizando, para seus próprios fins, elementos da composição. Daí a reticente dedicatória na contracapa de **Hunk Dory**: “Inspirado em Frankie”. Evitando com toda a cautela descumprir a legislação de direitos autorais, Bowie tomou emprestada a sequência de acordes dos primeiros versos de “My way”, reproduzindo-a na abertura de “Life on Mars” – mas com ritmo e linha melódica diferentes.

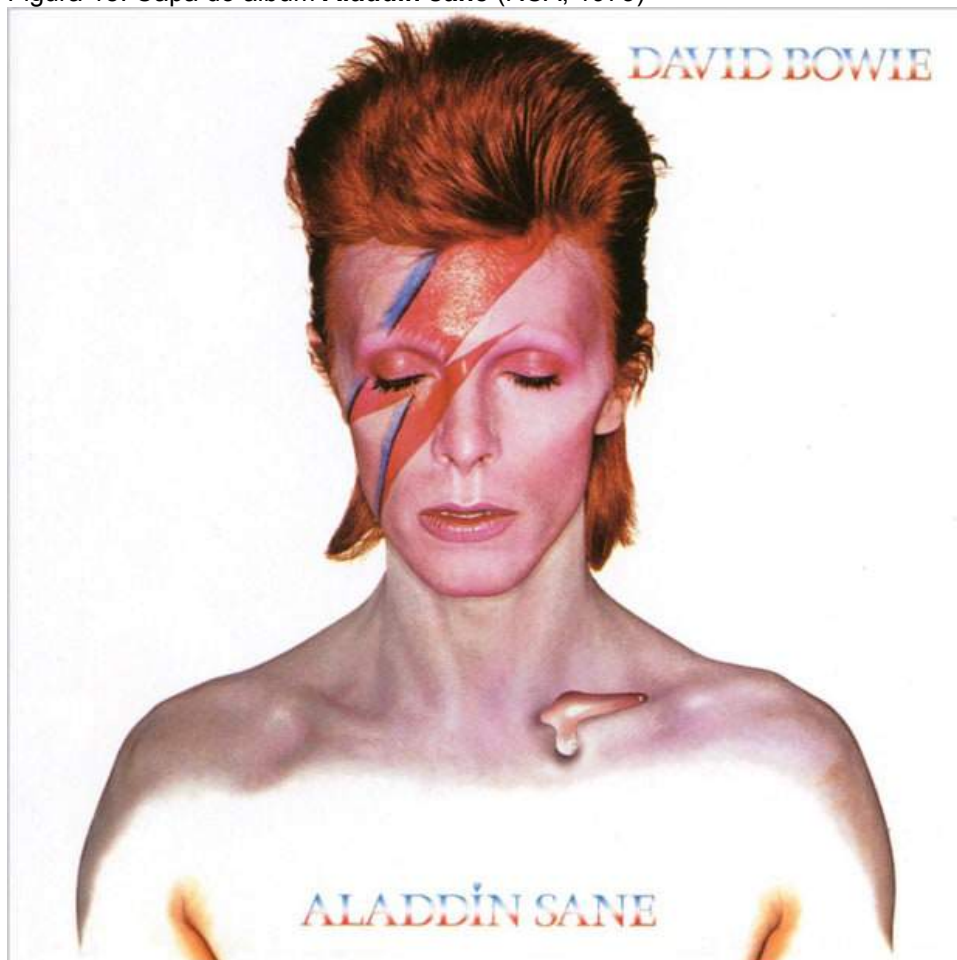
A faixa conta com um arranjo de climax épico com cordas, elaborado pelo guitarrista e produtor musical Mick Ronson, e conta com a participação do tecladista Rick Wakeman (integrante, dentre outros projetos, da renomada banda de *rock* progressivo Yes) ao piano, o que confere um tom de grandiosidade e dramaticidade à composição. Ao final, existe um intertexto musical, com tímpanos sendo executados de forma similar à composição “Also sprach Zarathustra”⁹² de Richard Strauss, peça integrante da trilha musical do filme de ficção científica **2001: A space odyssey (2001: Uma odisséia de espaço)** (Kubrick, WARNER, 2001 [1968]). A interpretação extremamente emocional de Bowie se sustenta em um vocal *blase* que critica as previsibilidades de Hollywood. A capital norte-americana do cinema, vista como uma fábrica de sonhos e estrelas que ficam insossas de tanta repetição, é o tópico central da canção. O videoclipe, quarto da carreira de Bowie, apresenta uma crítica apaixonada por Hollywood, de um mito em construção, que tem consciência de seu papel de estrela prestes a brilhar de modo intenso. O amor/ódio pelo tema confere um ar especial à criação;

- 3) Projeto artístico/ideológico: ao longo de sua trajetória, Bowie foi um legítimo *artista total*. Cercou-se das pessoas certas para chegar aonde queria, muitas vezes, descartando-as quando não tinham mais energia para oferecer. Do início ao fim, sua carreira foi

⁹² Música disponível em <https://youtu.be/IFPwm0e_K98> No português, “Assim falou Zarathustra”. *Trailer* do filme disponível em <<https://youtu.be/Z2UWOeBcsJI>> Acessos em 20/11/2016.

cercada de mistério. Ainda que as biografias vasculhem detalhes de sua vida sexual promíscua e efervescente, sua ambiência mítica é cercada de dúvidas: O que dele se diz seria verdade? Foi assim mesmo que ocorreu? Bowie, nascido David Robert Jones (1947-2016), mudou seu nome para David Bowie, por sugestão de seu pai, pois já existia um David Jones no mercado musical (integrante da banda Monkees). O sobrenome Bowie tem origem em Norman Bowie, herói de guerra. Citando um dos muitos exemplos que auxiliaram na solidificação mítica, Bowie teve dois impulsos propulsores familiares, um negativo e outro positivo, mas ambos convertidos em movimento construtor: o negativo veio de sua relação fria e conturbada com a mãe, tornando-o um garoto carente e rejeitado, o que o fez, sempre, correr atrás de atenção; o positivo encontrou-o na proximidade com o pai, que o ajudou em diversas etapas de sua cosmogonia. Além disso, o soco no olho, que seria um fato negativo, também contribuiu positivamente para aumentar o seu poder de mistério e sedução, tornando-o um ser único. Bowie leu muito durante a vida e trabalhou com publicidade e relações públicas, o que contribuiu para convertê-lo em um bem sucedido *e-producer* e *peruqueiro*. Possuía uma crença em si e uma obsessão pelo trabalho. Sabia articular bem as pessoas para realizar seus projetos de arte total, que envolviam uma miscelânea de artes como dança, música, teatro, mímica, etc. O duplo em Bowie é o próprio Bowie, quando deixa de ser Jones e passa a ser Bowie. Esse duplo nuclear gerou diversos desdobramentos em *personas* e estilos musicais que, ao longo da carreira, oscilaram do *folk* ao *rock*, e passaram pela música eletrônica. Talvez a *persona* mais (re)conhecida de Bowie seja Ziggy Stardust, um astro de *rock*, apresentado no álbum **The rise and fall of Ziggy Stardust and The Spiders from Mars (A ascensão e a queda de Ziggy Stardust e as Aranhas de Marte)** (RCA, 1972), com imagem eternizada na capa do álbum posterior intitulado **Aladdin sane (Aladim sã)** (RCA, 1973), como pode ser visto na Figura 18:

Figura 18: Capa do álbum **Aladdin sane** (RCA, 1973)



Fonte: Reprodução.

Ziggy foi apenas uma das muitas faces de Bowie, traço característico de um personagem esférico. A Figura 19 dá um panorama das *personas* encarnadas por Bowie durante sua história artística.

Figura 19: Bowie e suas *personas*



Fonte: <<http://www.boom973.com/Pics/Blogs/1004208/bowie%20illustrations.jpg>> Acesso em 10/11/2016.

O projeto artístico de Bowie consiste em ser uma incógnita sedutora com alto poder de agendamento estético e comportamental, principalmente calcado em uma pulsão sexual lancinante. Embora tenha vivido momentos não tão brilhantes da carreira entre os anos de 1980 e 1990, sempre procurou surpreender, aniquilar-se e se ressuscitar. Quando uma *persona* estava recém consolidada, destruía-a e iniciava um novo projeto, com uma nova abordagem, uma nova *persona* e uma nova

sonoridade, fato audaz e corajoso. Suas atitudes agendaram diversos fãs, pautadas em um comportamento sedutor que exalava sexualidade, rebeldia e energia. Até sua sexualidade era uma incógnita: Ele era hetero, bi ou pan sexual? Sua androginia encantava e confundia a platéia, gerando um encantamento e repulsa semelhantes aos causados pelos *castrati*, no passado. Depois de diversos trabalhos fracos, ao final da vida, lançou dois grandes álbuns: **The next day (O próximo dia)**⁹³ (COLUMBIA, 2013) e **Blackstar** (Estrela negra)⁹⁴ (COLUMBIA, 2016). O último álbum foi colocado em circulação no dia 8 de janeiro de 2016, data de seu aniversário, e dois dias antes de sua morte. A faixa “Lazarus”⁹⁵ marcou sua saída de cena, de volta às estrelas e ao espaço, um retorno épico à sua cosmogonia. Do mistério, ao mistério. A vida como obra de arte.

4) Libreto e enredo: o enredo já foi apresentado por mim. A seguir, apresento a letra⁹⁶ com sua tradução para o português.

“Life On Mars?” “Vida em Marte?”

| | |
|--|---|
| <p>It's a god-awful small affair To the girl with the mousy hair But her mummy is yelling "No" And her daddy has told her to go But her friend is nowhere to be seen Now she walks through her sunken dream</p> | <p>É um pequeno romance atroz Para a garota com o cabelo castanho Mas a mãe dela está gritando "Não" E o pai dela a mandou ir Mas seu amigo não está em lugar algum Agora ela anda através do seu sonho submerso</p> |
| <p>To the seat with the clearest view And she's hooked to the silver screen But the film is a saddening bore For she's lived it ten times or more She could spit in the eyes of fools As they ask her to focus on</p> | <p>Para o assento com a melhor vista E ela está vidrada na tela prateada Mas o filme é um tédio deprimente Pois ela o viveu dez vezes ou mais Ela poderia cuspir nos olhos dos tolos Enquanto eles pedem que ela se concentre em</p> |

⁹³ No português, “O dia seguinte”.

⁹⁴ No português, “Estrala negra”.

⁹⁵ Vídeoclipe disponível em <<https://youtu.be/y-JqH1M4Ya8>> Acesso em 10/11/2016.

⁹⁶ Letra disponível em <<https://www.vagalume.com.br/david-bowie/traducao-live-on-mars-david-bowie.html>> Acesso em 10/11/2016.

| | |
|---|---|
| Sailors fighting in the dance hall Oh man! Look at those cavemen go | Marinheiros brigando no salão de dança Caramba! Olhe aqueles homens das cavernas irem |
| It's the freakiest show Take a look at the Lawman Beating up the wrong guy Oh man! Wonder if he'll ever know He's in the best selling show Is there life on Mars? | É o show de horrores Dê uma olhada no homem da lei Espancando o cara mau Caramba! Imagino se algum dia ele vai saber Que ele está no show mais famoso Existe vida em Marte? |
| It's on Amerika's tortured brow That Mickey Mouse has grown up a cow Now the workers have struck for fame 'Cause Lennon's on sale again See the mice in their million hordes From Ibeza to the Norfolk Broads Rule Britannia is out of bounds To my mother, my dog, and clowns But the film is a saddening bore 'Cause I wrote it ten times or more It's about to be writ again As I ask you to focus on | Está na testa torturada da América Que o Mickey Mouse virou uma vaca Agora os trabalhadores atacaram por fama Porque Lennon esta à venda de novo Veja os ratos em suas milhões de hordas De Ibeza até Norfolk Broads Dominar Britannia está além dos limites Para a minha mãe, meu cachorro e palhaços Mas o filme é um tédio deprimente Porque eu o escrevi dez vezes ou mais Está prestes a ser escrito de novo Enquanto eu peço que você se concentre |
| Sailors fighting in the dance hall Oh man! Look at those cavemen go | Marinheiros brigando no salão de dança Caramba! Olhe aqueles homens das cavernas irem |
| It's the freakiest show Take a look at the Lawman Beating up the wrong guy Oh man! Wonder if he'll ever know He's in the best selling show Is there life on Mars? | É o show de horrores Dê uma olhada no homem da lei Espancando o cara mau Caramba! Imagino se algum dia ele vai saber Que ele está no show mais famoso Existe vida em Marte? |

5) Verdade artística: Bowie sempre foi um provocador. A pintura surrealista produzida em “Life on Mars” está alinhada com seu projeto de produzir estranhamento e fascinação a partir de uma obra de arte total, neste caso, registrada em vídeo. Portanto, existe verdade artística no caso estudado;

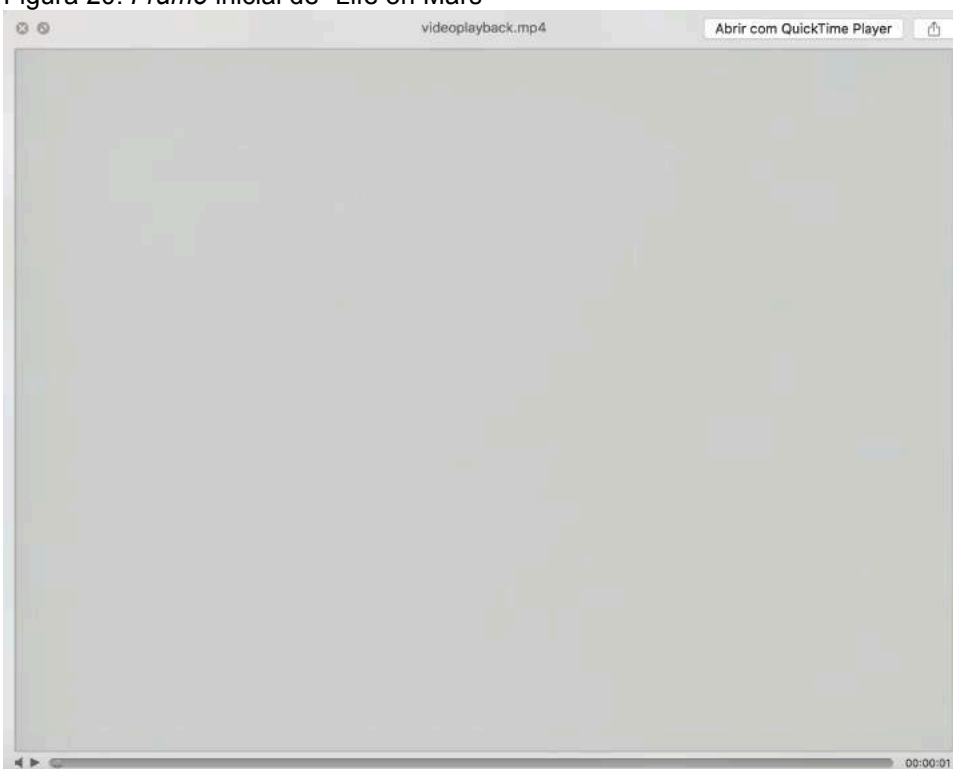
6) Personagem ou persona: como apontei, existe o personagem esférico Bowie. No vídeo em análise, vê-se uma *persona*, a qual descrevero a seguir;

7) Alegoria: embora a letra da canção de Bowie se mostre como uma poesia surrealista, trazendo algumas imagens aparentemente desconexas, trata-se de uma grande alegoria que questiona o *showbiz* como um projeto *soft/soft* no qual as narrativas são

sempre as mesmas, travestidas como novidade. Como relatei, a grande reflexão criativa proposta por Bowie diz respeito a ele criticar, em tom ácido, exatamente a indústria na qual pretendia se inserir na época (ele ainda estava buscando um grande reconhecimento, que só viria logo após, com o lançamento da *persona* Ziggy Stardust). O próprio fato de Bowie parodiar “My way” demonstra esse refinamento crítico, assim como o final épico que evoca Strauss e Kubrick;

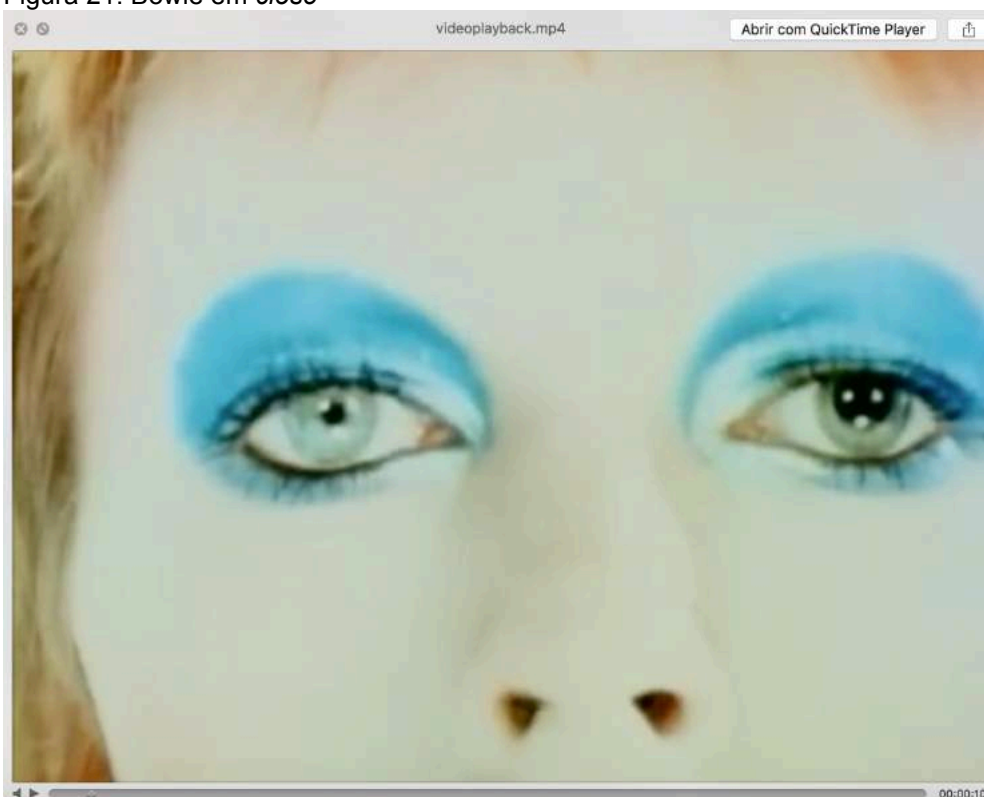
8) Corpo em exposição: a primeira imagem que se vê no videoclipe (Figura 20) é um fundo branco puxado para o cinza, uma espécie de tela que, aos poucos, irá apresentar o seu conteúdo. Aos 10” surge a imagem de Bowie, em *close* (Figura 21), revelando o cantor extremamente maquiado, e destacando os olhos diferentes em decorrência do soco da adolescência, o que já causa estranhamento e impacto imediatos. Uma vez que Bowie sempre foi fascinado pelo espaço, ele se mostra como um ser mítico, misterioso e sobre-humano, com trejeitos impositivos. Seus traços e sua maquiagem não lembram um mortal, mas um ídolo surreal, hipnotizador e perturbador que afronta a audiência.

