

MÚSICA, TELAS E NOSTALGIA: UMA EXPERIÊNCIA ESTÉTICA-AFETIVA

Music, screens and nostalgia: an aesthetic-affective experience

Música, pantallas y nostalgia: una experiencia estético-afectiva

Valdemir Soares dos Santos Neto

Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL) com bolsa integral ofertada pela CAPES/PROSUC.

E-mail: valdemirnetto@gmail.com

Mario Abel Bressan Junior

Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica – PUC-RS e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL).

E-mail: mario.bressan@unisul.br

Resumo

O estudo presume a possibilidade de uma experiência estética-afetiva a partir de uma relação triádica sustentada por meio da música, telas e nostalgia. Tem-se como objetivo examinar uma possível articulação operacionalizada pelo videoclipe de modo a desencadear um estímulo nostálgico sob o viés da memória teleafetiva. A investigação se ancora em uma abordagem empírica, a partir de uma análise observacionista do videoclipe da música *Nathional Anthem*, de Lana Del Rey, e do videoclipe da música *Stupid Love*, de Lady Gaga.

Palavras-chaves: Cultura popular. Memória Teleafetiva. Música. Nostalgia. Telas.

Abstract

The study assumes the possibility of an aesthetic-affective experience based on a triadic relationship supported by music, screens and nostalgia. The objective aims to examine a possible articulation operationalized by the video clip in order to trigger a nostalgic stimulus under the bias of teleaffective memory. The investigation is outlined from an empirical approach, based on an observational analysis of the music video for the song *Nathional Anthem*, by Lana Del Rey, and the video clip for the song *Stupid Love*, by Lady Gaga.

Keywords: Music. Nostalgia. Pop culture. Screens. Teleaffective memory.

Resumen

El estudio asume la posibilidad de una experiencia estética-afectiva basada en una relación triádica sustentada en la música, las pantallas y la nostalgia. El objetivo es examinar una posible articulación operacionalizada por el videoclip para desencadenar un estímulo nostálgico bajo el sesgo de la memoria teleafectiva. La investigación se ancla en un enfoque empírico, basado en un análisis observacional del video musical de la canción *Nathional Anthem*, de Lana Del Rey, y el videoclip de la canción *Stupid Love*, de Lady Gaga.

Palabras-clave: Cultura popular. Memoria teleafectiva. Música. Nostalgia. Pantallas.

Introdução

De acordo Reynolds (2011), a mercantilização do passado tem se tornado frequente na sociedade contemporânea, sendo esse um fenômeno entendido como um movimento retromaniaco, operando em todas as instâncias da indústria cultural e, sobretudo, na cultura popular. A rememoração do tempo passado tornou-se factível na contemporaneidade por meio dos suportes tecnológicos vigentes e no âmbito da música popular norte-americana tal movimento se apresenta de forma substancialmente palpável (Niemeyer, 2014; Reynolds, 2011).

Por esse viés, olhamos, portanto, para a música em sua profícua relação com as telas como uma das formas de rememorar o tempo passado. Lipovetsky e Serroy (2009) argumentam que as telas reconfiguraram as relações midiáticas do sujeito contemporâneo frente ao apoteótico mundo hipermoderno demarcado por uma efervescência imagética. Sendo assim, o videoclipe se constitui como uma das formas culturais emergentes mais importantes na cultura popular contemporânea (Jannotti Júnior, Soares, 2008; Lipovetsky, Serroy, 2009; Soares, 2013).

Para além da proposição defendida por Soares (2013), o videoclipe, ao ser compreendido como uma construção estética, também pode ser observado como dispositivo midiático e cultural, responsável por estimular as nossas memórias, despertando experiências afetivas por meio de uma memória teleafetiva, imaginada, ficcionalizada pela mídia decorrente de uma cultura da memória (Huyssen, 2014; Leal, Borges, Lage, 2018; Bressan Júnior, 2019). Todavia, de modo a se pensar na relação triádica observada, tem-se como questionamento: poderia o videoclipe proporcionar uma experiência estética e afetiva por meio da mercantilização do passado na tentativa de promover um estímulo nostálgico?

Desse modo, o objetivo deste estudo consiste em examinar uma possível articulação operacionalizada pelo videoclipe de modo a desencadear um estímulo nostálgico sob o viés da memória teleafetiva. Para tanto, o escopo teórico deste artigo se ancora em autores cujo foco de seus estudos se delineiam a partir dos elementos que sustentem a relação triádica argumentada nesta investigação: a intersecção entre música e telas mediante a construção estética do videoclipe (Lipovetsky, Serroy, 2009; Soares, 2013;

Branco, 2019); e os estudos relacionados à memória, memória teleafetiva e nostalgia (Huyssen, 2014; Niemeyer, 2014; Bressan Júnior, 2019).

A presente investigação se origina a partir de questionamentos e postulações discutidas, ainda em fase inicial, no âmbito do Grupo de Pesquisa em Memória, Afeto e Redes Convergentes, da Universidade do Sul de Santa Catarina, *campus* de Tubarão (SC). Como percurso metodológico, a investigação se ancora em uma abordagem empírica, a partir de uma análise observacionista do videoclipe da música *Nathional Anthem*, da cantora Lana Del Rey, e do videoclipe da música *Stupid Love*, da cantora Lady Gaga, visto que, como observado, neste estágio da pesquisa, vislumbramos na superfície dos objetos delimitados aspectos que visem corroborar a proposição apresentada.