Figura 20: *Frame* inicial de “Life on Mars”



Fonte: O autor (2016)⁹⁷.

Figura 21: Bowie em *close*



Fonte: O autor (2016).

⁹⁷ A partir desse ponto da tese, todos os *printscreens* extraídos dos *frames* dos vídeos em análise foram extraídos pelo autor.

O videoclipe é totalmente centrado na figura de Bowie. Não existe cenário ou objetos de cena. Apenas ele, provocando com seu olhar, sendo enquadrado, alternadamente, entre *closes* e *planos gerais*. Ele tem o cabelo vermelho e veste um terno azul-turquesa. Parece um *clown*⁹⁸ de luxo, debochando da indústria espetacular com fineza (Figura 22).

Figura 22: Bowie, um *clown* de luxo

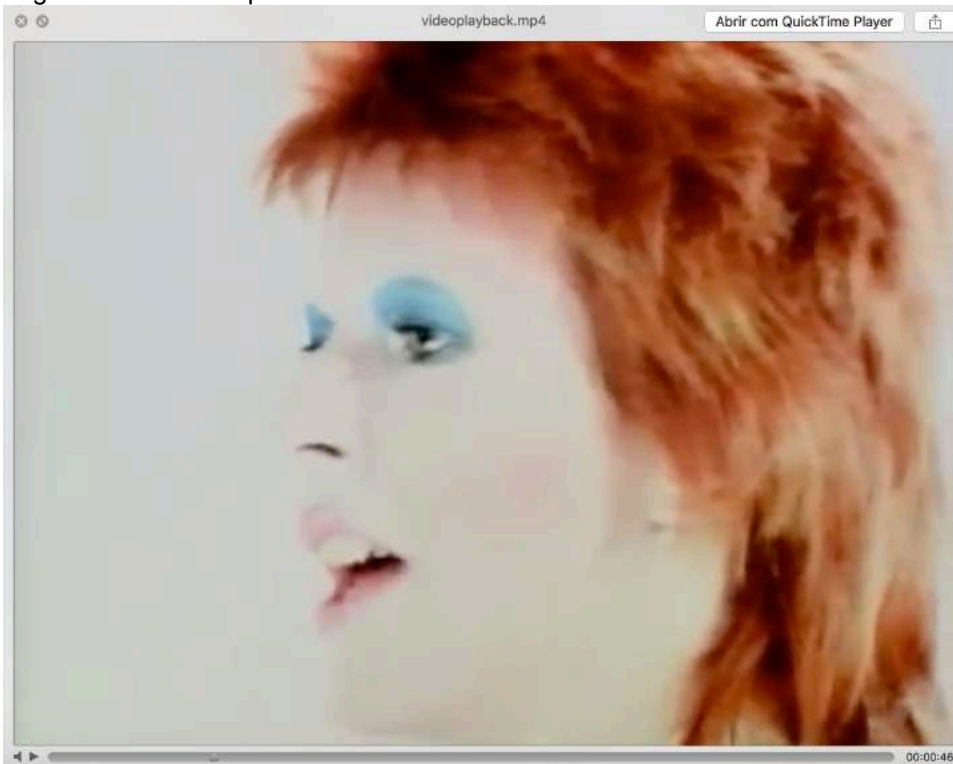


Fonte: O autor (2016).

Sua postura confiante e seu olhar ferino o tornam uma figura inquietante e apaixonante (Figura 23).

⁹⁸ No português, “palhaço”.

Figura 23: Bowie inquietante/sedutor



Fonte: O autor (2016).

A relação entre figura e fundo (neutro) joga todo foco de atenção à interpretação do artista (Figura 24).

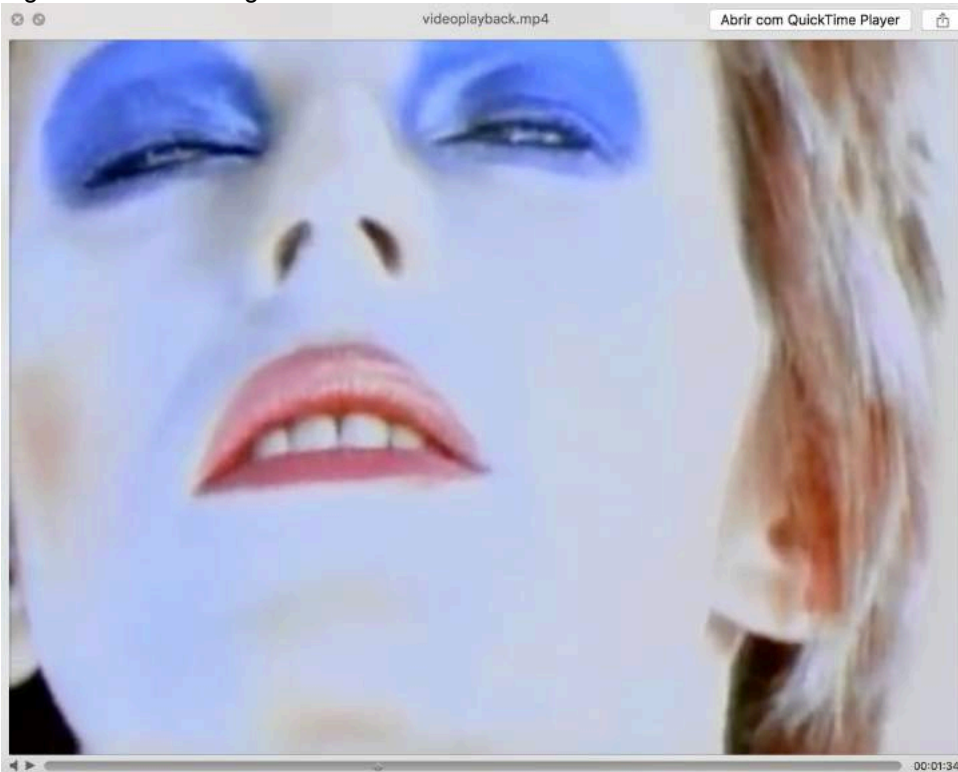
Figura 24: Bowie, figura em fundo neutro



Fonte: O autor (2016).

Alguns *clôses*, aliados à sua interpretação corporal transformam-no em um ser enigmático (Figura 25).

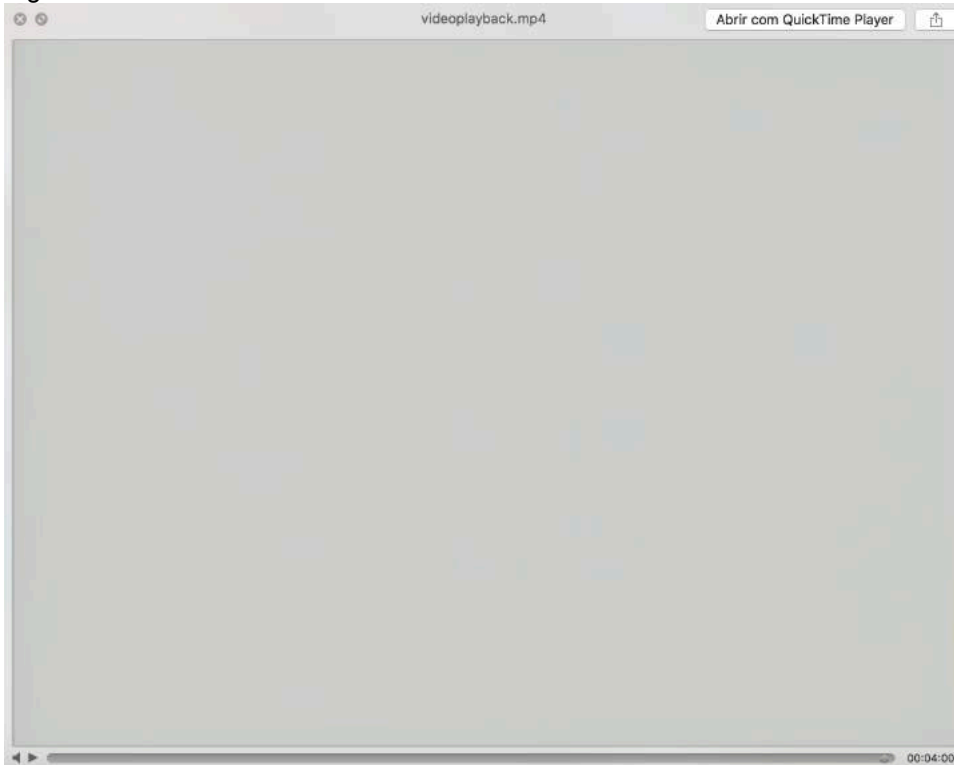
Figura 25: Bowie enigmático



Fonte: O autor (2016).

O vídeo termina no mesmo fundo branco em que começou, como o fim do ciclo da crítica (Figura 26). Esse detalhe demonstra como Bowie sempre pensou em ciclos criativos.

Figura 26: *Frame* final de “Life on Mars”



Fonte: O autor (2016).

9) Estranhamento/entranhamento; reflexão/inflexão: durante toda a carreira, provocar estranhamento foi uma constância na vida de Bowie. Talvez o símbolo de interrogação seja um signo que consiga expressar o seu ideal de vida e obra. O artista declarou publicamente que era bissexual, quando falar sobre sexualidade abertamente ainda era um grande tabu. Sempre usou figurinos ousados e maquiagens que o tornavam um ser andrógino, com aspecto alienígena. Suas músicas, atos e atitudes inspiraram (e seguem inspirando) uma série de jovens a encontrarem a sua essência, mesmo que ela esteja desalinhada com os comportamentos padronizados e socialmente recomendados. Chocar por chocar gera um efeito razo e efêmero. Bowie soube chocar como toda arte performática exitosa o faz. Assim como citei antes, ao me referir a Belchior, analogamente Bowie *cortou a carne da audiência*, provocando feridas salutares e inspiradoras. Através de uma atitude ousada, e, simultaneamente sofisticada e ríspida, “Life on Mars” mostra ao público as dores e delícias do

mainstream, e faz pensar que, apesar de todas as futilidades, podem existir conteúdos *hard* em meios aparentemente *soft*.

4.2 KISS – “Psyco circus” (“Circo psicótico”)

O segundo videoclipe a ser analisado é “Psyco circus” da banda de *heavy metal* norte-americana Kiss. Lançado em 1998, contou com a direção de James J. Hurlburt. A canção composta por Paul Stanley (integrante do grupo) e pelo compositor Curtis Cuomo integra o álbum homônimo (MERCURY, 1998) e teve produção musical de Bruce Fairbairn, renomado produtor canadense que já trabalhou com artistas como Bon Jovi, Aerosmith e AC/DC.

1) Canção de artista protagonista: o recorte escolhido enquadra-se nessa primeira categoria filtro, isto é, Kiss é protagonista de seu videoclipe. Portanto, o material é passível de análise pela presente metodologia;

2) Contexto e história de vida: minha fala vai se basear nas obras de Hessler (2005 [1978]), Paludo (1998), Thomas e Holm (1988), Leaf e Sharp (2006), Coletti e Rezyka (2006, 2007a, 2007b), Simmons e Stanley (2009), Sharp (2013) e Simmons (2015), e em três observações de apresentações ao vivo da banda feitas por mim *in loco*, em Porto Alegre (15/04/1999; 14/11/2012) e Florianópolis (20/04/2015). Na ativa desde o início da década de 1970, o Kiss soma hoje 42 anos de atividade ininterrupta, 24 álbuns de estúdio, milhares de fãs espalhados pelo mundo e milhões de dólares em faturamento. Esse processo começou oficialmente um ano após Bowie lançar o videoclipe “Life on Mars”, quando o Kiss colocava seu primeiro álbum homônimo (CASABLANCA, 1974) na praça. Ao contrário de Bowie, que tinha um personagem esférico desdobrado em diversas personas, os integrantes do Kiss são personagens planos. Gene Simmons (baixista/vocalista, originalmente Chaim Witz, 1949-presente), Paul Stanley (guitarrista/vocalista, originalmente Stanley Bert Eisen, 1952-

presente), Ace Frehley (guitarrista/vocalista, originalmente Paul Daniel Frehley, 1951-presente) e Peter Criss (baterista/vocalista, originalmente George Peter John Criscuola, 1945-presente) montaram uma banda de *rock* na qual o espetáculo ao vivo sempre foi o foco principal. Diferente de Bowie e Gaga, que têm no videoclipe uma grande arma promocional, o Kiss não é *uma banda de videos promocionais*. Sua força concentra-se nas performances diretas ao público. Utilizando as bases do espetáculo total de Wagner (não literalmente, mas conceitualmente), e cercados por diversos efeitos de cena, cada integrante escolheu um *alter ego* baseado em seus referenciais e personalidades. Esse duplo é planejado em conjunto de figurino e maquiagem que personificam a proposta, transformando os artistas em seres sobre-humanos, aniquilando seus originais e assumindo seus duplos como única existência. Assim, Gene Simmons encarnou o demônio, Paul Stanley o roqueiro apaixonado, Ace Frehley o homem do espaço e Peter Criss o homem gato, como pode ser visto na Figura 27, imagem do grupo extraída da seção fotográfica realizada para a capa de seu álbum de estréia (CASABLANCA, 1974).

Figura 27: Kiss e seus *alter egos* (da esquerda para a direita: Paul Stanley, Peter Criss, Gene Simmons e Ace Frehley).



Fonte: Joel Bordsky (1974).

Nas Figuras 28, 29, 30 e 31 é possível observar os figurinos e a maquiagem de cada integrante:

Figura 28: Gene Simmons (The Demon)



Fonte: <http://ichef-1.bbc.co.uk/news/660/media/images/82379000/jpg/_82379342_162837697.jpg> Acesso em 29/11/2016.

Figura 29: Paul Stanley (Starchild)



Fonte: <<http://ultimateclassicrock.com/files/2013/09/Paul-Stanley-Paul-Kane.jpg>> Acesso em 29/11/2016.

Figura 30: Ace Frehley (Spaceman)



Fonte: < <http://www.billboard.com/files/media/ace-frehley-650.jpg> >
Acesso em 29/11/2016.

Figura 31: Peter Criss (Catman)



Fonte: < <https://i.ytimg.com/vi/PhdPeij4L-0/maxresdefault.jpg> >
Acesso em 29/11/2016.

Gene Simmons se apresenta como um demônio que possui asas e, durante os *shows*, cospe fogo e vomita sangue. Além disso, tem como marca reconhecida mostrar a sua língua avantajada (como a Figura 28 demonstra). Paul Stanley voa sobre a platéia. Ele tem uma estrela pintada no rosto, representando seu sonho de

sucesso, e os lábios vermelhos e marcantes, como signo de seu romantismo e apelo sexual. Stanley é o roqueiro sedutor e romântico (Figura 29). Ace Frehley é o homem do espaço, um ser de outro planeta (Figura 30). Nas apresentações ao vivo, sua guitarra lança tiros de festim e voa pelo palco. Peter Criss é o homem gato (Figura 31), astuto, manhoso e carinhoso. Sua bateria ergue-se através de um elevador. Compõe, também, o figurino dos artistas, suas botas plataforma com saltos enormes, que os deixam com ar de gigantes (como pode ser notado na Figura 32).

Figura 32: Gene Simmons com suas botas em meio a fãs mirins



Fonte: <<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/f1/91/eb/f191eb8e94070a2854c40b99d6304834.jpg>>
Acesso em 29/11/2016.

Ao longo da história, fanáticos religiosos alegavam que Kiss não significaria “Beijo” (no português), mas sim uma sigla para “Kids In Service of Satan” (“Crianças a serviço do demônio”). Em sua primeira passagem pelo Brasil, em 1983, apresentaram-se para uma platéia recorde de mais de cem mil pessoas. Naquela ocasião, a Rede Globo fez uma matéria descabida e mal informada, indagando aos integrantes se era verdade que eles sacrificavam animais no palco. Esse imaginário débil propagava que, utilizando suas botas pesadas, os integrantes esmagavam pintos no palco, e que colocavam explosivos em porcos da Índia, detonados durante as apresentações. Essas afirmações grotescas só faziam crescer o interesse pelo trabalho do quarteto. Outro boato sugeria que o logotipo da banda (Figura 33), criado por Ace Frehley, lembrava a suástica nazista.

Figura 33: Logotipo do Kiss



Fonte: Reprodução.

Além de utilizarem maquiagem, as apresentações do grupo são repletas de pirotecnia. De 1974 até 1983, a banda não se deixava fotografar sem maquiagem e jamais expunha a verdadeira face em público. O mistério seduzia e vendia. Em 1980, lançaram o álbum **Unmaske (Desmascarados)** (CASABLANCA, 1980). A capa (reproduzida na Figura 34) apresenta uma história em quadrinhos na qual *paparazzi* perseguem a banda tentando fotografá-los sem maquiagem. Ao final, os integrantes retiram as máscaras e revelam

que, de fato, aquela é sua aparência real: o duplo assume, em definitivo, a vida do artista.

Figura 34: Capa do álbum **Unmasked** (CASABLANCA, 1980)



Fonte: Reprodução.