I. Entre música e telas

Ao considerar a música enquanto forma de se alcançar uma experiência afetiva, Lopes (2009) defende que, diante da relação do sujeito com a materialidade sonora, estamos constantemente “nos abrindo para uma perspectiva em que as linguagens se cruzam e se convergem tecnologicamente, tanto na produção quanto numa recepção cada vez mais marcadas por uma simultaneidade de meios e sensações” (p. 87). No entanto, a partir da tese do pesquisador Thiago Soares (2013), passamos a conjecturar a música para além da sua materialidade sonora compreendida por meio do videoclipe, de acordo com Jannotti Júnior e Soares (2008), “como um desdobramento da performance da canção popular massiva, uma vez que integra a cadeia de produção de sentido que articula o sonoro e o visual” (p. 91).

Lipovetsky e Serroy (2009) destacam que “as nossas relações com o mundo e com os outros são cada vez mais mediatizadas através de telas” (p. 23). Considerando as interfaces que se articulam nessa simulação do passado arquitetada pelos artistas, as telas nos seduzem, estimulam o nosso prazer, e nos transportam para um universo ficcional responsável por viabilizar ao sujeito contemporâneo experiências mediatizadas. Para Jannotti Júnior e Soares (2008), o videoclipe é regido “por uma sistemática de construção de imagens que opera com signos visuais “inseridos” na canção e segundo pressupostos das próprias performances apresentadas” (p. 91). Nesta direção, vislumbramos o videoclipe como possibilidade de extensão da música ao

considerarmos as operacionalizações semióticas e discursivas, defendidas por Soares (2013), materializadas no ímpeto da construção audiovisual, em virtude de um agendamento midiático centrado em um esforço capitalista, atrelado à premissa do consumo que, por sua vez, é estimulado pela indústria cultural (Reynolds, 2009).

Por esse ângulo, quando consideramos a linguagem audiovisual, dotada de signos e símbolos, a instrumentalização do passado vista, geralmente, como uma estética “vintage”, “retro”, tem se consolidado com uma das formas de condicionar o sujeito a uma experiência afetiva por meio de uma estetização “nostálgica” operacionalizada pelo videoclipe. No âmbito dos estudos sobre nostalgia, o passado tornou-se atrativo tanto para quem produz, em termos mercadológicos, quanto para quem consome, no sentido afetivo – tem-se uma retroalimentação condicionada por uma cultura imagética, ancorada em estratégias comunicacionais, visando seduzir o telespectador (Neimeyer, 2014, 2018; Reynolds, 2011).

Na última década, analisando especificamente artistas circunscritos no âmbito da indústria musical norte-americana dentro da relação triádica argumentada, verifica-se uma efervescência de artistas, tanto no *mainstream*¹ (em escala global) quanto nos agenciamentos territoriais em baixa escala (em determinadas culturas), motivados por um interesse estritamente mercadológico em associarem suas imagens ao passado, uma vez que vender tal concepção, de acordo com Panatti (1991), configura-se extremamente rentável.

Considerando a ínfima relação do passado com a produção fonográfica norte-americana, o artigo publicado pela renomada revista musical norte-americana, *Rolling Stone* (2020), com o título *Could Disco Pave Pop's Future?* sugere que os gêneros e subgêneros musicais difundidos nas décadas de 80, 90, como o *Disco music* e o *House music*, têm demonstrado resistência ao longo dos anos. Não obstante, a publicação também aponta a nova geração de artistas responsáveis por renovar a indústria musical ao se apropriarem e ressignificarem o passado na cena pop contemporânea. De acordo com o editorial da revista, a influência exercida por esses artistas na cultura midiática não só estimula o resgate de gêneros e subgêneros, como, também, suscita o surgimento de novos artistas embasados no que se pode chamar de um

“renascimento cultural”. No âmbito dos estudos germânicos, a recorrência de instrumentos musicais datados de outros períodos cuja tecnologia compreendida como desatualizada frente às tecnologias vigentes, mas que em essência ainda almeja proporcionar um sentimento de nostalgia na contemporaneidade, é descrita por Pinch e Reinecke (2009), como *technostalgia* – termo atribuído pelos autores ao sentimento de nostalgia pela tecnologia desatualizada.

Desse modo, quando discorremos acerca do resgate do passado no espectro da materialidade sonora, o suporte imagético das telas também pode ser compreendido como essa possibilidade de estímulo às sensações e experiências afetivas, a partir do argumento abordado por Lopes (2009) e Soares (2013). A transposição de uma tecnostalgia para o universo imagético das telas nos convida a refletir o modo como os vídeos se constituem diante dessa relação triádica, colocando-se como uma possível articulação capaz de proporcionar uma experiência afetiva. Chegamos, portanto, ao eixo problematizador deste estudo: a intersecção da nostalgia, música e tela.

Nessa aproximação teórica, destaca-se que, de acordo com Niemeyer (2014, 2018), e outros estudiosos da área, a nostalgia deve ser compreendida sob vários aspectos: econômicos, culturais, sociais, entre outros enquadramentos. Entretanto, dentro do nosso escopo teórico, acreditamos que a nostalgia necessita, sobretudo, ser compreendida, também, sobre o enfoque dos estudos sobre memória. Sendo assim, apresentamos no próximo tópico uma contextualização desse entrelaçamento com os estudos sobre memória e memória teleafetiva e, a partir do desdobramento proposto, pensar no modo como essa triangulação entre música, telas e nostalgia se articula oportunizando, efetivamente, uma experiência estética-afetiva.