Porém, em 1983, a banda lança o álbum **Lick it up (Lamba isso)** (MERCURY, 1983) e mostra o rosto, pela primeira vez, sem maquiagem, na MTV⁹⁹. Na época, a banda era composta pelos membros fundadores Simmons e Stanley, mas Frehley fora substituído por Vinnie Vincent, e Eric Carr tomara o lugar de Criss. Novas *personas* nasceram em novos integrantes. Em vez de homem do espaço, Vincent utilizou o símbolo egípcio Ankh, que significa *nova vida*, e Carr, ao invés de ser o homem gato, tornou-se o homem raposa. Criss e Frehley deixaram a banda devido ao abuso de drogas e álcool, reintegrando o grupo em reunião

⁹⁹ Disponível em <https://youtu.be/9_zsqTqgBTK> Acesso em 29/11/2016.

posterior. A Figura 35 mostra Simmons, Stanley, Vincent e Carr com, e sem, maquiagem, no programa da MTV. O Kiss só começou a obter sucesso efetivo a partir do lançamento do álbum ao vivo **Alive! (Ao vivo!)** (CASABLANCA, 1975). No início dos anos 1970, artistas só lançavam gravações de apresentações ao vivo como recurso final de carreira. O Kiss convenceu a gravadora Casablanca Records, não só a lançar um álbum ao vivo, como um álbum ao vivo duplo, fato incomum naquele tempo. Atualmente, sabe-se que, como muitos truques do Kiss, o álbum sofreu uma série de *overdubs* e maquiagens sonoras. A edição – que contou, até, com a inclusão posterior de sons extras de platéia para *aquecer* a apresentação – pretendia transferir para o vinil toda a energia do grupo presenciada *in loco*. O sucesso desse álbum fez os anteriores “Kiss” (CASABLANCA, 1974), **Hotter than hell (Mais quente que o inferno)** (CASABLANCA, 1974) e **Dressed to kill (Vestido para matar)** (CASABLANCA, 1975) tornarem-se igualmente bem sucedidos. Em 1979, com o lançamento de **Dynasty (Dinastia)** (CASABLANCA, 1979), a banda começou a se afastar do *heavy metal* flertando com outros campos sonoros. **Dynasty** tinha uma pegada voltada para uma mistura entre o *rock* e a *disco music*. **Unmasked** (CASABLANCA, 1980) soava *pop rock*. Em 1981, o Kiss lançou um de seus projetos mais ousados, o álbum conceitual **Music from: The elder** (Música para o mais velho) (CASABLANCA, 1981). Nele, figura a canção “A world without heroes” (“Um mundo sem heróis”) composta em parceria com o músico Lou Reed (que teve um de seus maiores êxitos, a faixa “Walk on the wild side” (“Caminhe pelo lado selvagem”, produzida por Bowie). A letra diz, entre outras coisas, que “um mundo sem heróis é como um mundo sem sol; Você não pode se inspirar em ninguém sem heróis”¹⁰⁰. Essa frase sintetiza bem o projeto do Kiss.

Figura 35: Kiss desmascarado na MTV

¹⁰⁰ Letra disponível em <<https://www.letras.mus.br/kiss/21488/traducao.html>> Acesso em 20/11/2016.

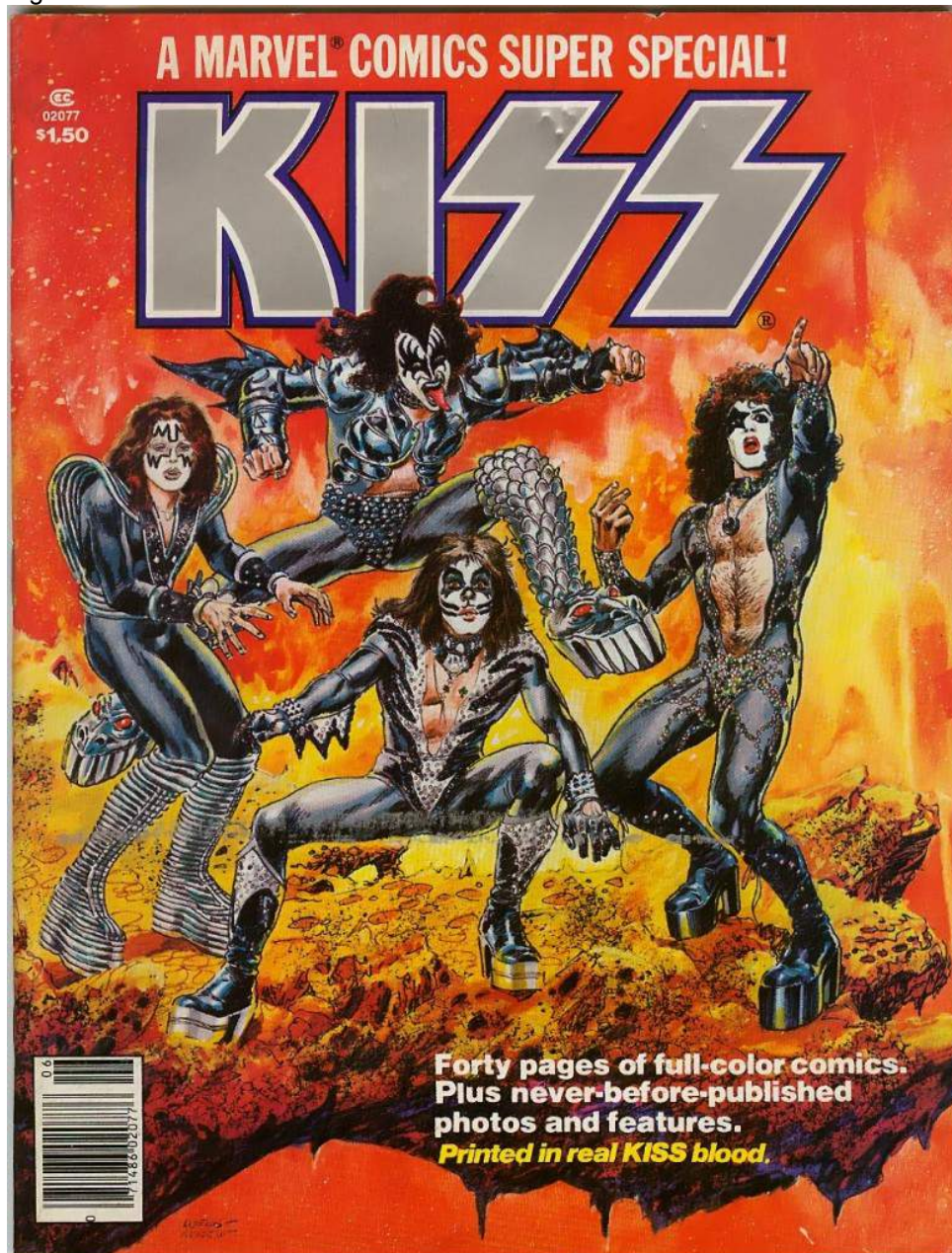


Fonte: o autor (2016).

Oscilando entre o *heavy metal* e o *hard rock*, e trocando mais algumas vezes de integrantes (estando Simmons e Stanley sempre no comando da banda), em 1996 o Kiss decide reunir a formação original e excursionar pelo mundo, trazendo, de volta, Frehley e Criss. Lançam um álbum consistente, intitulado **Psycho circus** (MERCURY, 1998). Depois de passar por experimentações

com variações estilísticas e de integrantes, **Psyco circus** marca o retorno ao mito original. O projeto inclui um espetáculo com tecnologia 3D, no qual a platéia recebia óculos e podia acompanhar em telões os ídolos em efeito tridimensional ao vivo. Tive oportunidade de assistir a esse concerto, em 1998. Os efeitos não eram incríveis, mas deixavam o resultado divertido. Também lançaram algumas histórias em quadrinhos. De fato, o Kiss já havia enveredado por esse caminho, na década de 1970, quando produziu uma série de quadrinhos (Figura 36) em parceria com a Marvel. Naquela ocasião, a banda convocou a imprensa e, em dia promocional específico, colheu amostras do sangue dos integrantes, sendo esse sangue misturado à tinta vermelha destinada à impressão das publicações, como mostra a Figura 37:

Figura 36: Kiss e Marvel



Fonte: Reprodução.

Figura 37: Kiss dando o sangue pelos fãs



Fonte: < http://66.media.tumblr.com/tumblr_m4npg0X5Rk1qzp5ffo4_1280.jpg >
Acesso em 29/11/2016.

Esse exemplo mostra o Kiss desempenhando um ato heroico de, literalmente, dar o sangue por seu público. A tournê de reunião durou de 1996 até 2001. Após o período, Frehley e Criss foram novamente desligados pelos mesmos motivos de antes. Hoje, o Kiss segue utilizando a maquiagem original. Stanley e Simmons permanecem desde a fundação do grupo. Os outros integrantes atuais são, respectivamente, Eric Singer (baterista/vocalista) que utiliza a mesma máscara de homem gato de Peter Cris, e Thommy Thayer (guitarrista), que se serve da identidade antiga de Frehley, como homem do espaço;

- 3) Projeto artístico/ideológico: o Kiss já nasceu com sua máscara mortuária. Como no **Retrato de Dorian Gray** de Wilde (2014 [1890]), o Kiss aprisiona seus membros no calabouço de sua intimidade e traz, ao primeiro plano, seus rostos transfigurados nas máscaras. O corpo real envelhece, o mascarado permanece sempre igual. Desde o início, a banda entendeu bem que a repetição constrói o mito. Em busca do sucesso resultante de muito esforço e empenho, a banda sempre abriu (e continua abrindo)

seus espetáculos com a seguinte saudação: “Vocês são os melhores, e vocês terão os melhores; a banda mais quente do mundo: Kiss!”. As letras do grupo falam sobre diversão, festas e sexo. Não tem pretensão de agenciar mudanças políticas ou sociais. São fiéis à proposta de entreter, utilizando suas *personas* maquiadas, amparadas por um arsenal de tecnologias do espetáculo. O Kiss não é apenas uma banda, é um negócio lucrativo. Possui uma centena de produtos licenciados, promove cruzeiros marítimos e feiras de convenções de fãs, e dispõe de um exército de fãs chamado Kiss Army. Seus fãs comumente adoram se maquiar para parecer como seus ídolos. Ao maquiarem-se, parecem absorver um pouco de seu poder. O Kiss se vende como um grupo de super-heróis, super-heróis de carne e osso, que por uma boa quantia de dólares, se pode abraçar, pessoalmente. Como diz o refrão de “Rock and roll all night” (“*Rock and roll* a noite toda”), considerado por muitos como seu hino máximo, “eu quero *rock and roll* à noite toda, e festa todos os dias”¹⁰¹;

- 4) Libreto e enredo: **Psycho circus** marca um retorno ao mito original. A letra¹⁰² procura sintetizar o que se pode esperar de uma apresentação do Kiss: um misto de circo elétrico com figuras sobre-humanas que voam, cospem fogo, vomitam sangue e são, como diz o texto, exilados da raça humana. O Kiss convida à diversão. São assustadores e amistosos, engraçados e apavorantes. A letra ajuda a compreender o discurso:

¹⁰¹ Letra disponível em <<https://www.vagalume.com.br/kiss/rock-and-roll-all-nite-traducao.html>> Acesso em 20/11/2016.

¹⁰² Disponível em <<https://www.vagalume.com.br/kiss/psycho-circus-traducao.html>> Acesso em 20/11/2016.

“Psycho circus” “Circo psicótico”

| | |
|---|---|
| Yeah! | Yeah! |
| Hello! | Olá! |
| Here I am | Aqui estou |
| Here we are, we are one | Aqui estamos, nós somos um |
| Well I've been waiting for this night to come | Estive esperando essa noite chegar |
| Get up! | Levante-se! |
| Now it's time for me to take my place | Agora é hora de eu tomar meu lugar |
| The make-up runnin' down my face | A maquiagem escorrendo pela minha face |
| We're exiled from the human race | Nós somos exilados da raça humana |
| | |
| You're in the psy | Você está no psicótico |
| You're in the psycho circus | Você está no circo psicótico |
| You're in the psy | Você está psicótico |
| You're in the psycho circus | Você está no circo psicótico |
| And I say welcome to the show | E eu digo bem-vindo ao show |
| | |
| I've been waiting here to be your guide | Eu estive aguardando aqui para ser seu guia |
| So come | Então venha |
| Reveal the secrets that you keep inside | Revele os segredos que você oculta |
| Step up! | De pé! |
| No one leaves 'til the night is done | Ninguém vai embora antes da noite acabar |
| The amplifier starts to hum | O amplificador começa a zunir |
| The carnival has just begun | O carnaval apenas começou |
| | |
| You're in the psy | Você está psicótico |
| You're in the psycho circus | Você está no circo psicótico |
| You're in the psy | Você está psicótico |
| You're in the psycho circus | Você está no circo psicótico |
| And I say welcome to the show | E eu digo bem-vindo ao show |

5) Verdade artística: embora tenha perdido o rumo ao final dos anos 1970, **Psycho circus**, de 1998, marca um resgate de essência. Atualmente, o Kiss segue se apresentando maquiado, com a maquiagem original de sua cosmogonia, e executa seus clássicos, principalmente, do início da carreira. O retorno ao mito original é uma retomada de curso de uma verdade que se perdeu pelo caminho, mas que é reconhecida como a força motriz da banda. Restaurá-la significa a ressurreição do mito;

6) Personagem ou persona: apesar de não ter seguido sempre pelo mesmo caminho, o Kiss pode ser considerado um mito circular: está sempre girando em torno de seu eixo central, de seu núcleo formador. Ainda que a maquiagem tenha sido abandonada por um período, o que configura assumir outras *personas*, o Kiss

de **Psycho circus** retoma o discurso de **Unmasked**: O Kiss é o que se vê; por trás da máscara, existe o Kiss real, que é igual à máscara; portanto, não existem máscaras, existe o Kiss. A máscara não é uma máscara, mas a verdadeira face do Kiss. Seu passado de cara limpa apresentou um Kiss embriagado e confuso que, depois de uma ressaca, recobrou a consciência e a lucidez. Sua ousadia matou o projeto original, principalmente por esse projeto ser plano, e não esférico. Por isso Bowie soa verdadeiro ao mudar e o Kiss, não;

7) Alegoria: a alegoria do Kiss consiste em dizer ao seu público que a vida é boa, que vale a pena viver, que o mundo da fantasia não é um anestésico, mas um companheiro catártico que fornece prazer. Quando se entra no mundo do Kiss, os problemas não desaparecem, mas devem ser deixados do lado de fora. O Kiss convida ao seu círculo, à sua ambiência. Eles são como o Super-Homem ou o Homem-Aranha, mas pode-se acessá-los, pode-se cantar e vibrar com eles. Eles não salvam os oprimidos do perigo. Eles os salvam do tédio e das asperesas da vida;

8) Corpo em exposição: os fãs do Kiss que conhecem bem a banda (e são muitos) e sua essência, reconhecem, com facilidade, todos os signos que compõem a ambiência dos astros, representados no videoclipe de "Psycho circus". As imagens de abertura (Figuras 38 e 39) situam a audiência no tempo e no espaço. Em um local sombrio, encontra-se o circo psicótico do Kiss, a sua fábrica de sonhos, o seu picadeiro, o seu portal para esquecer da realidade lá fora e curtir a vida dentro do mundo mítico.

Figura 38: Cena inicial de “Psyco circus”



Fonte: O autor (2016).

Figura 39: Cena inicial de “Psyco circus”

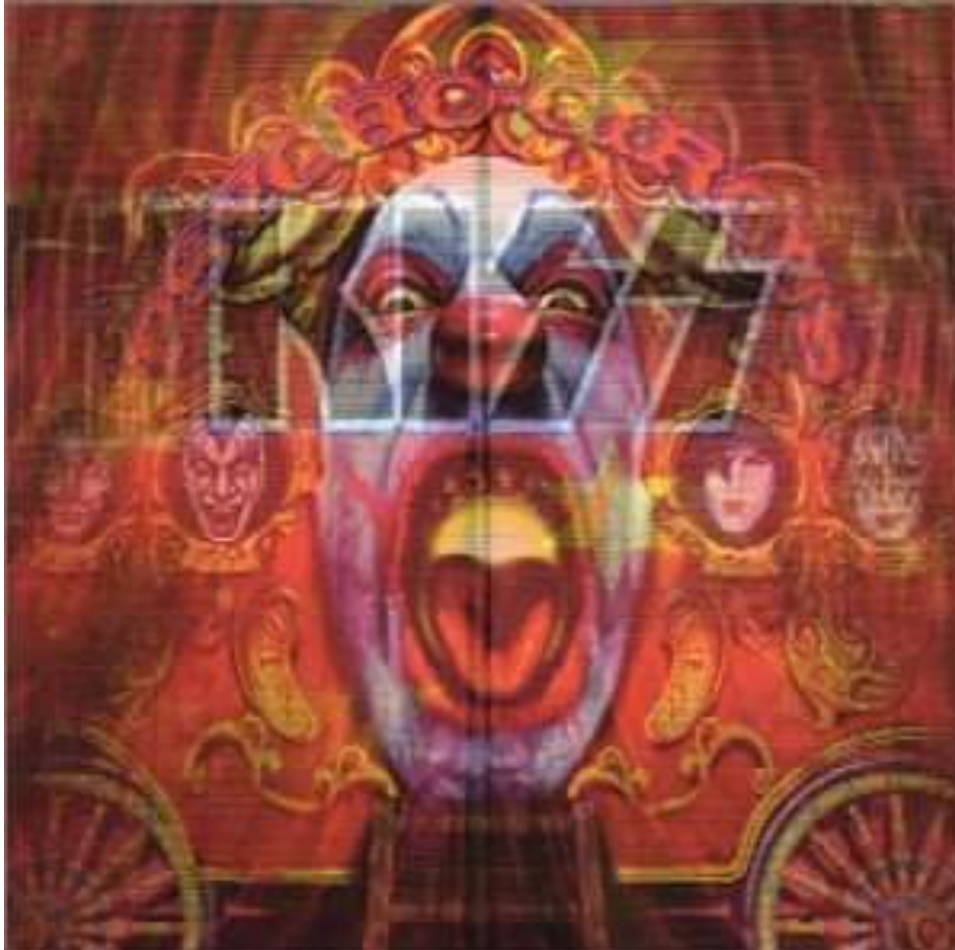


Fonte: O autor (2016).