2. Nostalgia e memória teleafetiva

Pollak (1992) destaca que “a memória deve ser entendida também, ou, sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes” (p. 2). Ao longo da evolução humana,

¹ O termo *Mainstream* é designado para se referir àquilo que é circulado de forma abrangente.

a memória se tornou responsável pela construção e categorização das lembranças a partir de acontecimentos e fatos vividos de forma concreta ou pela recorrência de experiências e fatos herdados de terceiros (Pollak, 1992). Cada sujeito possui a sua memória com percepções diferentes da realidade, a qual Halbwachs (1990) menciona como memória individual. Há também, de acordo com o autor, as memórias coletivas constituídas de acontecimentos e fatos vivenciados e/ou perpassados de forma coletiva.

Nesse sentido, conforme observado por Pollak (1992), se a construção da memória humana está sujeita a modificações, visto que se trata de um processo cultural, de acordo Andreas Huyssen (2014), a musealização do passado, por meio das narrativas midiáticas, nos convida a refletir no modo o qual a instrumentalização do passado na sociedade pós-moderna tem corroborado o intercambiamento das memórias individuais e coletivas com as memórias arquitetadas e evocadas pela mídia. Subentende-se, a partir da visão do autor, que a possibilidade de existência de uma memória humana submetida às pulsões e interferências midiáticas, operacionalizadas pela indústria cultural, é o fundamento que sustenta o estímulo nostálgico na contemporaneidade por meio de memórias ficcionalizadas pela mídia. Assim, no que tange à relação entre memória e nostalgia, parece seguro argumentar que os fenômenos e as práticas midiáticas e culturais atuam como estratégia de manejo da memória de modo a propor uma atualização e, principalmente, uma ressignificação das memórias individuais e coletivas, vividas ou imaginadas, sustentada por uma memória midiaticizada.

Ao examinar a relação da nostalgia com o contexto globalizado na sociedade contemporânea, a proposição defendida por Arjun Appadurai (1996) parece ser compatível com a problemática levantada neste estudo ao considerar a existência de uma nostalgia, efetivamente possível, sem o acionamento de uma memória vivenciada. Para o autor, uma nostalgia sem memória tornou-se possível graças às experiências midiaticizadas que nos são facultadas, decorrentes de uma cultura imagética, oportunizadas por um esforço mercadológico centrado na possibilidade em rememorar o tempo passado por intermédio dos produtos midiáticos e, sobretudo, das construções estéticas e visuais ligadas à cultura da memória. Embora Huyssen (2014) corrobore a proposição de Appadurai ao considerar a existência de uma memória imaginada decorrente dos processos de mercantilização do passado, o autor não observa um valor, proporcionalmente, afetivo como se

observa na recorrência de uma memória vivida. No entanto, pode-se concluir que ambos os autores defendem tal engendramento memorialístico proposto pela cultura de massa.

Na esfera dos estudos sobre nostalgia, Katherine Niemeyer (2014) observa que, em uma perspectiva mercadológica, o estímulo nostálgico pela mídia não se configura, necessariamente, subordinado à recorrência de uma memória vivida, assim como também observou Appadurai (1996). Para a autora, assim como para outros estudiosos do campo da nostalgia, as telas tornaram espaços possíveis para evocação de memórias e, sobretudo, experiências afetivas proporcionadas por um estímulo nostálgico — previamente deliberado e concebido pela indústria cultural em seus produtos midiáticos, aqui, referindo-se especificamente ao videoclipe.

No que tange à articulação de estratégias comunicacionais operacionalizadas pelos videocliques, condicionadas ao estímulo da afetividade e da nostalgia no sujeito contemporâneo mediante acionamento da memória, estimamos, portanto, a existência de uma memória teleafetiva. Bressan Júnior (2019) elucida que, para que se construa uma memória afetiva, “é preciso ter elementos que provoquem certas emoções através dos afetos obtidos pela situação vivenciada no passado e de como nos encontramos no presente” (p. 145). Ao analisar em seus estudos a recordação dos telespectadores do Canal Viva, Bressan Júnior (2019) observou a existência de uma memória teleafetiva entendida como uma nostalgia no ato de rememorar, originada a partir da relação do telespectador com a televisão ou, pensando a partir de Lipovetsky e Serroy (2009), a partir das telas. Para o autor, a afetividade se dá no ato de recordar por um tempo que não volta mais, despertando emoções e sentimentos negativos e positivos, por meio de uma memória vivida e rememorada em rede.

Diante dessa proposição, os estudos sobre nostalgia tanto de Bressan Júnior e Lessa (2019) quanto Leal, Borges e Lage (2018) demonstraram em suas investigações experiências nostálgicas e afetivas originadas a partir de uma memória ficcionalizada, não vivida — estritamente imaginada. Séries como *Stranger Things* exemplificam a lógica operacionalizada pela indústria ligada à musealização do passado, observada por Huyssen (2014), viabilizada por meio do acionamento de uma memória imaginada. Observamos, dessa forma, uma memória teleafetiva originada a partir de um passado midiaticizado se

enrobustecendo na contemporaneidade ao passo que tal operacionalização se tornou factível, reproduzível e, sobretudo, rentável.