As imagens do vídeo fazem parte de um sistema visual que integra o clipe, o show da turnê, o projeto gráfico do álbum (com capa holográfica, Figura 40), uma revista em quadrinhos (Figura 41) e um jogo para computador (Figura 42). Com fundo projetado de imagens psicodélicas e caleidoscópios intertextuais ao projeto gráfico desse lançamento, o restante do vídeo mostra os integrantes atuando e representando seus personagens planos (Figura 43). O Kiss não tem múltiplas *personas*, como Bowie, mas

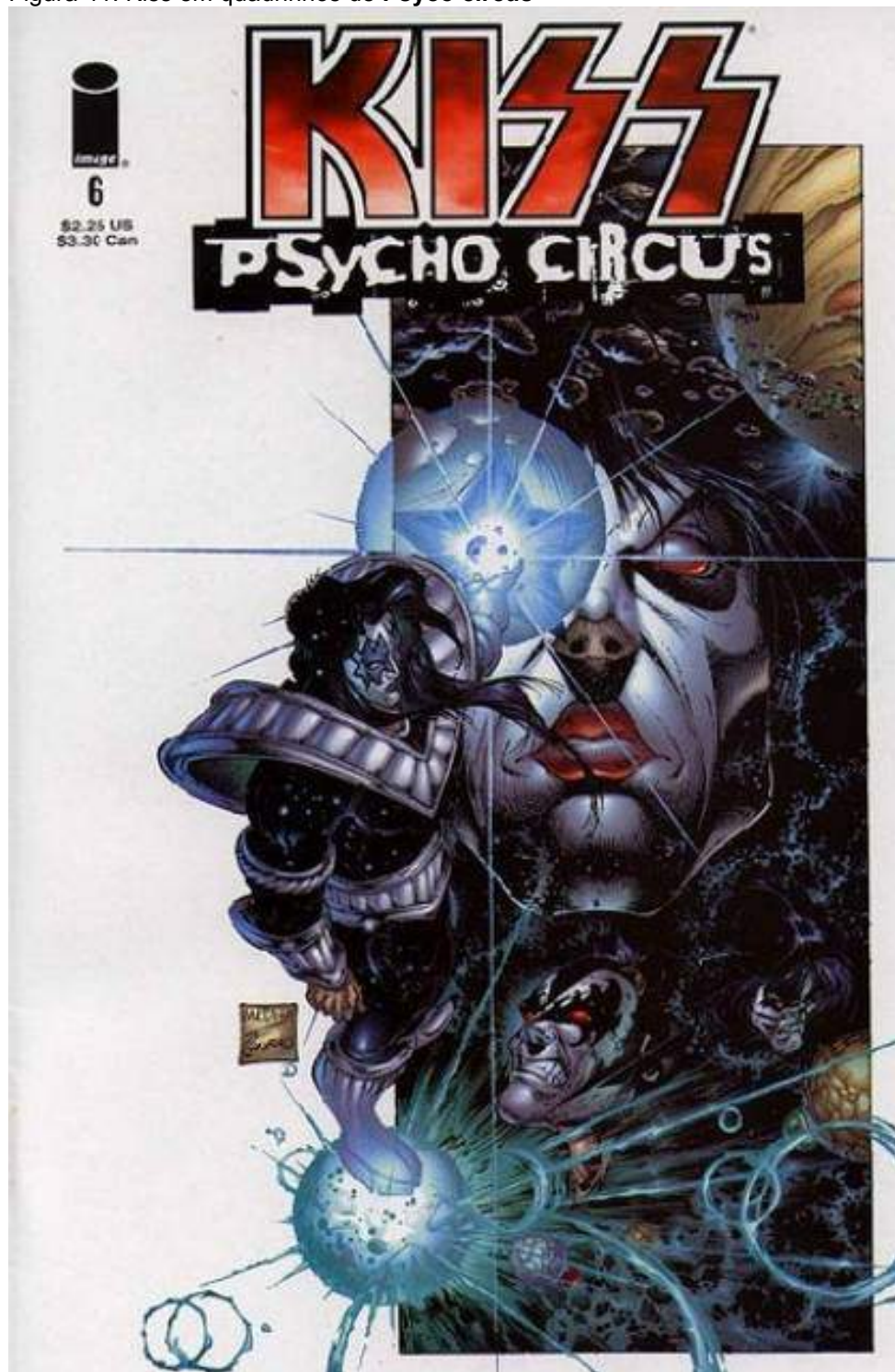
uma *persona* fixa e imutável para cada integrante, assim como um mito deve ser, o que não significa que Bowie não seja um mito, pois sua constância e não ter constância.

Figura 40: Capa de **Psycho circus** (MERCURY, 1998)



Fonte: Reprodução.

Figura 41: Kiss em quadrinhos de **Psycho circus**



Fonte: Reprodução.

Figura 42: Kiss e o jogo de **Psyco circus**



Fonte: <<http://www.kissasylum.com/nightmarechild/multimedia/Demon89.jpg>>
Acesso em 29/11/2016.

Figura 43: Kiss no videoclipe de “Psyco circus”



Fonte: O autor (2016).

Fiel às apresentações ao vivo, Gene Simmons, cercado por fogo, encarna o demônio, vomitando sangue (Figura 44):

Figura 44: Gene Simmons vomita sangue



Fonte: O autor (2016).

Ace Frehley, fiel à sua *persona*, desempenha o papel de homem do espaço (Figura 45):

Figura 45: Ace Frehley, o homem do espaço



Fonte: O autor (2016).

Peter Criss, como sempre, é o gato manhoso (Figura 46):

Figura 46: Peter Criss, o homem gato



Fonte: O autor (2016).

Mais um ato repetido à exaustão em suas apresentações: com a boca ensanguentada, Gene Simmons ergue suas asas de morcego, tornando-se intimidador (Figura 47):

Figura 47: Gene Simmons e suas asas de morcego



Fonte: O autor (2016).

Paul Stanley, como se espera, é o astro romântico e sedutor (Figura 48):

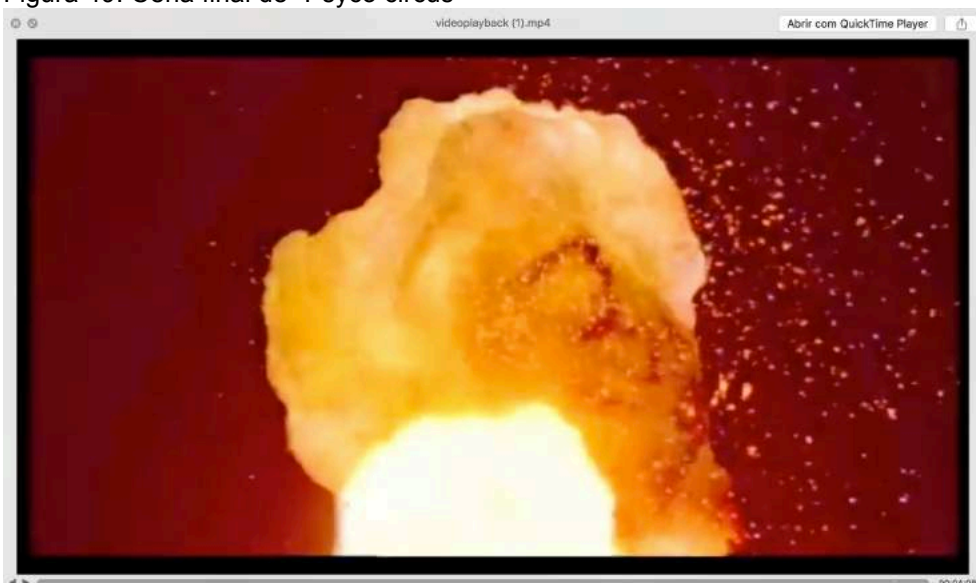
Figura 48: Paul Stanley sedutor



Fonte: O autor (2016).

A cena final (Figura 49) mostra uma grande explosão, representando toda a energia dissipada pelo grupo, que não deixa pedra sobre pedra por onde passa. Afinal, como diz o seu mantra, eles são “a banda mais quente do mundo”.

Figura 49: Cena final de “Psyco circus”



Fonte: O autor (2016)

Em suma, o vídeo evoca todos os atos repetidos e milimetricamente calculados que são vistos nas apresentações do Kiss, passos repetidos da sua cosmogonia até os anos 1980, e de seu retorno ao mito, em 1998, até os dias de hoje;

9) Estranhamento/entranhamento; reflexão/inflexão: os fãs tem uma identificação projetiva muito forte com a banda, e isso ficou evidenciado nas apresentações a que assisti, e em toda a pesquisa documental que faço, desde o final dos anos 1980. Embora o repertório possa ser alterado em alguns pontos, o rito do *show* é sempre igual. Inicia com o mantra de que são a banda mais quente do mundo; Simmons cospo fogo e vomita sangue, a guitarra de Frehley solta tiros de festim, a betaria de Peter Criss levita. A repetição constrói o mito. Diversas pesquisas documentais, feitas por mim, incluindo as três observações do espetáculo *in loco*, apontam que é muito expressivo o número de fãs que vai aos *shows* maquiados como seus ídolos. O Kiss é um super-grupo, um grupo de super-heróis que tem poderes sobre-humanos, como levitar ou cuspir fogo. Gene Simmons é o estrategista de *marketing*; Paul Stanley cuida mais da parte artística. Essas figuras grotescas, agigantadas por suas botas, provocam um estranhamento, mas encantam por seu poder de sedução. Os fãs querem se divertir com o Kiss e, no ato de ser fã, para alguns deles, uma lacuna de suas vidas vazias é preenchida. O Kiss é uma das poucas bandas que, descaradamente, vende uma infinidade de produtos licenciados e, mesmo assim, é incomum ver seus fãs acusando-os de oportunistas. Seu circo psicótico diverte e encanta. Vendem pipocas, vendem memorabilia, vendem sonhos. E faturam milhões.

4.3 LADY GAGA – “Applause” (“Aplausos”)

O último videoclipe em análise é “Applause”¹⁰³ da compositora/cantora/*performer* Lady Gaga. A canção integra o quarto álbum de Gaga, intitulado **Artpop** (*Arte pop*) (INTERSCOPE, 2013), calcado em um *pop* dançante e provocativo. “Applause” foi escrita a oito mãos (Lady Gaga, Paul “DJ White Shadow” Blair, Dino Zisis, Nick Monson, Martin Bresso, Nicolas Mercier, Julien Arias, William Grigahcine), e produzida a quatro (Lady Gaga, Paul “DJ White Shadow” Blair, Dino Zisis, Nick Monson). O videoclipe (de 2013) teve direção da dupla de fotógrafos alemães Inez van Lanswerdee e Vinoodh Matadin, especializados em fotos de moda e publicidade.

1) Canção de artista protagonista: O recorte escolhido enquadra-se nessa primeira categoria filtro, isto é, Gaga é protagonista de seu videoclipe. Portanto, o material é passível de análise pela presente metodologia;

2) Contexto e história de vida: minhas observações sobre essa categoria baseiam-se nas obras de Callahan (2010), Goodman (2010), Herbert (2010), e Phoenix (2010), em minha análise documental sobre a artista, a partir de uma miscelânea de fontes diversificadas, e em uma observação *in loco* de seu espetáculo, ocorrido em 13/11/2012, na cidade de Porto Alegre. Assim como Bowie e os integrantes do Kiss mudaram seus nomes de batismo para nomes artísticos, Stefani Joanne Angelina Germanotta assumiu o personagem Lady Gaga. O nome tem como inspiração a canção “Radio Gaga” da banda britânica Queen, e foi escolhido, como uma decisão de A&R, por um grupo que cuidava do *marketing* da cantora. Como Bowie, mas diferente do Kiss, Gaga vive o personagem Lady Gaga transfigurado em diversas *personas*. Portanto, trata-se de um personagem esférico. No caso de Gaga, tão esférico que poderia ser chamada de *estratosférico*. Gaga é um

¹⁰³ Videoclipe disponível em <<https://youtu.be/pco91kroVgQ>> Acesso em 10/11/2016.

mito musical hiperespetacular e hiper-acelerado. Com apenas dois anos de carreira como Gaga (pois como Stefani já havia realizado trabalhos anteriores), já contava com biografias publicadas, ao contrário de diversos outros artistas, que levam décadas até que se decida que existe material suficiente para sustentar tal tipo de publicação. Em 8 anos de carreira, computa 6 álbuns de estúdio e a atuação em 6 longa metragens. A alta velocidade do jovem público de Gaga, saciado pela igual corrida da artista, ajuda a compreender tal fenômeno. Em 2010, ano de publicação de suas biografias, todos estavam curiosos para responder a seguinte pergunta: Quem é Lady Gaga? Callahan (2010, p. 18) afirma que Gaga sempre dava a mesma resposta: “Ela é e sempre foi uma aberração, uma desajustada, uma alma perdida à procura de viajantes semelhantes”. Trata-se de uma repetição de construção mítica visando naturalizar o mito. O aspecto visual sempre esteve em primeiro plano na carreira de Gaga, mesmo ela sendo uma competente compositora, instrumentista e intérprete. Ela é uma *performer*, isto é, todos os seus atos são performances dramatizadas, incluindo sua vida. Desde seu estouro mundial em 2008 com o álbum de estréia (INTERSCOPE, 2008) chamado **The fame (A fama)**, a cantora já enunciava a que vinha: fama. Como pude observar *in loco* e de modo documental, seus espetáculos são uma mistura de atuações burlescas, *show* de horrores, aparições assustadoras em tom infantil, e provocações sexuais. Tendo Madonna e Bowie como principais matrizes, Gaga procura ser uma agenciadora estética e comportamental. Aproximou-se do público *gay*, um dos principais segmentos de público que a conduziram ao estrelato, com o discurso de *estar ao lado dos excluídos*. Suas construções espetaculares correspondem a uma miríade intertextual, na qual diversos signos são estilhaçados, remixados e revisitados, pescados da cultura tradicional, da *pop art* de Warhol, e das representações pós-modernas. Reflexo da juventude que tem muito acesso às informações, mas que nem sempre as articula da melhor maneira, Gaga não tem tempo para

aprofundamentos, pois está sempre correndo em direção ao próximo passo. Na economia da atenção, é prudente não se prestar tanta atenção. Essa corrida está carregada de um medo de cair no esquecimento, de perder a fama, de voltar ao poço dos excluídos. Ela é um Bowie hiper-acelerado. Se Bowie construía e destruía suas *personas* de um álbum para o outro, Gaga o faz de uma canção para outra, ou diversas vezes dentro de uma mesma canção. As comparações com Bowie são freqüentes, sempre colocando Gaga aquém de Bowie (de quem ela sempre foi devota e admiradora). Como pode ser visto nas Figuras 50, 51 e 52, Gaga frequentemente venerou Bowie. As imagens correspondem, respectivamente, a um *frame* do videoclipe da canção **Just dance** (Apenas dance) (Matsoukas, 2008), um dos primeiros sucessos de Gaga, e duas homenagens póstumas prestadas por ela à morte de Bowie, sendo a primeira um extrato da apresentação que Gaga fez durante a premiação do Grammy 2016¹⁰⁴, e a segunda, uma tatuagem realizada em seu corpo, com a imagem de Ziggy Stardust em “Aladdin Sane”. A homenagem apresentada no Grammy foi vista por muitos, inclusive por Duncan Bowie, filho do astro, como uma atitude de *marketing* desrespeitosa.

¹⁰⁴ O Grammy é uma das principais premiações mundiais da indústria fonográfica. Performance de Gaga disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=HvIHMhI4WM4>> Acesso em 20/11/2016.

Figura 50: Gaga, “Just dance”, just Bowie



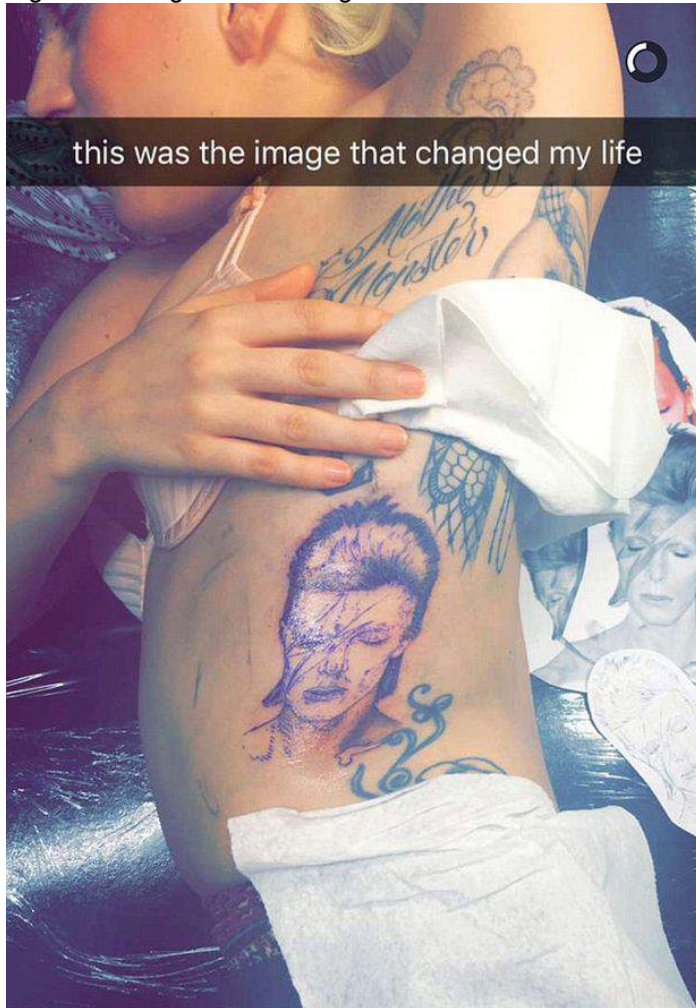
Fonte: O autor (2016).

Figura 51: Gaga homenageando Bowie no Grammy 2016



Fonte: <<http://d.ibtimes.co.uk/en/full/1490365/lady-gaga.jpg>>
Acesso em 20/11/2016.

Figura 52: Gaga e sua tatuagem de Bowie



Fonte: <<http://i4.mirror.co.uk/incoming/article7369995.ece/ALTERNATES/s615b/Lady-Gaga-gets-David-Bowie-tattoo-in-tribute-to-the-late-icon.jpg>> Acesso em 20/11/2016.

Se Madonna era soberana em seu reinado de estrela feminina do *pop*, sobretudo entre os anos 1980 e 1990, nos 2010s Gaga luta para se manter relevante, disputando atenção com rivais estelares como Ariana Grande, Beyoncé, Britney Spears, Kate Perry, Lily Allen e Rihanna. A revisão bibliográfica aponta que, embora Gaga queira se naturalizar como uma transgressora, de fato, seu personagem é, como tudo o que a cerca, uma construção bem arquitetada em busca da fama. Como Bowie, ela teve apoio de seu pai, cercou-se de pessoas necessárias ao sucesso e descartou aquelas que não tinham mais utilidade ou atrapalhavam a sua caminhada. Nada deve interpor-se entre ela e seus fãs. Como Bowie, vendeu-se como um ser extraterrestre, andrógino, bizarro e

sedutor. Sempre foi apaixonada por seu trabalho. Tal qual Gene Simmons e Madonna, Gaga também tem aptidão para os negócios. Se o Kiss possui o Kiss Army, ela possui seu exército de fãs chamado Little Monsters (Monstrinhos). O nome do séquito pretende incluir todos aqueles que se acham esquisitos, rejeitados ou excluídos da sociedade. Os figurinos de Gaga sempre foram destaque em sua carreira, seja pela diversidade, seja pela sua inventividade. Mais do que Kiss e Bowie, ela integra a moda ao seu projeto artístico. Encontrei um vídeo¹⁰⁵ *online* que mostra uma parcela desse viés, apresentando, em 4 minutos, 155 *looks* utilizado pela cantora ao longo da carreira. A Figura 53 expõe um resumo imagético dessa pluralidade;

Figura 53: Mosaico de personas/figurinos de Gaga



Fonte: O autor (2016).