Tendo em vista o enquadramento deste estudo, chegamos à questão norteadora dessa investigação: de modo a se pensar na relação triádica observada, poderia o videoclipe proporcionar uma experiência estética e afetiva por meio da mercantilização do passado na tentativa de promover um estímulo nostálgico? No próximo tópico apresentamos uma aproximação teórica-metodológica, na tentativa de observar, na materialidade audiovisual, a possível articulação conjecturada neste estudo.

3. Simulando o passado: aproximações teórica-metodológicas

Nesse esforço inicial para compreender essa simulação ao passado, é necessário considerar aportes teóricos que sustentem essa construção sob a égide dos estudos ligados à memória e suas interfaces, como abordaremos neste tópico. No campo da musicologia, já se observam estudos que se debruçam em questões estritamente ligadas à experiência sonora provocadas por esse resgate do passado. Portanto, o foco da investigação incide no resgate ao passado considerando o videoclipe – articulação entre o som e a imagem – estimulador de uma experiência afetiva, como abordaremos adiante. Neste primeiro momento, é necessário se atentar a determinadas proposições que propiciem uma compreensão acerca da construção estética. Portanto, destacamos a necessidade de abordagens interdisciplinares, que possibilitem distensionar a rigidez que se estabelece nos estudos sobre memória, cultura pop e nostalgia.

Em que pese à nostalgia, Panati (1991) observa que vender uma imagem favorável do passado rende muito dinheiro, uma vez que essa mercantilização da nostalgia se reflete em todas as instâncias culturais da sociedade contemporânea. Aliás, o argumento do autor sustenta a proposição defendida por Reynolds (2011) ao categorizar tal agenciamento midiático como um movimento retromaniaco. Filtros do *Instagram* revivem os anos 50 simulando câmeras analógicas, enquanto produções audiovisuais, como as

séries, resgatam os anos 80 a partir de suas construções narrativas (van der Heijden, 2016; Castellano, Meimaridis, 2019). De algum modo, há uma busca incessante em rememorar o tempo passado. Tais proposições reiteram como o *modus operandi* da nostalgia se tornou factível de ser materializada frente aos recursos tecnológicos vigentes. No entanto, tendo em vista o *boom* da nostalgia nos últimos anos, de acordo com Panatti (1994), a relação do sujeito com a nostalgia não se configura, propriamente, como um fenômeno novo. Leal, Borges e Lage (2019) avaliam que estamos ressignificando de forma contínua nossas relações com o passado, seja por meio dos produtos culturais ou dos produtos midiáticos. O reciclamento da nostalgia pela indústria cultural é o substrato daquilo que Huyssen (2014) categoriza como a musealização do passado.

Nesse enquadramento, quando consideramos as produções audiovisuais, Niemeyer (2014, p. 1) estima que “rememorar uma estética e vida social de décadas passadas é uma das formas de criar um sentimento de nostalgia”². Sendo assim, no âmbito da indústria cultural norte-americana, a indústria cultural parece ter canalizado esse movimento retromaniaco observado por Reynolds (2009). Em uma perspectiva transnacional dos estudos sobre produção audiovisual – os estudos brasileiros mais recentes em torno da nostalgia – foi destacada a importância de se pensar nas experiências afetivas evocadas por meio desses produtos midiáticos, como as séries televisivas, visto como produtos culturais (Leal, Borges, Lage, 2018; Bressan Júnior, Lessa, 2019).

Diante do argumento apresentado, pode-se concordar que, de acordo com a observação destacada por Reynolds (2009), o movimento retromaniaco reflete no seu desdobramento uma pulsão cultural contínua, reciclando-se de modo constante, alterando e atualizando o modo o qual como nos relacionamos com o passado. Partindo do pressuposto de que a nostalgia, na construção estética do videoclipe, emerge a partir de um sentimento de afetividade originada em decorrência de um acionamento da memória teleafetiva, acreditamos em uma suposição inicial na qual avaliamos a existência de dois polos responsáveis por proporcionar esse estímulo nostálgico: no primeiro momento, a partir da recorrência de dispositivos observados como desatualizados ou retrotecnológicos, do ponto de vista

² No original: *exploring the aesthetics and social life of past decades, are also examples of this nostalgia wave.*

técnico da mídia, em segundo momento, o eixo narrativo, do ponto de vista discursivo ligado aos aspectos e fragmentos históricos.

Partindo de um método dedutivo, estimamos que a experiência estética-afetiva emerge a partir de um entrelaçamento entre música, telas e nostalgia, configurando-se, assim, como uma relação triádica. Tratando-se de uma proposição ainda em estágio inicial, neste estudo optamos por uma abordagem empírica que nos permitisse, a partir de uma análise observacionista, identificar se as proposições abordadas comportariam de fato os objetos de análise. Desse modo, estimamos que com o enquadramento metodológico observado seja possível verificar sob o prisma da teoria e dos fragmentos de análise a validação de uma possível articulação estética e afetiva.