¹⁰⁵ Disponível em <<https://youtu.be/kHtAUWJQfME>> Acesso em 20/11/2016.

- 3) Projeto artístico/ideológico: Lady Gaga se coloca como uma mártir pós-moderna da arte. Ela está disposta a fazer qualquer sacrifício por seus fãs mas, sobretudo, qualquer coisa pela fama. Diferente de Bowie, que se colocava além dos fãs, ela se posiciona como alguém igual aos fãs, uma igual na qual eles podem confiar, alguém que, como eles, sente-se oprimido, excluído ou incompreendido. Gaga quer provar que através do amor e da determinação é possível tornar-se um vencedor. Lily Allen, concorrente direta de Gaga, afronta-a em sua canção “Sheezus”¹⁰⁶ (Allen/Natche) de 2014, ao dizer¹⁰⁷:

Estamos assistindo à Gaga, rindo muito
Morrendo pela arte, então, ela é um mártir
Ficar em segundo não é o bastante para as divas
Me dê a coroa, vadia
Quero ser a Deusa

Embora se venda como um ser mítico, sobre-humano e de atitude, Gaga não nega suas fragilidades ou pontos fracos, explicitando-os através de sua arte. Sua vida é toda uma grande performance. Sua vida é sua obra de arte. Em seu discurso, ela conota que fará tudo o que puder para estar perto dos fãs. Ao contrário de Bowie e Kiss, Gaga abusa da dança e da coreografia. Como Bowie, e ao contrário de Kiss, seu projeto pretende sempre surpreender. Ao longo de seu caminho musical, iniciou solo no *pop*, flertou com Tony Bennet pelo *jazz* e, em seu último álbum (INTERSCOPE, 2016), faz o mito Gaga defrontar-se com o original. Se em **Unmasked** o Kiss afirmava que, por trás das máscaras, não existia nada além deles, ao chamar seu álbum de **Joanne** (seu verdadeiro nome), Gaga obriga o mito a encarar o seu lado mortal. Se sua vida é uma obra de arte, terá sobrado algo de Joanne, ou tudo é uma grande farsa? Como a canção em análise diz respeito a uma

¹⁰⁶ No português, “Deusa”.

¹⁰⁷ Letra disponível em <<https://www.vagalume.com.br/lily-allen/sheezus-traducao.html>> Acesso em 19/11/2016.

fase anterior, essa provocação fica no ar para posterior análise, em outro momento;

4) Libreto e enredo: a letra¹⁰⁸ da canção pode ser considerada um expoente-síntese do projeto artístico de Gaga, e por isso eu a escolhi para análise. Nela, o que explanei antes sobre a artista toma corpo e forma. Uma miscelânea de imagens e *personas* são apresentadas freneticamente, revelando uma Gaga que quer ser tudo para todos, fazer qualquer coisa pela fama, usar de todas as referências para costurar a sua colcha de retalhos afetivos e hipnotizar a audiência: ela precisa dos aplausos, eles a alimentam, eles a ajudam a esquecer dos tempos em que era excluída, eles a ajudam a passar pelo dor da solidão daqueles que se dedicam integralmente à arte. Os aplausos são para aqueles que enfrentam a jornada do herói e voltam vitoriosos. Ela também dá um *tapa de luva* naqueles que menosprezam seu trabalho, dizendo que se trata de arte vulgar, e que acusam sua intertextualidade de quantitativa, e não qualitativa. Apresento a letra no original e em tradução para o português.

| “Applause” | “Aplausos” |
|---|---|
| I stand here waiting for You to bang the gong To crash the critic saying Is it right or is it wrong? | Fico aqui de pé esperando Você bater o gongo Para arreventar a crítica dizendo Isso está certo ou está errado? |
| If only fame had an I. V. Baby, could I bear Being away from you, I Found the vein, put it in here | Se a fama tivesse um intravenoso Amor, eu poderia aguentar Ficar longe de você, eu Encontrei a veia, coloque aqui |
| I live for the applause, applause, applause I live for the applause-please Live for the applause-please Live for the way that you cheer and scream for me | Vivo pelos aplausos, aplausos, aplausos Vivo pelos aplausos, aplausos Vivo pelos aplausos, aplausos Vivo pela maneira que você torce e grita por mim |
| The applause, applause, applause | Os aplausos, aplausos, aplausos |

¹⁰⁸ Letra disponível em <<https://www.lettras.mus.br/lady-gaga/applause/traducao.html>>
Acesso em 10/11/2016.

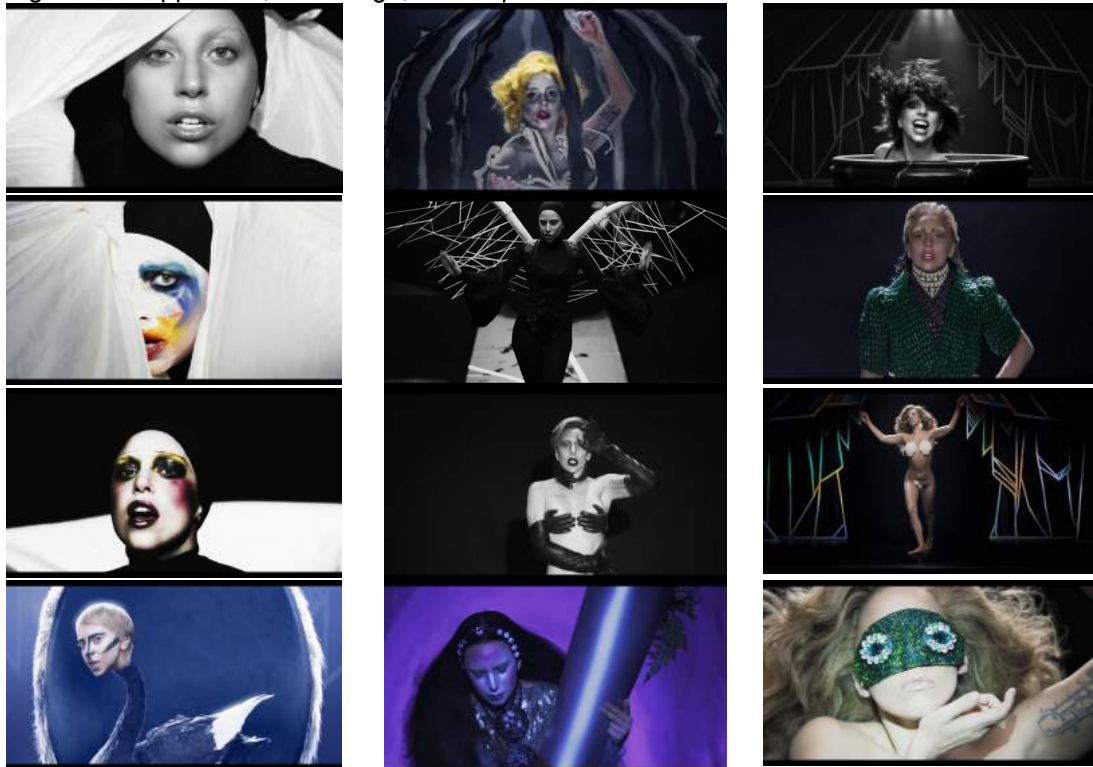
| | |
|---|---|
| Give me that thing that I love (I'll turn the lights out) Put your hands up, make 'em touch (Make it real loud) | Me dê aquela coisa que eu amo (Eu apagarei as luzes) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem (Faça muito barulho) |
| Give me that thing that I love (I'll turn the lights out) Put your hands up, make 'em touch (Make it real loud) | Me dê aquilo que eu amo (Eu apagarei as luzes) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem (Faça muito barulho) |
| A-P-P-L-A-U-S-E (Make it real loud) Put your hands up, make 'em touch | A-P-L-A-U-S-O-S (Faça muito barulho) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem |
| A-P-P-L-A-U-S-E (Make it real loud) Put your hands up, make 'em touch | A-P-L-A-U-S-O-S (Faça muito barulho) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem |
| I've overheard your theory "Nostalgia's for geeks!" I guess, sir, if you say so Some of us just like to read | Ouvi por acaso sua teoria "Nostalgia é para os nerds!" Acho que sim, senhor, se você diz Algum de nós apenas gosta de ler |
| One second I'm a Koons then Suddenly the Koons is me Pop culture was in art Now art's in pop culture, in me! | Num segundo, sou um Koons, então De repente Koons sou eu A cultura pop estava na arte Agora a arte está na cultura pop, em mim! |
| I live for the applause, applause, applause I live for the applause-please Live for the applause-please Live for the way that you cheer and scream for me The applause, applause, applause | Vivo pelos aplausos, aplausos, aplausos Vivo pelos aplausos, aplausos Vivo pelos aplausos, aplausos Vivo pela maneira que você torce e grita por mim Os aplausos, aplausos, aplausos |
| Give me that thing that I love (I'll turn the lights out) Put your hands up, make 'em touch (Make it real loud) | Me dê aquilo que eu amo (Eu apagarei as luzes) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem (Faça muito barulho) |
| Give me that thing that I love (I'll turn the lights out) Put your hands up, make 'em touch (Make it real loud) | Me dê aquela coisa que eu amo (Eu apagarei as luzes) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem (Faça muito barulho) |
| A-P-P-L-A-U-S-E (Make it real loud) Put your hands up, make 'em touch | A-P-L-A-U-S-O-S (Faça muito barulho) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem |
| A-P-P-L-A-U-S-E (Make it real loud) Put your hands up, make 'em touch | A-P-L-A-U-S-O-S (Faça muito barulho) Coloque suas mãos para cima, faça-as tocarem |
| Touch, touch Touch, touch now | Toque, toque Toque, toque agora |

Figura 54: Quem é Gaga?



Fonte: O autor (2016).

Figura 55: "Applause", uma Gaga, muitas *personas*



Fonte: O autor (2016).

7) Alegoria: o videoclipe de Gaga, assim como ocorre frequentemente em sua obra, apresenta uma série de referências e intertextos. Vou destacar os mais significativos para compor a alegoria base do vídeo. A obra **O nascimento da Vênus** (1483), de Sandro Boticelli (Figura 56), é referida quando Gaga aparece vestida como Vênus (Figura 57). Na pintura de Boticelli, a deusa Vênus (deusa do amor e da beleza) emerge das águas em uma concha. Essa imagem pode ser lida como Gaga voltando vitoriosa de sua jornada do herói, sendo a concha o seu período de reclusão, preparo e aprendizagem. A obra de Boticelli também figura na capa do álbum **Artpop** (INTERSCOPE, 2013), como pode ser visto na Figura 58. Em tal citação, Gaga quer mostrar que atualiza as referências, que a arte do passado alicerça sua construção, como a capa do álbum sugere;

Figura 56: **O nascimento da Vênus** de Boticelli (1483)



Fonte: Reprodução.

Figura 57: Gaga, a Vênus do *pop*



Fonte: O autor (2016).

Figura 58: Capa do álbum **Artpop** (INTERSCOPE, 2013)



Fonte: Reprodução.

O site BuzzFeed¹⁰⁹ identificou uma série de intertextos, os quais apresento, analiso e comento, a seguir.

A imagem futurista do clássico expressionista alemão **Metrópolis** (LANG, 1927) pode ser identificada na Figura 59:

Figura 59: Gaga e Metrópolis (1927)



Fonte: O autor (2016), com base em BuzzFeed (2016).

¹⁰⁹ Disponível em <https://www.buzzfeed.com/azafar/every-cultural-reference-you-probably-didnt-catch-in-lady-ga?utm_term=.ofY4qeWzX#.deb0RN5rK> Acesso em 20/11/2016.

Outra imagem evocada do passado, que lembra o terror e o bizarro, tem como base o filme alemão expressionista **The cabinet of Dr. Caligari (O gabinete do Dr. Caligari)** (WEINE, 1920), como mostra a Figura 60:

Figura 60: Gaga e Dr. Caligari (1920)



Fonte: O autor (2016) com base em Buzzfeed (2016).

O diretor Ingmar Bergman também é referenciado, quando Gaga apropria-se do visual de um personagem do filme **The seventh seal (O sétimo selo)** (BERGMAN, 1957), como pode ser verificado na Figura 61:

Figura 61: Gaga e Bergman (1957)



Fonte: O autor (2016) com base em Buzzfeed (2016).

Outro *frame* no qual Gaga aparece com os cabelos amarelados lembra o retrato de Marilyn Monroe, produzido por Andy Warhol em 1962, comparado na Figura 62:

Figura 62: Gaga *pop art*/Artpop



Fonte: O autor (2016).

Ela também se apresenta como um centauro, figura mitológica que representa uma metáfora sobre o conflito entre os baixos instintos e o comportamento civilizado da humanidade, como pode ser visto na Figura 63. O centauro está saindo de uma cartola, alusão aos truques de mágica, mostrando como as tecnologias do espetáculo constroem o mito, ou ainda, que ela sempre tem uma surpresa nova a ser revelada.

Figura 63: Gaga, um centauro na cartola



Fonte: O autor (2016).

O vôo de Ícaro em busca do sol também figura no videoclipe, como pode ser visto na Figura 64.

Figura 64: Gaga e o vôo de Ícaro



Fonte: O autor (2016).

Todas essas referências tecem uma mesma alegoria que consiste em propor a pergunta cosmogônica: quem é Lady Gaga? A resposta pode ser imaginada como o que infiro: Lady Gaga é uma artista contemporânea, talvez um dos maiores expoentes da geração super-veloz e super-conectada, que promove uma salada

de referências, formas e estilos para compor uma arte formada por micro-fragmentos, que tem necessidade de se reinventar a cada segundo, pois o tempo é o bem mais precioso e nada merece uma foto muito demorada, pois assim, perde-se tempo. O vídeo mostra uma Gaga preocupada em dizer que conhece a história e que se utiliza dela para seguir adiante. Quer provar que sua arte não é vulgar ou rasa. Ela é um bufão burlesco, cheio de fãs, mas solitária no seu íntimo. A mesma menininha deixada de lado, durante a adolescência, parece habitar o coração de Gaga. Ser Gaga é mais fácil do que ser Joanne. Ser Joanne é mais heroico do que ser Gaga;

8) Corpo em exposição: tanto nesse vídeo, como observando panoramicamente a carreira de Gaga, percebe-se que ela usa seu corpo como uma tela discursiva de alto impacto. Por seu corpo desfilam suas *personas*. Seu corpo se transmuta rapidamente, mostrando Gaga como uma figura mutante sobrenatural, que pode assumir diversas personalidades (*personas*), e alternar as máscaras rapidamente, indo e vindo, gerando uma ambiência de mistério que torna difícil decifrá-la, usando do grotesco e do bizarro como forma de imposição e afirmação. Ao longo da letra, em cortes rápidos, ela encarna, desencarna e volta a encarnar um leque de máscaras e espectros visuais;

9) Estranhamento/entranhamento/reflexão;inflexão: como Bowie, Gaga abusa de um alto grau de estranhamento. Ela consegue pintar um quadro musical com alto poder de identificação projetiva. Uma ida ao seu *show* mostra fãs vestidos como ela. Bowie e Kiss também conseguiram tal feito. Mesmo sendo vista como uma diva e um ser mítico-espetacular, faz sua audiência identificar-se com o estranhamento que provoca. Ela é estranha como os seus. Seus fãs são sua família. Ao colocar-se no mesmo horizonte dos espectadores, Gaga cria um clima confortável, no qual os fãs sentem-se livres para serem quem são, e encontram em Gaga um

vetor de certificação, amparo e proteção. Quanto mais bizarra e não convencional ela se mostra, mais cria um movimento conjunto de diferenciação e aglutinação: diferenciação da sociedade conservadora e do *status quo*, impulsionando um afastamento daqueles que consideram-na, e a seus *little monsters*, como figuras depreciadas; aglutinação em torno de um ideal e uma comunidade, que ve nas suas diferenças e em seus medos, um potente cimento social e força para ir além. Assim, Gaga fortalece o imaginário de sua construção mítica, sendo a rainha dos oprimidos e mal compreendidos, todos em redenção perante sua música e sua arte. Em uma época de total exposição, de um narcismo fragilmente alicerçado por uma insegurança e necessidade de aprovação, o projeto de Gaga parece bem pertinente. Ela parece dar a vida por seus fãs. Na realidade, ela é seu Cristo redentor.

5. RESISTÊNCIA/DESISTÊNCIA

Talvez o leitor esperasse encontrar, nesse último capítulo, como é de praxe, o título “Considerações finais”. Porém, optei por outro fechamento. O doutorado é um processo de auto-conhecimento, descoberta, transformação e, sobretudo, resistência. Exceto por apêndices posteriores, como projetos de pós-doutoramento, é a última etapa na formação acadêmica, o que não significa que não se continue pesquisando e estudando, mas fecha-se um ciclo. Fazendo um retrospecto, vejo quantos anos, quantas destruições criativas e quantos esforços foram necessários para se chegar até aqui. Trata-se de resistir ao instituído, enfrentar as dúvidas do caminho e, até, lutar contra si, alcançando uma superação pessoal. É uma maratona intelectual de fôlego, que exige uma grande resistência para ser completada. Resistência também me lembra o filamento de uma lâmpada, na qual, por resistência de passagem de corrente, se incandesce, aquece e ilumina. As descobertas são como filamentos em brasa, iluminações.

Em produção musical, é comum os produtores e artistas afirmarem que não se termina um álbum, desiste-se dele. Durante a produção, cada olhar crítico (e são muitos) sobre a obra sugere mudanças. E se a mixagem fosse diferente? E se usássemos outros instrumentos? E se fossem 9, e não 8, faixas? Considero a tese como um álbum musical, do qual, após 4 anos, é preciso desistir. Desistir não significa entregar um produto incompleto. Desistir significa colocá-lo no mundo, deixar que reverbere e que, após alguns anos de um distanciamento necessário e salutar, seja revisitado em forma de um artigo, ou que instigue outras pesquisas de outros colegas. Assim é o ciclo da arte, e o da arte acadêmica, também.

No início da pesquisa, eu queria entender melhor se, hoje em dia, pode-se pensar o artista musical como um mito, ou se ele é outra coisa. Portanto, foi necessário estabelecer um panorama sobre os mitos, como fiz no primeiro capítulo. Também inferi que seria possível pensar em algo chamado *mitologia musical*, o que apresentei adiante, no capítulo 3, isto é, uma conceituação envolvendo, desde a mitologia ancestral, até o campo da indústria musical. Como foi visto, hoje existem bem mais *celebridades* musicais do que mitos musicais. A *celebridade* é menor do que o mito, pois ela representa um objeto de contemplação resultante, não de feitos heroicos, não de uma *jornada do herói*, mas de banalidades, sendo ovacionada, muito mais por razões fúteis, do que por virtudes profundas. Se os *novos mitos* são efêmeros, a morte da *celebridade* é ainda mais prematura. Em um mundo acelerado, parece haver mais espaço e interesse por esse tipo de manifestação, mesmo que ela seja extremamente peregrina e rara, portanto, adequada ao *Zeitgeist* dos anos 2010.

A construção mítica exige preparo, muita resistência física, emocional e intelectual, tempo de maturação e solidificação, e nada de desistência. O mito permanece vivo enquanto dele se falar, e essa fala, para que seja propagada ao longo do tempo, requer uma negociação constante entre o mito, seus propagadores e seus crentes. O mito tem a sua fala, mas vive e revive na fala dos outros. No princípio, os mitos auxiliavam o homem a aceitar os acontecimentos da natureza e traziam um conforto didático sobre esses fenômenos naturais. Explicavam, ainda, porque as coisas são como são. Além disso, sempre persistiu uma questão norteadora que intriga o homem desde que ele compreendeu a sua finitude, da qual os mitos procuram dar conta: qual a sua origem, seu destino, seu propósito e sua finitude?

No espetáculo, dos tempos antigos aos dias de hoje, alguns mitos ganham vida, forma e força. A própria religião, seja qual for, sempre se utilizou de uma espetacularização para explicar, tanto a cosmogonia, quanto a vida eterna. Se os crentes sonham com a vida eterna, é porque o mito aí está para provar que a eternidade existe, uma vez que, tradicionalmente, ele

é eterno, inquestionável e imutável. Hoje, no campo da publicidade, em meio a uma saturação de mensagens, busca-se fazer com que as marcas contem histórias de vida, e não, simplesmente, vendam produtos ou serviços. A isso, dá-se o nome de *storytelling*, ou seja, contação de histórias. Minha tese busca promover um breve, mas suficiente, olhar histórico que permita perceber que essa aparente *novidade*, de fato, sempre acompanhou o homem. Vale para as marcas, para as religiões e vale para os mitos.

O que se quer de uma vida? É uma pergunta cuja resposta tende a ser arrogante, perigosa e insolúvel. Porém, parece-me que, em linhas gerais, seja por que meio for, as pessoas querem ser amadas e aceitas em seus grupos de convivência. Querem sentir que sua vida tem um propósito maior do que, simplesmente, ocupar-se à espera da morte, talvez a única certeza humana. A real noção de finitude humana terrena é o que alimenta as religiões e os mitos, e os mitos ligam o homem, em comunhão. O mito está aí para confortar, amparar, oferecer abrigo e, principalmente, fornecer, se não uma explicação plena, ao menos, um pequeno caminho de entendimento sobre como e porque viver. É nesse terreno que os mitos musicais se criam e procriam, e no ritual que fortalecem a si e aos seus.

Ao longo dessa pesquisa, demonstrei o que gera admiração e aderência do público em relação aos mitos musicais. A *mitologia musical* é uma ambiência na qual os astros musicais gravitam. Ela é um somatório de imaginários, nada naturais, mas sim, totalmente arquitetados e amplificados pelas *tecnologias do espetáculo*. Diversos são os pontos de contato e expansão, como *shows*, entrevistas, obra musicais, videocliques, biografias e memorabilia. Ao ser encantado pela fala do mito musical, o fã crê em sua *verdade artística*, e se o mito seguir fiel à sua lógica interna e der ao fã aquilo que ele espera receber, seguirá eterno, enquanto essa negociação continuar favorecendo, principalmente o fã. Se, antes, os mitos ecoavam exclusivamente no plano da oralidade, hoje os mecanismos de registro eletrônicos e as conexões planetárias em rede auxiliam para que a história se preserve de forma mais palpável, propagável e acessível, o que não significa que não se possa cair no buraco negro do esquecimento na próxima esquina

dos interesses. Por isso, enquanto dura, o mito é um organismo vivo, que precisa ser nutrido e cultivado a todo instante.

O ídolo sonoro elabora um projeto artístico, contendo sua verdade e seus ideais, e o coloca em circulação, com o auxílio da indústria musical, mas é o fã, efetivamente, quem alimenta e faz o mito acontecer, o fã em comunhão com outros fãs e com seu ídolo. Uma vez que essa conquista, do fã pelo ídolo, seja vitoriosa, o fã entra dentro da ambiência mítica e crê no pacto narrativo estabelecido com o ídolo. A ambiência mítica depende de um grande número de atores sociais, como empresários, produtores, A&Rs, etc, para que siga pulsante. Toda essa equipe concentra seus talentos e esforços que são centralizados e disparados pela lança do astro. A união de todos faz a força do ídolo. Nessa relação de prazer mútuo, nenhuma das partes quer desnaturalizar o mito. Esse papel fica por conta dos críticos, dos intelectuais e da academia. A realidade é bem menos saborosa e temperada do que a fantasia. Ao pensar-se em quais são os mais antigos mitos musicais que vem à mente, tendo Bach como um exemplo, é possível dar-se conta de que a eternidade de Bach tem apenas alguns séculos, e alguns séculos não são uma eternidade, mas sim, alguns séculos. Portanto, ainda fica difícil provar a eternidade de um mito musical. Talvez possa ser pensada em eternidade parcial, ou eternidade relativa. Essa questão permanece em aberto, sendo impossível de ser respondida, pelo menos agora.

O ídolo precisa de um *duplo*, cúmplice do espetáculo, para ajudá-lo a esconder suas fraquezas e demonstrar uma força e um brilho incomuns pois, caso contrário, seria tão somente um ser ordinário, papel reservado à audiência, e não ao astro. Mas a vida ordinária também tem as suas delícias, e ser um ídolo em tempo integral é um ato de total resistência e nada de desistência. Como foi visto, ser ídolo é um ato de sacrifício constante. Nesse sacrifício, agir como sobre-humano, dotado de virtude, confere ao ídolo um tom mítico. Como o mito agencia e vetoriza, ele deve saber indicar para onde os iniciados devem seguir, como devem pensar, o que devem vestir, sobre o que discutir e, como se não bastasse, auxiliá-los a encontrar a resposta àquela grande e múltipla questão norteadora existencial que descrevi aqui:

de onde viemos, para onde vamos, quem somos nós, qual o nosso propósito?

Nunca se produziu e consumiu música como nos últimos anos. O barateamento dos meios de produção, somado às facilidades de exposição do que é produzido, sobretudo no campo das conexões digitais em rede planetárias, despeja, diariamente, toneladas de conteúdo e aspirantes a ídolo. Poucos conseguem penetrar nesse panteão, e pouquíssimos conseguem se manter nele. Muita quantidade, extrema conectividade, pouca qualidade.

A arte é sempre um contínuo que se alimenta do passado, destruindo-o, resgatando-o e reestruturando seu DNA, seja em forma, seja em conteúdo. Nessa ciranda, permanece a *grande questão existencial* discutida pela arte (o viver e o morrer; origem, destino, permanência), e outras questões e temas complementares como amor, ódio, paixão, desejo, medo, arrependimento, culpa, etc, todas fixadas em diferentes processos de representação. Por isso, interessei-me em ver como o homem, historicamente, procurou lidar com as representações através de signos e alegorias. Para pensar a representação, voltei brevemente ao teatro grego, e segui acompanhando fragmentos temporais que passaram pelo teatro tradicional, pela ópera e pelas sociedades espetacular e hiperespetacular.

Tendo a arte como sua moldura, seja conceitual ou física, vi que a representação pode ocupar os limites de uma apresentação ao vivo, uma pintura, um filme, uma canção, um álbum, uma peça teatral, uma ópera ou um videoclipe. Embora a tese seja sobre o mito, e não, propriamente sobre videoclipe, interessei-me pelo tema, ao observar que a geração atual tem o costume de procurar por esse tipo de forma de expressão artística quando se depara com uma canção ou grupo desconhecido. Mais do que nunca, hoje, o ato de *ouvir* um artista é tanto visual quanto sonoro. Demonstrei que, desde os gregos, a mente pensa com imagens. Procurar hierarquizar ou separar a música da imagem é improdutivo pois, ainda que exista uma audição às escuras, ela sempre acionará em uma mente potencial algo de visível. Como

o ato de ser fã é um ato de fé, identifiquei o videoclipe como um oratório eletrônico, por seu poder de culto, acesso e disseminação. Assim como não se pode separar o som da imagem, também é complexo separar o ídolo do fã. Por isso, mesmo que o foco da pesquisa tenha sido sobre o ídolo, sempre que oportuno, procurei colocar o fã em perspectiva, como elemento indispensável nesse sistema simbólico. Portanto, para evitar sugerir um modelo analítico técnico (e existem vários deles muito bem resolvidos por outros pesquisadores), decidi propor um modelo que possa auxiliar futuros pesquisadores a perceber a fala do mito presente em um videoclipe. Ainda que o videoclipe seja um fragmento de um grande todo, um ponto de contato do artista, essa peça carrega, em si, traços da ambiência mítica, uma vez que funciona, tanto como construtora, quanto como propagadora desse organismo conceitual.

Talvez um dos grandes méritos de resistência e coragem da tese tenha sido o fato de aproximar a música da literatura. Por considerar a literatura como a arte mais genial de todas, senti-me impelido a buscar uma apropriação dessa vertente para pensar o mito musical. Se o mito tem uma fala, essa fala existe dentro de uma narrativa. O pacto narrativo faz de leitor, autor e personagens, cúmplices de uma realidade ficcional aceita como uma possibilidade real. Uma vez que muitos artistas musicais aniquilam o seu *eu* para viver o seu *duplo* espetacular, sua vida privada torna-se um grande romance público, no qual, diferente da literatura, em que um ano pode passar após a leitura de duas páginas, o tempo da narrativa é exatamente o tempo real da vida do artista, exceto quando essa narrativa é recontada em forma de biografia impressa ou eletrônica, *a posteriori*.

Escolhi David Bowie para ser o primeiro sobre o qual testei minha proposta metodológica, pois ele foi um dos maiores artistas do século XX e arquitetou sua mitologia musical de forma impressionante, mesmo que tenha passado por certos momentos de baixa criatividade. Poderia ter escolhido a obviedade de discutir seu personagem símbolo, Ziggy Stardust, mas achei mais interessante olhar para um momento em construção prévia. O videoclipe de “Life on Mars” é intrigante e hipnótico, pois apresenta o artista

sozinho, contando única e exclusivamente com maquiagem e figurino. Sua *persona* é tão forte que se basta para seduzir e convencer, além, é claro, de sua canção e interpretação cênica. Mesmo que outros, como Alice Cooper, tenham utilizado recursos cenográficos parecidos com os de Bowie, ele pode ser considerado um dos primeiros e mais influentes *artistas totais* da história. Ainda que, na década de 1970, a concorrência não fosse tão grande como hoje, ele já utilizava um arsenal de recursos para construir suas *personas*, obras e história de vida. Foi um provocador em diversos sentidos, principalmente no âmbito sexual. Ao final, foi-se deixando dois álbuns brilhantes e um legado que tende a seguir gerando frutos, cópias e intertextos.

Já havia trabalhado com o Kiss em minha monografia, pois acompanho a banda desde a minha adolescência. Tive a felicidade de assistir a três apresentações do grupo ao vivo, sendo a primeira delas com a formação original. Ao contrário de Bowie, o Kiss é um grupo que não deseja mudar o mundo, apenas divertir e entreter, o que não invalida seu potencial de agendamento na vida de muitos de seus fãs. Com temas hedonistas, quer, tão somente, que seus fãs sejam felizes. Seus integrantes são *personagens planos*, escondidos no refúgio seguro de suas máscaras. Não só são *artistas totais*, como possuem uma estratégia de *marketing* agressiva, que se propaga em todas as direções, mediante uma miríade de produtos licenciados. Mesmo antes do termo *narrativa transmidiática* ser colocado em discussão, por pesquisadores como Jenkins (2008), o Kiss já construía sua personalidade de super-heróis de forma seriada, em diversas plataformas. Sempre disseram que seu som era como o som de um trovão, um rugido alto de força e poder, conduzido por pilhas de amplificadores. O vídeo escolhido é uma afirmação do tipo “o sonho não acabou”, “ainda estamos aqui”, “não somos velhos, estamos sadios e jovens, em nossas sempre jovens máscaras”, pois o mito segue forte e unido. Além de reunirem a formação original, voltaram a utilizar as máscaras e suas *personas* de origem, marcando um resgate de essência, uma correção de curso e retomada de rota, desvirtuada por trabalhos musicais mais *pop*, desvirtuados de seu projeto inicial. Pode ser uma pista que indica que o mito teme a sua

mortalidade, ou entende que sua eternidade é utópica. Se Bowie era mais inatingível, o Kiss pode ser tocado, claro, mediante um bom pagamento, uma vez que oferecem essa modalidade a seus fãs quando se apresentam ao vivo. Como no passado das estrelas, descrito por Morin, cada fio de cabelo, cada objeto tocado pelo ídolo, converte-se em uma relíquia de adoração e em um faturamento substancial.

E o que sobra para Lady Gaga? Assim como outros artistas de sua geração, ela precisa disputar a atenção, facilmente dispersiva, por parte da audiência, com outras *rivals*, e com uma infinidade de artistas veteranos em plena atividade, ou até já falecidos, que povoam o campo de interesse do público consumidor de músicas e mitos. Por isso, como demonstrei, ela pode ser vista como um Bowie acelerado, *esférica* ao extremo, que procura andar no ritmo frenético da era atual. Correndo mais que o coelho de Alice, ela quer chegar sempre na frente. Ela precisa estar lá para chamar a atenção, e fará qualquer coisa para isso, o que não significa que sua fala seja pobre ou vazia. Diferente de Bowie ou Kiss, ela não tem tempo para sedimentações, pois sedimentar-se pode significar uma paralisia com risco de morte. Portanto, ela quer ser tudo, tudo o que for possível, vivendo uma mudança tão rápida que não corra o risco de esquecimento ou julgamento, por ser sempre uma novidade fresca e jovem. Ela inunda a juvenil e ansiosa platéia e, assim, a satisfaz. Explicitamente, como pode-se ver, ela se considera uma discípula de Bowie. Os próprios integrantes do Kiss, por outro lado, já afirmaram, em entrevistas, por algumas vezes, que a consideram uma espécie de sucessora de sua carreira. Esse é o motivo por eu ter escolhido sua obra para fechar e costurar os três recortes. E claro, ela também é uma *artista total*. Sua obra vetoriza um público considerável, principalmente o público *gay*. Suas canções abordam temas existenciais e ela discute a sexualidade e a liberdade de expressão. Se Bowie era inaccessível, e o Kiss palpável por um punhado de dólares, Gaga se coloca *como um dos seus*, alguém espetacular, mas que assume o seu lado mortal, visando a imortalidade. Ela, inclusive, inverte a equação, quando faz com que Gaga encare Joanne, em seu álbum homônimo mais recente, aspecto conceitual brilhante de um projeto musical medíocre, comparado com seus lançamentos

anteriores. Por isso, sua obra é relevante, por apresentar uma modificação na estrutura mítica: o mito não é mais sobre-humano, mas um humano-espetacular. Diante de uma sociedade com seres fragilizados, que clamam por atenção constante, mesmo estando dentro da equação da economia da atenção, na qual, justamente, a atenção é um bem raro, Gaga quer justamente fazer qualquer coisa, ser qualquer coisa, desde que capte a atenção. E por quê? Por outro anseio que sempre moveu os artistas: uma grande carência afetiva.

Bowie e Gaga eram tímidos, oprimidos e, escondem, atrás de seu mito, aquele garotinho e aquela menininha carentes e rejeitados. A cura? Uma dose massiva de atenção. A diferença é que Bowie não admite o fato, enquanto Gaga o aborda explicitamente. Como ela diz na letra¹¹⁰ da canção “Aura”, integrante de **Artpop**: “Você quer ver a garota que vive atrás da aura?”. Em uma sociedade que preza a transparência, parece que quanto mais Gaga se expõe, mais fortalece o mito. Ela mesma se dessacraliza, o que, paradoxalmente, constrói e nutre a sua mitificação. Assim são os artistas, narcisistas altamente carentes, pois todo o narcisista é, de fato, um grande carente. E essa carência é suprida pelos holofotes, pela exposição e pelo calor dos fãs. Esse amor nunca é suficiente, nunca se basta. Essa angústia pelo reconhecimento causa pavor e faz mover os mitos. Os *novos mitos*, tendo em Gaga um de seus grandes expoentes, indicam o caminho, mas sabem que são mortais e revelam as suas inseguranças e fraquezas, fazendo da revelação um ato heroico, um ato de *artista total*.