A escolha dos objetos de análise para a composição deste estudo deu-se por meio da relevância do objeto de análise (videoclipes) e do impacto cultural exercido por esse na cultura popular. Pensando na relação com a cultura pop, trouxemos para o campo de análise dois fragmentos extraídos de clipes nos quais o critério consistisse em trabalhos cujo resgate do tempo passado na contemporaneidade fosse, superficialmente, observável. Portanto, com vistas a compor o *corpus* de análise deste estudo, selecionou-se o videoclipe da música *Nathional Anthem*, lançado em 2012, faixa que integra o álbum de estúdio intitulado, *Born to Die*, sendo esse o primeiro da cantora estadunidense, Lana Del Rey. Aclamada pela indústria musical, Lana Del Rey apresenta uma videografia alicerçada em uma estética *vintage* desde o lançamento do seu álbum de estreia. Aliás, tal precariedade, assim como Fetveit (2016) menciona, perpassa toda a videografia da cantora. Para o autor, há um interesse nitidamente demarcado pela artista em se associar ao passado de tal forma que esse resgate se materializa para além das telas, mas, também, no desdobramento da performance cênica, da moda, entre outras formas possíveis de mediação.

Opondo-se à essa estética *vintage*, majoritariamente determinante nas produções da cantora, optamos como segundo objeto de análise o videoclipe da faixa *Stupid Love*, faixa, essa, que integra o álbum de estúdio intitulado *Chromatica* (Universal Music – 2020), da cantora norte-americana, Lady Gaga. Circunscrevendo-se na cultura popular norte-americana, na última década, a cantora tornou-se fenômeno artístico global transitando em espaços e contextos midiáticos diferentes (música, cinema, televisão). Suas produções alicerçadas em uma estética popular, direcionadas às culturas de

massa, sustentam a imagem de um ícone da cultura pop estadunidense (Deflem, 2017).

4. Análise observacionista: entre o objeto e a teoria

Como primeiro fragmento de análise, observamos, pois, um fragmento do videoclipe de *Nathional Anthem*. A partir da captura de tela (figura 01), identificamos, inicialmente, a incidência de dispositivos retrotecnológicos de modo a arquitetar uma construção estética ligada ao passado. Percebe-se que a simulação do passado aqui observada se materializa em virtude da recorrência de efeitos estéticos do passado compreendidos pelo espectro preto e branco, o enquadramento da tela (4:3). Faz-se necessário observar que, considerando o moderno aparato tecnológico, a operacionalização retrotecnológica se configura estritamente de forma intencional, visto que há um interesse prévio do artista ou da gravadora em propor uma experiência de consumo, como observado por outros autores. Tal justificativa reitera, portanto, o argumento de que a nostalgia é vista, sobretudo, também como uma estratégia comercial (Niemeyer, 2014; Reynolds, 2009).

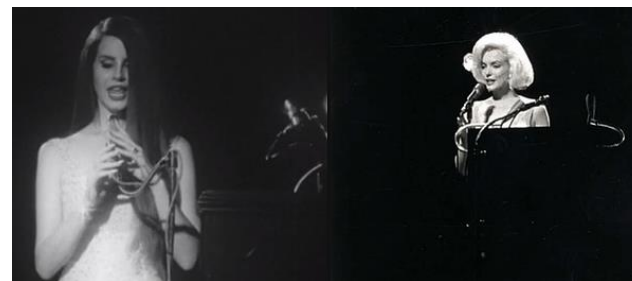


Figura 1: Lana Del Rey (esq.) e Marylin Monroe (dir.)

Fonte: Montagem elaborada pelos autores (2020)

Na busca pela reconstituição do tempo passado, Van Der Heijden (2016) defende que a recorrência dos dispositivos retrotecnológicos na contemporaneidade pode se dar por dois vieses: a partir de uma *tecnologia*

analógica ou *analógico-digital*³, observada tanto do ponto de vista da sua produção como da sua reprodução. Diante do argumento do autor, pensamos, pois, a tecnologia analógica, sendo essa viabilizada por efeito dos dispositivos observados como retrotecnológicos, desatualizados – dá-se a partir da operacionalização de uma câmera *iSuper 8 mm*, por exemplo. No entanto, podemos pensar também no âmbito da tecnologia analógico-digital, simulada por efeitos de computador ou aplicativos de edição – filtros do *Instagram*, inserção de ruídos e aspectos técnicos. Tais possibilidades de reconstituição do passado podem ser observadas como uma nostalgia da/pela mídia desatualizada (Niemeyer, 2014) – o interesse em rememorar e vivenciar o sentimento de precariedade midiática que operacionalizava em momento anterior no fluxo comunicacional.

Nessa direção, no âmbito da materialidade visual, observamos a predominância de aspectos ligados à retrotecnologia recorrendo a um *modus operandi* operacionalizado por meio da reconstituição de técnicas que fazem jus à tecnologia desatualizada – filtros, enquadramento da imagem (4:3), ruídos etc. A recorrência dos elementos observados também é contemplada em outros trabalhos da cantora: *Summertime Sadness* (2012), *Ultraviolence* (2014) etc. Portanto, tanto a utilização de material de dispositivos de gravação (*iSuper8mm*), como os *softwares* de edição, auxiliam na construção de uma rememoração tecnostálgica. De forma análoga, acreditamos que essas especificidades técnicas (ruídos, enquadramentos) estariam transversalmente conectadas, assim como o uso de sintetizadores, ritmos e harmonias que perfizeram determinado período histórico na indústria musical, e que agora retornam na contemporaneidade, por meio da materialidade sonora.

Como segundo objeto de análise, temos o clipe de *Stupid Love* (Universal Music – 2020), da cantora norte-americana, Lady Gaga. Diferente do objeto anterior, como destacado, Lady Gaga não possui uma videografia alicerçada no passado. Aliás, a escolha desse recorte para a composição deste estudo se dá justamente pelo fato de se tratar de um trabalho especificamente motivado por essa efervescência cultural, conforme mencionado pela revista *Rolling Stones* (2020). Contrapondo-se às questões superficiais ligadas à retrotecnologia, do ponto de vista técnico, o videoclipe

(figura 02) da faixa apresenta uma imagem límpida, se comparado com o exemplo anterior. Superficialmente, não observamos a incidência de aspectos que indicassem a existência de uma construção retrotecnológica. Estimamos que tal materialização não se configuraria a *priori* como uma estratégia tecnostálgica de modo a se arquitetar uma atmosfera retro; no entanto, se conjecturássemos os aspectos que circunscrevem a narrativa da obra como um todo, dessa forma, seria possível compreender o que de fato legitimaria essa relação triádica.



Figura 02 – Capturas de tela do videoclipe de *Stupid Love*
Fonte: YouTube (LadyGagaVevo)

De acordo com a análise observada pela revista *Forbes* (2020), partimos do pressuposto que, do ponto do eixo narrativo, o videoclipe se ancora em universo retrofuturístico tecendo alusões às ficções científicas utópicas difundidas na segunda metade do século XX, como destaca a publicação. Embora não sejam verificados ruídos e filtros caraterísticos da mídia desatualizada do período em questão, assim como observado no clipe da cantora Lana Del Rey, a retrotecnologia aqui é compreendida através do tratamento do videoclipe, e não na recorrência de dispositivos de produção – observado no *chroma key*, na saturação da imagem, nos efeitos visuais etc. Nesse enquadramento, a retrotecnologia só se torna visível no videoclipe em questão dado momento em que a materialidade audiovisual for entendida como um

³ Termo cunhado pelo autor. Refere-se à simulação da retrotecnologia a partir da tecnologia que se tem disponível.

todo, e não de forma isolada. Conforme apontado por Branco (2019), música e imagem devem ser interpretadas como um conjunto. Portanto, se a linguagem audiovisual se refere à essa justaposição entre música e imagem, cada elemento, ainda que isolados, apresentam especificidades técnicas-discursivas singulares e, juntas, elas deixam de ser assíncronas, e se tornam una.

Ao considerar o clipe como um desdobramento da música, Soares (2013) está pensando em uma performance estética e midiática de modo que o videoclipe permita externalizar aquilo que se apresenta como sonoridade por meio de uma construção estética-visual. Portanto, além da retrotecnologia, o eixo narrativo do videoclipe se caracteriza essencialmente necessário de modo a proporcionar uma experiência afetiva. Acreditamos que os estudos que considerem os processos discursivos presentes nas produções audiovisuais contemplem discussões específicas e aprofundadas em torno dessas obras.

Ademais, retornando ao videoclipe de *Nathional Anthem*, da cantora Lana Del Rey, observamos, também, a recorrência de elementos históricos e culturais que remetem a registros históricos. Na obra, a própria cantora, enquanto protagonista, personifica as figuras emblemáticas da atriz Marilyn Monroe e de Jacqueline Kennedy, ex-mulher do ex-presidente dos Estados Unidos, Jhon Kennedy, símbolos da cultura norte-americana. Embora a audiência, aqui pensando em agendamentos territoriais em larga escala, não tenha conhecimento prévio sobre os aspectos históricos e culturais acerca dos fragmentos, as referências são absorvidas pelo público graças às experiências midiáticas e que, em virtude dessa relação com as telas, temos, portanto, uma memória imaginada, ficcionalizada (Huyssen, 2014; Leal, Borges e Lage, 2019). O rememorar aqui é compreendido como um esforço memorialístico centrado em promover um estímulo nostálgico por meio de uma construção estética-visual em torno daquilo que seria o passado – como Fetveit (2016) observou na precariedade estética, melancólica e iconoclasta presente em outros trabalhos da artista.

Observamos que, na construção da narrativa, os fragmentos do passado são recuperados, mas ressignificados e, portanto, atualizados. Isto é, há uma apropriação de elementos e símbolos culturais que são ressignificados de acordo com a intenção previamente agenda pela artista/gravadora com determinada finalidade – considerando o capital, acredita-se que o interesse

mercadológico se sobressai. Nesta direção, parece-nos convincente argumentar que, ao considerarmos a simulação do passado, podemos estimar, inicialmente, dois polos de produção de sentido – sendo esses responsáveis por sustentar a relação triádica: a *retrotecnologia*, do ponto de vista técnico da mídia, e a *narrativa*, do ponto de vista discursivo.

Metaforicamente, a artista revive o assassinato cometido ao ex-presidente, no entanto introduz a sua própria narrativa, reescreve a história à sua maneira por meio de um *modus operandi* ligado à retrotecnologia intentando-se evocar, gerar um sentimento nostálgico – assim, retrotecnologia e narrativa se interseccionam, instantaneamente, constituindo-se como base da articulação da triangulação proposta. Pensando na nostalgia, enquanto uma experiência afetiva, estimamos que o sentido proposto pelo videoclipe consiste, portanto, a partir da mercantilização do passado, despertar um estímulo nostálgico ainda a ser acionado por uma memória teleafetiva (Bressan Júnior, 2019).