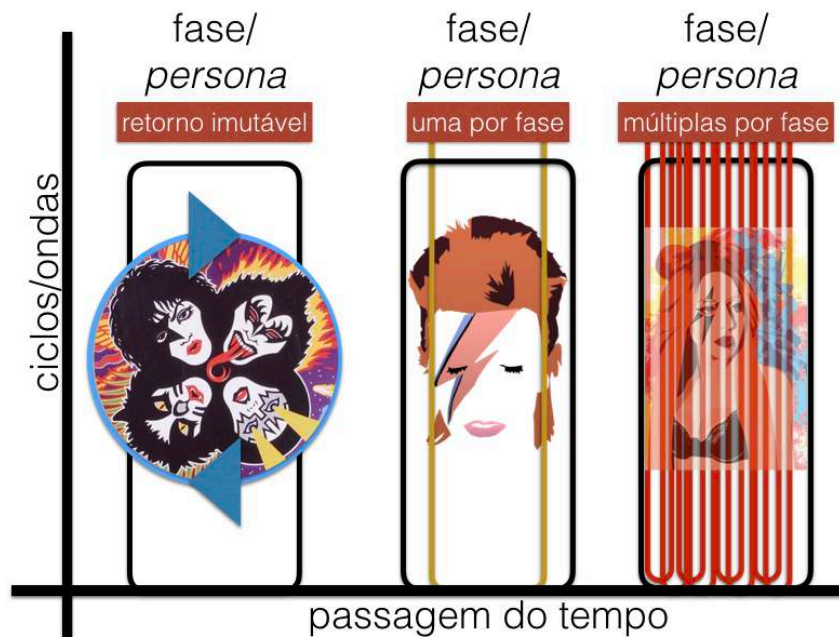
Os *mitos ancestrais* forneceram substratos para os mitos das *estrelas do cinema*. Os mitos das *estrelas do cinema* do século passado foram reconfigurados, renascendo nos *novos mitos* de hoje, compreendidos, tanto por artistas de cinema, como por estrelas da televisão e da música de massa. Todos os casos compreendem *ídolos*, isso é, seres passíveis de adoração e devoção. Os ídolos ancestrais eram os Deuses, dividindo, posteriormente, o seu espaço simbólico, no século passado, com os artistas de cinema e,

¹¹⁰ Letra disponível em <<https://www.vagalume.com.br/lady-gaga/aura-traducao.html>> Acesso em 30/11/2016.

agora, com os artistas musicais multimídia. Esses *novos mitos* musicais são os *artistas totais*.

Nos três casos analisados, tem-se diversidade de formas e tipos. Apresentei e analisei um cantor/compositor/*performer* solo, que oscilou entre *folk*, *rock*, *pop* e música eletrônica; uma banda de *heavy metal* de super-heróis; e uma cantora que nasceu na música eletrônica, flertou com o *jazz* e, hoje, procura um caminho mesclando *pop*, *rock* e *folk*. Esse rico panorama mostra como se movem alguns dos *artistas totais*, como suas *adversongs* podem vender e propagar um estilo de vida ou produtos (ainda que nenhum dos casos recortados enfoque um produto diferente do próprio mito), e como funciona a manutenção da *mitologia musical*. Como toda grande obra, um videoclipe bem realizado não pode ter uma interpretação estanque e se deixar desvendar por completo, mas sim, suscitar um leque interpretativo. Portanto, o que apresentei é apenas uma visão, procurando ver o mito em som e movimento, encapsulado em uma pequena ópera, o videoclipe. Kiss segue um paradigma de mito circular, sempre retornando à origem do mito, sempre a partir de *personas* fixas; Bowie, um modelo de ondas, sendo uma *persona* por fase; Gaga, se pauta por ondas oscilatórias em grande velocidade, sendo diversas *personas* dentro de uma mesma fase, como pode ser visto na Figura 65:

Figura 65: Fases e *personas* dos mitos Kiss, Bowie e Gaga



Fonte: o autor (2016).

A proposta de tese defendida por mim consiste em afirmar que o papel desempenhado, no passado, pelos *mitos*, de fornecer modelos de conduta e explicações sobre a cosmogonia e funcionamento da vida humana, está, agora, delegado, em parte, aos *novos mitos*. Os *novos mitos* são os *ídolos* hiperespetaculares. Estes *ídolos*, inseridos no universo das artes, no caso do meu estudo, no universo musical, são os *artistas totais*, construídos a partir do *tripé virtuoso da extensão musical, e-producers e peruqueiros*. Digo que a vetorização de comportamento ocorre em parte nos *novos mitos*, pois outros campos da atividade humana, como a política ou a religião, também desempenham tal papel de organização social.

Os *artistas totais*, caracterizados como *e-producers, peruqueiros* e seres de *atitude*, utilizam de todo o esforço para oferecer uma *arte total* capaz de sustentar a sua existência, que não tem a garantia de ser eterna. Mesmo que o peso da eternidade acabe esmagando-os com o passar do tempo, lutam para se manterem relevantes o maior tempo possível, mesmo

após sua morte. Enquanto *mitos vivos* (terrena ou espiritualmente), continuam auxiliando as pessoas a buscar sentido para suas vidas. Mensagens positivas são evocadas a partir de suas *adversongs*, que promovem ideais ou produtos, gerando identificação, reconhecimento e aderência. Mesmo que artistas levantados por esse estudo, como Bach, Händel, Mozart, Wagner e Da Vinci já apresentassem traços multifacetados, propus o conceito de *artista total* como uma atualização desses fazeres para designar aqueles mitos musicais que se utilizam de todos os recursos disponíveis, sejam eles musicais, artísticos, cênicos e mercadológicos, de forma arquitetada e simultânea para sobreviver em meio a uma sociedade *líquida* e fluída, como viu-se em Bauman. Nesse aspecto, o nível de exigência para uma vida artística é avassalador, fazendo com que os *artistas totais* pensem muito além da música, encarando a vida toda como uma grande obra de arte. Como se viu, os artistas do passado já faziam isso com os recursos humanos e tecnológicos de que disponham naquele período. A diferença entre eles e os *artistas totais* é que, hoje, existem mais recursos tecnológicos de produção e circulação de produtos artísticos, o que gera maior concorrência e dispersão de forças. Somente aqueles que forem capazes de produzir uma grande arte amplificada e embalada por todo esse arsenal de talentos artísticos e mercadológicos é que conseguirão ser liquidamente eternos. A eternidade parece ser, enfim, uma utopia humana, espiritual e artística. Que seja eterna enquanto possível.

À ambiência e ao imaginário nos quais os *artistas totais* gravitam, chamo de *mitologia musical*, um campo de forças construtivas no qual projetos artísticos, pautados por *verdades artísticas*, afetos e desejos, são significados e codificados em som, imagem, *atitudes* e produtos licenciados. Nesse epicentro, diversos pontos de contato, espécies de capilares, fazem circular o sangue que nutre os ídolos e os fãs, em uma relação de mão dupla, interdependente. Um desses pontos de contato abordados foi o videoclipe, espaço de expressão, exposição, identificação e culto. Se no passado, os *mitos* eram imutáveis e eternos, os *novos mitos* são mutantes e voláteis. Além deles, contudo, existem as *celebridades*, pequenas estrelas cadentes que surgem com a mesma efemeridade que morrem. Como dito, são aqueles

destacados por futilidades e banalidades, passageiros como uma moda de verão, esquecidos tão rápido quanto sobem ao seu pequeno estrelato. Diferente dos *novos mitos*, que, mesmo não sendo eternos, fornecem modelos de contuda e admiração mais duradouros, acabam caindo na vala comum da cafonice ultrapassada.

Saio do Doutorado com uma tremenda dose de humildade. Quando finalizei o Mestrado, sentia uma confiança e arrogância de quem está além da Graduação. Quanta prepotência e ingenuidade! A maturidade e o processo dessa tese me fizeram ver o quanto ainda tenho para ler, pesquisar e estudar. Foi um processo transformador, de crescimento pela dor. Saio quieto e feliz. Foi um processo de resistência e, enfim, de desistência.

REFERÊNCIAS

ABBATE, Carolyn; PARKER, Roger. **Uma história da ópera**: Os últimos quatrocentos anos. São Paulo: Cia das Letras, 2015.

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

ÅKERLUND, Jonas. **Pussy** (Rammstein). Videoclipe. Cor. 04'01". 2009

ALLEN, Woody. **Celebrity**. DVD. Black and white. 113'. USA: Miramax Films, 1998.

_____. **Midnight in Paris**. DVD. Color. 94'. USA: Sony Classics, 2011.

_____. **To Rome with love**. DVD. Color. 112'. USA: Sony Classics, 2012.

ALMEIDA, Rogério Caetano. "O grotesco medieval: Hyeronimus Bosch e as cantigas de maldizer portuguesas". In: Todas as Letras, vol 10, n. 2. Universidade Mackenzie: São Paulo, 2008. Disponível em <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tl/article/viewFile/613/391>> Acesso em 20/11/2013.

ANNAUD, Jean-Jaques. **O nome da rosa**. DVD. Cor. 130'. Brasil: 20th Century Fox, (2004 [1986]).

ARAGON, Louis. **O camponês de Paris**. Rio de Janeiro: Imago, (1996 [1926]).

ARISTÓTELES. **Arte poética**. São Paulo: Martin Claret, (2003 [335 a.C]).

_____. **Da alma**. São Paulo: Editora 34, (2007 [s/d]).

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papyrus, 2012.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, (2009 [1957]).

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógios d'Água, 1991.

BAUER, Martin W; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. “Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento”. In: In: BAUER, Martin W; GASKELL, George (org). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, (2012 [1936]).

BENNET, Tony; GAGA, Lady. **Cheek to cheek**. Music CD. 34’43”. USA: Interscope, 2014.

BERGMAN, Ingmar. **The seventh seal**. Black and white. 96’. Sueden: (2009 [1956]).

BEZERRA, Paulo. “O laboratório do gênio”. In: DOSTEIEVSKI, Fiódor. **O duplo**. São Paulo: Editora 34, 2013.

BOWIE, David. **Aladdin Sane**. Music CD. 40’47”. USA: EMI, (2003 [1973]).

_____. **Blackstar**. Music CD. 41’17”. USA: Sony, 2016.

_____. **David Bowie**. Music CD. 45’13”. USA: EMI, (2009 [1969]).

_____. **Heroes**. Music CD. 40’19”. Canada: Rykodisc, (1993 [1977]).

_____. **Hunky dory**. Music CD. 41’50”. USA: EMI, (1999 [1971]).

_____. **The next day**. Music CD. 53’17”. USA: Columbia, 2013.

_____. **The rise and fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars**. Music CD. 38’29”. USA: EMI, (2002 [1972]).

BROSSARD, Sébastien de. **Dictionnaire de musique**. Paris: 1703. Disponível em <http://imslp.nl/imglnks/usimg/f/fe/IMSLP267238-PMLP165977-brossard_dictionnaire_de_musique.pdf> Acesso em 28/04/2015.

BURROWS, John et. al. **Guia ilustrado Zahar da música clássica**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BYINGTON, Elisa. **O projeto do Renascimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

CALENDOLI, Giovanni. “As origens do mundo grego e romano”. In: SARTORI, Donato. **A arte mágica**. São Paulo: É Realizações, 2013.

CALLAHAN, Maureen. **Poker face: A ascensão de Lady Gaga**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2010.

CAMPBELL, Joseph. **Mito e transformação**. São Paulo: Ágora, 2008.
_____. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, (2007 [1949]).

CANDIDO, Antonio. "O personagem do romance". In: CANDIDO, Antonio; ROSENFELD, Anatol; PRADO, Décio de Almeida; GOMES, Paulo Emilio Salles. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

CANDIDO, Antonio; ROSENFELD, Anatol; PRADO, Décio de Almeida; GOMES, Paulo Emilio Salles. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

CASTANHEIRA, José Cláudio Siqueira ; COELHO, J. "A. Dos sinos ao iPod: sons, espaços e identidades nas novas estratégias das marcas". In: Comunicacao, Midia e Consumo. São Paulo, v. 9, n.1, pp. 219-239, jul-dez, 2012.

CASTELLANI, Renato. **La vita di Leonardo da Vinci**. 2 DVDs. Color. 325'. Roma: RAI, (2016, [1972]). Disponível em <<https://youtu.be/D2KGWNtH4yQ>> e <<https://youtu.be/ROi6FK04lrw>>. Acesso em 10/11/2016.

CASOY, Sergio. **O nascimento da ópera**. audiolivro. 1'20". São Paulo: Universidade Falada, 2008.

CHALKLEY, Dean. "Dave Grohl: 'Pop music is so superficial right now'". In: New Musical Express. 2014. Disponível em <<http://www.nme.com/news/foofighters/81214>> acesso em 14/05/2016.

CHAVES, Celso Loureiro. "Sagração: um centenário". In: Zero Hora, 25/05/2013. Disponível em <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2013/05/celso-loureiro-chaves-sagracao-um-centenario-4149779.html>> Acesso em 29/12/2016.

HAZELLE, Damien. **Whiplash**. DVD. Color. 107'. USA: Sony Picture Classics, 2015.

CHEDIAK, Almir. **Harmonia e improvisação: Volume 1**. Rio de Janeiro: Lumiar, 1986.

COLETTI, Alex; REZYKA, Mark. **Kissology**: Volume 1 (1974-1977). DVD. Color. 379'. USA: VH1 Classic Records, 2006.

_____. **Kissology**: Volume 2 (1978-1991). DVD. Color. 407'. USA: VH1 Classic Records, 2007a.

_____. **Kissology**: Volume 3 (1992-2000). DVD. Color. 568'. USA: VH1 Classic Records, 2007b.

CONSTANZA. **O flautista de Hamelin**. Belo Horizonte: Villa Rica, 2011.

CURTIS, Simon. **Sete dias com Marilyn**. DVD. Color. 101'. London: BBC, 2011.

DAVIS, Miles. **Kind of blue** (Deluxe edition). Music CD + DVD. Rio de Janeiro: Sony Music, 2009.

DEATHRIDGE, John; DAHLHAUS, Carl. **Wagner**. Porto Alegre: L&PM, 1988.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, (2007 [1967]).

DEBRAY, Régis. "As tecnologias da crença". In: Revista Famecos, v.1 n. 9, 1998.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1998.

DOGGETT, Peter. **O homem que vendeu o mundo**: David Bowie e os anos 70. Curitiba: Nossa Cultura, 2014.

DOSTOIÉVSKI, Fiódor. **O duplo**. São Paulo: Editora 34, (2013 [1846]).

DURAN, Maria Raquel da Cruz. "Mito musicado e música mítica: Uma perspectiva antropológica da obra de Richard Wagner". In: Mediações. v. 15. n. 1. 2010. Universidade Estadual de Londrina/PR. Disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/6548>> Acesso em 26/09/2016.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUMESNIL, René. **Vida de Wagner**. São Paulo: Cultura Brasileira, 1934.

EASTON, Carol. **Jacqueline du Pré**: A biography. New York: Summit Books, 1989.

ECO, Umberto. **O nome da rosa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.

_____. **Obra aberta**. São Paulo: Perspectiva (2010 [1962])

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. São Paulo, Perspectiva, 2007.

ELIAS, Norbert. **Mozart**: Sociologia de um gênio. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

EPSTEIN, Isaac. "Ciência, poder e comunicação". In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FELIPE, Alisson. **Paganini: O guarnerius endiabrado**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2003.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: Sedução pela palavra**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FORMAN, Milos. **Amadeus**. DVD. Color. 116'. USA: Warner Bros., (1997 [1984]).

FORSTER, E. M. **Aspectos do romance**. Porto Alegre: Globo, 1974.

FRANÇA, Vera. "Celebidades: Identificação, idealização ou consumo?" In: FRANÇA, Vera et. al. **Celebidades no século XXI: Transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

G1. "Morre aos 89 anos B. B. King, o rei do blues". Disponível em <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/05/morre-aos-89-anos-bb-king-o-rei-do-blues.html>> Acesso em 16/05/2015.

GAGA, Lady. **Artpop**. Music CD. 59'04". USA: Interscope, 2013.

_____. **Joanne**. Music CD. 39'05". USA: Interscope, 2016.

_____. **The fame**. Music CD. 50'20". USA: Interscope, 2008.

GALILEI, Vincenzo. **Dialogo della musica antica et della moderna**. Firenze (2016 [1581]). Disponível em <http://petrucci.mus.auth.gr/imglnks/usimg/7/7a/IMSLP91211-PMLP187468-Galilei_-_Dialogo_della_musica.pdf> Acesso em 04/06/2016.

GALLAGHER, Belinda. **Mitos e lendas**. São Paulo: Loyola, 1994.

GANDRA, José Ruy. **Da Vinci**: São Paulo: Abril, 2011.

GEIRINGER, Karl. **Johan Sebastian Bach: O apogeu de uma era**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

GERBASE, Carlos. "Imagens do sexo: As falsas fronteiras do erótico com o pornográfico". In: Revista FAMECOS, v. 31, pp. 39-46, 2006. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3391/2656>> Acesso em 20/06/2013.

GIBSON, Clare. **Como compreender os símbolos: Guia rápido sobre simbologia nas artes**. São Paulo: Senac, 2012.

GLADWELL, Malcom. **Fora de série: Outliers**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

- GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- GOMES, Itania M. M. . “O infotainment e a cultura televisiva”. In: João Freire Filho. (Org.). **A TV em transição**: Tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009, v. 1, pp. 195-221.
- GOODMAN, Lizzy. **Lady Gaga**: Critical mass fashion. New York: St. Martin’s Griffin, 2010.
- GORMLIE, Chris. **Genius**: Leonardo da Vinci. DVD. Color. 48’. USA: Cromwell Productions, 1999.
- GRAMARY, Adrián. “A síndrome de Clérambault revisitada”. In: Saude Mental. Portugal: Porto. Volume X, Nº 2, março/abril, 2008. Disponível em <http://www.saude-mental.net/pdf/vol10_rev2_leituras1.pdf> Acesso em 10/08/2016.
- GRIFFTHS, Alison. “Wonder, magic and fantastical margins: Medieval visual culture and cinematic special effects”. In: Journal of Visual Culture. 2010 9: 163. Disponível em <<http://vcu.sagepub.com/content/9/2/163>> Acesso em 10/10/2013.
- GROVE MUSIC DICTIONARY. “Leitmotiv”. Disponível em <<http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/opr/t114/e3921>> Acesso em 20/10/2016.
- _____. “Nicolo Paganini”. Disponível em <<http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/grove/music/40008>> Acesso em 01/05/2015a.
- _____. “Virtuoso”. Disponível em <<http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/grove/music/29502>> Acesso em 01/05/2015b.
- GUERRA, Guto. **Music branding**: Qual o som da sua marca? Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- GUGGENHEIM, Davis. **It might get loud**. DVD. Color. 98’. USA: Sony Picture Classics, 2009.
- GUITAR PLAYER. “Joe Satriani: Triple crown winner”. In: Guitar Player USA, vol. 23, No. 1, Issue 229, January, 1989.
- GUITAR PLAYER BRASIL. “100 maiores guitarristas de todos os tempos” In: Guitar Player, n. 65, fevereiro, 2012.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HENDRIX, Jimi. **Are you experienced?** Music CD + DVD. Rio de Janeiro: Sony Music, 2010.

HERBERT, Emily. **Lady Gaga: A revolução do pop.** São Paulo: Globo, 2010.

HESSLER, Gordon: **Kiss meets the phantom of the park.** DVD. Color. 96'. USA: Cheezy Fleaks Entertainment, (2005 [1978]).