No clipe de *Stupid Love*, a compreensão em torno da retrotecnologia e da narrativa presente, por exemplo, só pode ser alcançada se observarmos a intencionalidade pretendida na obra. Elencada pela revista Rolling Stones (2020) entre as 50 melhores músicas do ano de 2020, a faixa, vista em seu espectro sonoro, ancora-se em uma base *synth-pop* demarcada pela recorrência dos sintetizadores na produção, cuja difusão do gênero musical deu-se, hegemonicamente, entre as décadas de 60 e 70 (Pinch, 2003). No entanto, de acordo com o autor, foi somente na década de 80, com a dominação da tecnologia japonesa, que a consolidação do uso sintetizador nas sociedades ocidentais tornou-se viável. Desse modo, historicamente, o uso do sintetizador comercial foi absorvido pelo *mainstream* mediante à ascensão das novas práticas de produção fonográfica, que emergiam em virtude do avanço tecnológico vigente, corroborando o surgimento de novos subgêneros musicais na indústria musical (Pinch, 2003) – como o rock progressivo e, principalmente, pelo *synth-pop*. A reconstituição dessas matrizes sonoras na contemporaneidade, como observa a revista Rolling Stone (2020), é compreendida como um esforço estético, visando proporcionar uma experiência tecnostálgica (Pinch, Reinecke, 2009). Entretanto, pensando na construção estética do videoclipe, transpor esse período para o universo audiovisual pensa-se, a *priori*, em uma simulação que permita vislumbrar o período em questão rememorado na materialidade sonora; é considerar a

criação de um universo ficcional ancorado em um regime de verossimilhança entre aquilo que se ouve e aquilo que se vê – é o resultado da intersecção entre imagem e som.

De maneira oposta aos elementos e aspectos históricos do passado observados no clipe da cantora Lana Del Rey, a rememoração do passado no videoclipe de *Stupid Love* é baseada em um universo retrofuturístico, ficcional, observado pela revista Forbes (2020). A retrotecnologia, por sua vez, não se dá em decorrência do uso das câmeras *iSuper 8mm* ou da utilização formato analógico 4:3 – a retrotecnologia se atenua na medida em que há um esforço em que se considera as condições de produção observadas pelo contexto cultural responsável por tencionar a consolidação do subgênero musical em seu período histórico.

Sob o viés do campo da musicologia teremos, então, o que Pinch e Reinecke (2009) atribuem ao fenômeno da *technostalgia*, observado como um saudosismo por instrumentos e subgêneros musicais vistos como desatualizados e, desse modo, diante da proposição de Branco (2019), precisamos considerar a obra como um todo. Do ponto de vista da produção audiovisual, Ferrés (1998) observa que a *mise-en-scène* não deve ser menosprezada na construção da narrativa – deve-se levar em consideração os efeitos, o figurino, e demais elementos, visto que, assim, como abordado por Lipovestky e Serroy (2009, p. 53), “os efeitos especiais têm um papel tão importante como outros estímulos”. Nota-se, portanto, a existência de uma lógica narrativa no que concerne a rememoração do passado. O videoclipe de *Stupid Love*, filmado inteiramente empregando-se de um *iPhone II* (Forbes, 2020) corrobora a proposição defendida por Van Der Heijden (2016) e Niemeyer (2014) ao evidenciar a possibilidade de simulação e, sobretudo, de rememoração do tempo passado mediante o suporte dos dispositivos tecnológicos contemporâneos. Assim, a diligência audiovisual consiste em proporcionar, a partir da construção de uma atmosfera nostálgica oportunizada pela linguagem, uma experiência afetiva que se converge e se intersecciona de forma mútua entre som e imagem (Lopes, 2007; Soares, 2013).

Destacamos, portanto, que o poder estético da materialidade sonora e da construção audiovisual se interseccionam, possibilitando por meio da mercantilização do passado, observada na estética do videoclipe, uma experiência teleafetiva. Ainda que tal proposição se caracterize com um

juízo preliminar baseado em uma análise observacionista, seria necessário considerar outras abordagens teóricas que considerem as extremidades da obra, tanto do ponto de vista da narrativa quanto do ponto de vista técnico. No entanto, a partir das reflexões iniciais aqui postuladas, podemos pensar no modo como essa simulação é evocada na contemporaneidade e, sobretudo, como tais construções atuam de modo a despertar uma memória imaginada em torno do passado.

Considerações finais

Examinou-se neste estudo uma possível articulação operacionalizada pelo videoclipe de modo a desencadear um estímulo nostálgico, afetivo no sujeito contemporâneo circunscrevendo-se, dessa forma, como uma experiência estética e afetiva. Diante da análise observada, conclui-se que, no desdobramento da música por meio do suporte imagético das telas, o videoclipe se configura, portanto, como um dispositivo responsável por viabilizar uma construção memorialística, ancorada entre o passado e o presente, e cumpre, por sua vez, uma função estética, resultante da instrumentalização do passado, por meio de suas narrativas e recursos retrotecnológicos, suscitando, nesse sentido, uma experiência afetiva por meio de estímulos emocionais e afetivos evocados por uma memória teleafetiva, imaginada. Eis, dessa forma, uma experiência estética-afetiva.