HILL, Walter. **Crossroads.** Color. 99'. USA: Sony, (2004 [1986]).

HOBBSAWN, Eric. **Tempos fraturados: Cultura e sociedade no século XX.** São Paulo: Cia das Letras, 2013.

HODKINSON, Paul. "Insider research in the study of youth cultures". In: Journal of Youth Studies. Vol. 8 (2): 131-149, 2005.

HOHLFELDT, Antonio. "As origens antigas: A comunicação e as civilizações". In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001.

HONEFF, Klaus. **Andy Warhol: A comercialização da arte.** São Paulo: Taschen, 2005.

_____. **Pop art.** Lisboa: Taschen, 2004.

HOUAISS, Antonio. **Dicionário de sinônimos e antônimos.** São Paulo: Publifolha, 2008.

HUME, David. **De la natureza humana.** Madrid: Editora Nacional, (1981 [1738]).

HURLBURT, James J. **Psycho Circus (Kiss).** Videoclipe. Cor. 4'18". (2016 [1988]).

IMPELLITTERI, Chris. **Stand in line.** Music Album/vinil. 35'15". London: Music for Nations, 1998.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. **Tudo o que é ruim para você é bom para você: Como os games e a TV nos tornam mais inteligentes.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

JUNG, Carl Gustav. **Civilização em transição.** Petrópolis: Vozes (1993 [1974]).

_____. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** Petrópolis: Vozes, (2000 [1954]).

KING-DABBS, Andy. **The birth of british music: Handel, the conauering hero.** Color. 240'. London: BBC Two, 2010.

- KISS. **Alive!** Music CD. 78'17". USA: Casablanca, (1997 [1975]).
- _____. **Asylum.** Music CD. 38'05". USA: Mercury (1997 [1985]).
- _____. **Dressed to kill.** Music CD. 30'07". USA: Casablanca (1997 [1975]).
- _____. **Dynasty.** Music CD. 39'19". USA: Casablanca (1997 [1979]).
- _____. **Hotter than hell.** Music CD. 33'07". USA: Casablanca (1997 [1974]).
- _____. **Kiss.** Music CD. 35'11". USA: Casablanca (1997 [1974]).
- _____. **Lick it up.** Music CD. 41'27". USA: Mercury (1997 [1983]).
- _____. **Music from "The elder".** Music CD. 42'46". USA: Casablanca (1997 [1981]).
- _____. **Psycho circus.** Music CD. 44'24". USA: Mercury, 1998.
- _____. **Unmasked.** Music CD. 39'46". USA: Casablanca (1997 [1980]).

KOTHE, Fávio R. **A alegoria.** São Paulo: Ática, 1986.

KOWZAN, Tadeusz. "O signo teatral". In: NUNES, Luis Arthur; ZILBERMAN, Regina; FILIPOSKI, Ana Maria Ribeiro; CARVALHAL, Tania Franco; BORDINI, Maria da Graça. **O signo teatral: A semiologia aplicada à arte dramática.** Porto Alegre: Globo, 1976.

KUBRICK, Stanley. **2001: A space odyssey.** Color. 148'. DVD. USA: WARNER, (2001 [1968]).

KUHN, Thomas. "As revoluções como mudanças de concepção de mundo [1962]". In: HOFF, Monica. **A Nuvem: Uma antologia para professores, mediadores e aficcionados da 9ª Bienal do Mercosul.** Porto Alegre: Bienal do Mercosul, 2013.

LAMSWEERDE, Inez van; MATADIN, Vinoodh. **Applause** (Lady Gaga). Videoclipe. Cor. 3'35". 2013.

LANG, Fritz. **Metropolis.** DVD. Black and white. 148'. USA: Murnau Foundation, (2002, [1927]).

LAROUSSE. "Espetáculo". In: **Dicionário da língua portuguesa.** São Paulo: Nova Cultural, 1992.

_____. "Publicidade". In: **Dicionário da língua portuguesa.** São Paulo: Nova Cultural, 1992.

_____. "Propaganda". In: **Dicionário da língua portuguesa.** São Paulo: Nova Cultural, 1992.

_____. “Virtuoso”. In: **Dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Nova Cultural, 1992.

LAWRENCE, Sharon. **Jimi Hendrix**: A dramática história de uma lenda do rock. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LEAF, David; SHARP, Ken. **Kiss**: Por trás da máscara. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2006.

LEIGH, Wendy. **Bowie**: A biografia. Rio de Janeiro: BestSeller, 2016.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito e significado**. Lisboa: Edições 70, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2005.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**: Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MAJEROL, Veronica. “That's advertainment: Desperate to grab viewers' attention, advertisers are increasingly blurring the line between entertainment and commercials”. In: New York Times. New York, 10/01/2011. Upfront Magazine, pp. 14-23.

MAKLOUF, Maklouf. “Rammstein: Sexo e violência em pacote dadaísta”. Online, 2010. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2010/12/01/rammstein-sexo-violencia-em-pacote-dadaista-345634.asp>> Acesso em 01/06/2013.

MALMSTEEN, Yngwie J. “Biography”. Disponível em <<http://www.yngwiemalmsteen.com/yngwie/about-yngwie/biography/>> Acesso em 01/05/2015.

_____. **Trilogy**. Music Album/vinil. 40'58". USA: Universal, 1986.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream**: A guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MARTIN, George (org). **Fazendo música**: O guia para compor, tocar e gravar. São Paulo: Editora UnB, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí**: Um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Atlas, 2004.

MATESCO, Viviane. **Corpo, imagem e representação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

MATSOUKAS, Melina. **Just dance** (Lady Gaga). Videoclipe. Cor. 4'01". 2008.

MAUSS, Marcel; HUBERT, Henri. **Sobre o sacrifício**. São Paulo: Cosac Naify, 2013

MENEZES, Flo (org). **Música eletroacústica: História e arte**. São Paulo: Editora da USP, 2009.

MCGRADY, Patrick. **Wagner and me**. London: BBC. 89'. 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, (2005 [1964]).

MELO, José Marques de. "Metodologia da pesquisa em comunicação: Itinerário brasileiro". In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MILLINGTON, Barry. **Wagner: Um compêndio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.

MONIZ, Luiz Claudio. **Mito e música em Wagner e Nietzsche**. São Paulo: Madras, 2007.

MORIN, Edgar. **As estrelas: Mito e sedução no cinema**. São Paulo: José Olympio, (1989 [1957]).

MOTTA, Nelson. "Os 80 anos da guitarra elétrica". Cor. 5'7". Rio de Janeiro. In: *Jornal da Globo*, 24/06/2011. Disponível em <<http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-da-globo/v/saiba-como-a-criacao-da-guitarra-eletrica-revolucionou-a-musica-no-mundo/1546166/>> Acesso em 05/04/2015.

NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo dos ídolos: Ou como filosofar a marteladas**. São Paulo: Escala, (2008 [1889]).

_____. **Wagner em Bayreuth**. Rio de Janeiro: Zahar, (2009 [1876]).

NUPEN, Christopher. **Jacqueline du Pré: In portrait**. DVD. Color. 55'. London: BBC, 1996.

OBRECHT, Jas. "Robert Johnson". In: **Robert Johnson**, Music CD. USA: Columbia, 1997.

OLIVEIRA, Eva Aparecida. “A técnica, a techné e a tecnologia”. In: Revista Intinerarius Reflectionis, vol. 4, n. 2, 2008. Universidade Federal de Goiás. Disponível em <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/ritref/issue/view/1207>> Acesso em 10/05/2015.

PALUDO, Ticiano. “Áudio publicitário = arte?” In: Revista Backstage. Rio de Janeiro, 01/07/2009. Coluna Ticiano Paludo, pp. 40-42.

_____. “BANG, BANG! Caravaggio, Rammstein e Madona: Sexo, violência e auto-representação em alegorias encenadas”. In: Sessões do Imaginário, Ano 8, n. 30, 2013.

_____. **Kiss: O mito vivo**. Porto Alegre: FAMECOS, 1998. Trabalho de Conclusão de Graduação (TCC).

_____. **Reconfigurações musicais: Os novos caminhos da música na era da comunicação digital**. PUCRS/FAMECOS. Porto Alegre, 2010. Dissertação de mestrado.

PAMUK, Orhan. **O romancista ingênuo e o sentimental**. São Paulo: Cia das Letras, 2011.

PAVIS, Patrice. **Diccionario del teatro: Dramaturgia, estética, semiologia**. Buenos Aires: Paidós, 1996.

PEIXOTO, Fernando. **O que é teatro**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

PENNEBAKER, D. A. **Jimi Hendrix: Live at Monterey**. DVD. Color. 120'. USA: Geffen Records, 2007.

PEREIRA CS; TEIXEIRA J; FIGUEIREDO P; XAVIER J; CASTRO SL; BRATICCO E. “Music and emotions in the brain: Familiarity matters”. In: PLoS ONE 6(11): e27241. doi:10.1371/journal.pone.0027241. 2011.

PEREIRA, Vinicius Andrade. **Estendendo McLuhan: Da aldeia à teia global**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PERETZ, Jess. **Learn to fly** (Foo Fighters). Videoclipe. Cor. 4'36". 2001.

PHOENIX, Helia. **Lady Gaga: Biografia**. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

PIRATININGA, Luiz Celso de. **Publicidade: Arte ou artifício?** São Paulo: T. A. Queiroz, 1994.

PLATÃO. **A república**. São Paulo: Martin Claret, (2008 [380 a.C]).

_____. **Mênnon**. São Paulo: Folha de S. Paulo, (2015 [401 a.C]).

POWELL-MORSE, Andrew. "Lyric intelligence in popular music: A ten years analysis". 2015. Disponível em <<http://seatsmart.com/blog/lyric-intelligence/>> Acesso em 10/05/2016.

PRADO, Decio de Almeida. "O personagem no teatro". In: CANDIDO, Antonio; ROSENFELD, Anatol; PRADO, Décio de Almeida; GOMES, Paulo Emilio Salles. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

QUIGNARD, Pascal. **La haine de la musique**. Paris: Éditions Calmann-Lévy, 1996.

RAMIS, Harold. **O feitiço do tempo**. DVD. Cor. 101'. USA: Columbia Pictures, (2002 [1993]).

RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade**: Como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

RANK, Otto. **El mito del nacimiento del héroe**. Barcelona: Paidós, 1991.

REIS, Carlos. **Dicionário de narratologia**. Coimbra: Almedina, 1990.

RENCK, Johan. **Lazarus** (David Bowie). Videoclipe. Cor. 4'09". 2016. Disponível em <<https://youtu.be/y-JqH1M4Ya8>> Acesso em 10/11/2016.

RICHARDS, Keith. "Under the influence". In: NEVILLE, Morgan. **Keith Richards**: Under de influence. Tremolo Productions. Netflix (stream). Color. 81'. 2015.

RIOS, Fernanda Costa. "Sobre ciúmes e erotomania: Reflexões acerca de um caso clínico". In: Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental. São Paulo: (16)3, 453-467, set., 2013.

ROCHA, Everardo. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

ROCK, Mick. **Life on Mars** (David Bowie). Videoclipe. Cor. 4'02". (2016 [1973]).

RODRIGUEZ, Robert; MILLER, Frank. **Sin City**: A dame to kill for. Color. 102'. USA: Miramax, 2014.

ROOKSBY, Rikki. **Riffs**: How to create and play guitar riffs. Milwaukee: Backbeat, 2010.

ROSE, Diana. "Análise de imagens em movimento". In: BAUER, Martin W; GASKELL, George (org). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

ROSENFELD, Anatol. "Literatura e personagem". In: CANDIDO, Antonio; ROSENFELD, Anatol; PRADO, Décio de Almeida; GOMES, Paulo Emilio Salles. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

RUFFMERCY. **Sheezus** (Lily Allen). Videoclipe. Cor. 4'11". 2014. Disponível em <<https://youtu.be/9kPQiAJv4fo>> Acesso em 27/11/2016.

RUSSELL, Cristel Antonia. "Advertainment: fusing advertising and entertainment". University of Michigan. 2007. Disponível em <http://www.bus.umich.edu/FacultyResearch/ResearchCenters/centers/Yaffe/downloads/Advertainment_teaching_materials.pdf> acesso em 10/06/2014.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SAMPAIO, Thais de Moraes; ANDRADE, Arthur Guerra de; BALTIERI, Danilo Antônio. "Síndrome de Clérambault: Desafio diagnóstico e terapêutico". In: Revista de Psiquiatria do RS. V 29, N2, ANO 13. 2007.

SANTOS, Angelo Oswaldo de Araujo. **Museu do oratório**. Belo Horizonte: Conceito, 2013.

SCHAMA, Simon. **The power of art**: Caravaggio. London: BBC, 2006. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=9OYR82Cg_gw> Mais informações em <<http://www.bbc.co.uk/arts/powerofart/caravaggio.shtml>> Acessos em 24/05/2013.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Aforismos para a sabedoria de vida**. São Paulo: Martins Fontes, (2002 [1851]).

_____. **O mundo como vontade e como representação**. São Paulo: UNESP, (2005 [1819]).

SEABROOK, John. "The song machine: The hitmakers behind Rihanna". In: The New Yorker. 26/03/2012. Disponível em <<http://www.newyorker.com/magazine/2012/03/26/the-song-machine>> Acesso em 10/05/2016.

SERGL, Marcos Júlio. "A voz nas peças publicitárias". In: FERRARETO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (org). **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010, pp. 221-236.

SHAKESPEARE, William. **Sonho de uma noite de verão**. Porto Alegre: L&PM, (2016 [1596]).

SHAMES, Eric. **Warhol**. Lisboa: Lisma, 2005.

SHARP, Ken. **Nothin' to loose**: A formação do Kiss (1972-1975). São Paulo: Benvirá, 2013.

SILVA, Juremir Machado da. **A sociedade midíocre**: Passagem ao hiperespetacular. Porto Alegre: Sulina, 2012.

_____. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. **O que pesquisar quer dizer**: Como pesquisar e escrever textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVEIRA, Fabricio. **Rupturas instáveis**: Entrar e sair da música pop. Porto Alegre: Libretos, 2013.

_____. "Show de rock como dispositivo de confronto". In: XXIII Encontro Anual da Compós. Belém, 2014.

_____. "What's the frequency, Kenneth? Um mistério exemplar da cultura afterpop". In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0851-1.pdf>> Acesso em 20/05/2016.

SIMMEL, Georg. "A moldura: Um ensaio estético" (2016 [1902]). Disponível em <[http://www.unifra.br/professores/arquivos/8547/89602/A%20Moldura%20-%20um%20ensaio%20est%C3%A9tico%20\(Georg%20Simmel\).pdf](http://www.unifra.br/professores/arquivos/8547/89602/A%20Moldura%20-%20um%20ensaio%20est%C3%A9tico%20(Georg%20Simmel).pdf)> Acesso em 25/05/16.

SIMÕES, Paula Guimarães. "O poder de afetação das celebridades". In: FRANÇA, Vera et. al. **Celebridades no século XXI**: Transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SIMMONS, Gene. **Eu, S.A.** Rio de Janeiro: Fábrica 231, 2015.

SIMMONS, Gene; STANLEY, Paul. **Kiss Kompendium**. New York: Harper Design, 2009.

SOARES, Thiago. **A estética do videoclipe**. João Pessoa: Editora da UFBA, 2013.

SÓFOCLES. **Édipo rei**. Porto Alegre: L&PM, (2014 [427 a.C]).

SPIRTZ, Marc. **Bowie**: A biografia. São Paulo: Saraiva, 2010.

STILLE, Alexander. **The sack of Rome**. New York: Penguin Books, 2007.

STIRN, François. **Comprender Aristóteles**. Petrópolis: Vozes, 2006.

STRICKLAND, Carol. **Arte comentada**: Da pré-história ao pós-moderno. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

THOMAS, Dave; HOLM, Anders. **Kiss: Still on fire**. London: Caroline Publishing, 1988.

THOMAS, Henry; THOMAS, Dana Lee. **Vida de grandes compositores**. Rio de Janeiro: Globo, 1965.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, (2010 [1990]).

THORNTON, Sarah. **O que é um artista?** Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

TIETZMANN, Roberto. **Efeitos visuais como elementos de construção narrativa cinematográfica em King Kong**. Tese de Doutorado. Porto Alegre: FAMECOS/PUCRS, 2010.

TILLEY, Colin. **Anaconda** (Nicky Minaj). Videoclipe. cor. 4'50". 2014.

TURNER, Graeme. **Understanding celebrity**. London: Sage, 2013.

ÚBEDA, Joan. **Dimension Dali**. Catalunya, 2004. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=23KfoH7dl_c> Acesso em 08/08/2013.

VASARI, Giorgio. **Vidas dos artistas**. São Paulo: Martins Fontes, (2011 [1550]).

VASCONCELLOS, Luiz Paulo. **Dicionário de teatro**. Porto Alegre: L&PM, 1987.

VILLAFÑE, Justo. **Introducción a la teoria de la imagen**. Madri: Pirámide, 2006.

VINIL, Kid. **Almanaque do rock**. São Paulo: Ediouro, 2008.

WAGNER, Richard. **A obra de arte do futuro**. Lisboa: Antígona. (2003 [1849]).

WAINBERG, Jacques. "Entretenimento, a utopia e o discurso mitigado". In: E-Compós. Brasília. v. 18, p. 1-21, 2015. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/1122/819>> Acesso em 09/05/2016.

WARHOL, Andy. **A filosofia de Andy Warhol: De A a B e de volta a A**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2008.

WATSON, Joseph. "The truth about popular music". Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=IP0wuwJBdMI>> Acesso em 15/05/2016.

WEINE, Robert. **The cabinet of Dr. Caligari**. Black and white. 71'. DVD. Berlim: (2014 [1920]).

WILDE, Oscar. **O retrato de Dorian Gray**. São Paulo: Landmark, (2014 [1890]).

WILLIAMS, Raymond. **Drama em cena**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WILLIAMS, Richard. **King of blue**: Miles Davis e o álbum que reinventou toda a música moderna. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido**. São Paulo: Cia das Letras, 2006.

ZAPPA, Frank. **The real Frank Zappa book**. New York: Touchstone, 1990.

ZERO HORA. “Citação Malcom McLaren”. In: Porto Alegre: Zero Hora, Caderno Principal, p. 36, 08/04/2015.

ZILBERMAN, Regina. **Do mito ao romance**: Tipologia da ficção brasileira contemporânea. Caxias do Sul: UCS, 1977.