Considerando os pressupostos teóricos apresentados, o estudo propõe que a relação triádica se configura como um modelo midiático institucionalizado pela indústria musical norte-americana, visto que a sua reprodutibilidade se torna possível na medida em que há um movimento retromaniaco se enrobustecendo de forma substancialmente palpável. Destacamos, portanto, que compreender a mercantilização da nostalgia como um fenômeno e, sobretudo como um processo cultural, torna-se pertinente para os estudos sobre nostalgia e memória, uma vez que se faz necessário entender como esses modelos são institucionalizados pelas indústrias midiáticas, a exemplo da relação triádica apresentada. Diante da análise observada, registramos o interesse em novas reflexões e proposições acerca

dessa triangulação (música, telas e nostalgia), especificamente nos desdobramentos que se articulam no âmbito da cultura pop.

Referências

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large* (1st ed.). University of Minnesota Press.
- Branco, S. D. (2019). Melodias do reuso: a utilização de imagens nos vídeos musicais. *Revista Esferas*, 19, 26–34.
- Bressan Júnior, M. (2019). *Memória Teleafetiva* (1st ed.). Editora Insular.
- Bressan Júnior, M., & Lessa, L. (2018). Old is cool: nostalgia “oitentista” e a memória do público jovem sobre a série Stranger Things da Netflix. *Revista Memorare*, 5(3), 125–153. doi:<http://dx.doi.org/10.19177/memorare.v5e32018125-153>
- Castellano, M; Meimaridis, M. (2018). TV americana e nostalgia: os desafios na recuperação de séries do passado. In K. Niemeyer (Ed.), *Media and Nostalgia* (pp. 67–80). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137375889_6
- Defelem, M. (2017). Introduction. In D. Mathieu (Ed.), *Lady Gaga and the Sociology of Fame* (pp. 1–10). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-58468-7>
- Ferrés, J. (1998). *Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas* (1st ed.). Artmed.
- Fetveit, A. (2016). Death, beauty, and iconoclastic nostalgia: Precarious aesthetics and Lana Del Rey. *NECSUS. European Journal of Media Studies*, 4(2), 187–207. <https://doi.org/10.5117/necsus2015.2.fetv>
- Forbes. (2020, February 28). *Lady Gaga’s ‘Stupid Love’ Is An Exercise In Fabulosity*. Retrieved December 25, 2020, from <https://www.forbes.com/sites/nadjasayej/2020/02/28/lady-gagas-stupid-love-is-an-exercise-in-fabulosity/>
- Halbwachs, M. (1990). A memória coletiva (1950). In *Vértice* (p. 189).
- Huyssen, A. (2011). *Seduzidos pela memória* (1st ed.). Aeroplano Editora.
- Huyssen, A. (2014). *Políticas de memória do nosso tempo* (1st ed.). Universidade Católica Editora.
- Janotti Júnior, J; Soares, T. (2008). O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. *Galáxia*, 8(15), 91–108.
- Leal, B.S.; Borges, F.; Lage, I (2018). Experiências de nostalgia: de Stranger Things a Vozes de Tchernóbil, diferentes construções nostalgizantes. In T. Cruz, Lúcia Santa; Ferraz, T. (Ed.), *Nostalgias e mídia: No caleidoscópio do tempo* (1 ed., pp. 47–66). E-pappers.
- Lopes, D. (2009). *A Delicadeza. Estética, Experiência E Paisagens* (1ed., Vol. 1). UNB.
- Lipovetsky, Gilles. Serroy, J. (2009). *A Tela Global*. Sulina.
- Niemeyer, K. (2014). Introducing: Media and Nostalgia. In K. Niemeyer (Ed.), *Media and Nostalgia* (pp. 1–23). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137375889_6
- Niemeyer, K. (2018). O poder da nostalgia. In T. Cruz, Lúcia Santa; Ferraz, T. (Ed.), *Nostalgias e mídia: No caleidoscópio do tempo* (1 ed., pp. 29–46). E-pappers.
- Panati, C. (1991). *Panati’s Parade of Fads, Follies, and Manias: The Origins of Our Most Cherished Obsessions* (1st ed., Vol. 1). HarperCollins.
- Pinch, T. (2003). “Emulating Sound. What Synthesizers Can and Can’t do: Explorations in the Social Construction of Sound”, In C. Zittel (ed.) *Wissen und soziale Konstruktion*. Berlin: Akademie Verlag (pp. 109–127)
- Pinch, Trevor; Reinecke, D. (2009). Technostalgia: How Old Gear Lives. In J. Bijsterveld, Karin; Van Dijck (Ed.), *Sound Souvenirs: Audio Technologies, Memory and Cultural Practices* (pp. 152–166). Amsterdam University Press.
- Pollak, M. (1992). Memória e identidade Social. *Revista Contracampo*, 5(06), 200–212. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i06.462>
- Reynolds, S. (2011). *Retromania: Pop Culture’s Addiction to Its Own Past*. Faber and Faber.
- Rolling Stone. (2020, July 7). *Could Disco Pave Pop’s Future?*. Retrieved December 25, 2020, from <https://www.rollingstone.com/music/music-features/disco-dua-lipa-doja-cat-the-weeknd-990437/>
- Soares, T. (2013). *A estética do videoclipe* (1st ed.). Editora Universitária UFPB.
- van der Heijden, T. (2016). Technostalgia of the present: From technologies of memory to a memory of technologies. *NECSUS. European Journal of Media Studies*, 4(2), 103–121. <https://doi.org/10.5117/necsus2015.2.heij>