

De música a ícone

o caminho da trilha sonora através da ressignificação

Raquel Vieira Fávaro Petronilho¹

PUC Minas

Resumo: O ser humano é um ser semiótico, que atribui aos objetos os mais diversos e numerosos significados – e depois os ressignifica. Este ensaio traz à tona uma das possíveis discussões acerca da ressignificação, tendo como objetos de estudo a relação sógnica do espectador em relação a (exemplos de) produções midiáticas e suas trilhas sonoras e como tal processo de ressignificação pode contribuir com a evolução de uma música a ícone de uma produção audiovisual.

Palavras-chave: produção midiática; trilha sonora; memória; significação; ícone.

Abstract: Human being is semiotic, who attaches to objects the most various and abounding meanings – and then make sure it will mean something else. This essay emphasizes one of among the many discussions about it, making use of the connection of signs as part of the relation established between the spectator, the receiver, and media content and its sound-tracks; and the way this process may add up to the transformation of a song into an audiovisual icon.

Key words: media content; sound-track; memory; sign; icon.

¹ Professora de Linguagem Publicitária, Ética na Propaganda e Criação Publicitária no curso de Publicidade e Propaganda da PUC Minas Poços de Caldas. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela PUC Minas. Pós-graduada em Processos Criativos em Palavra e Imagem pelo IEC PUC Minas. Mestranda em Comunicação Social pelo IEC PUC Minas, na linha de pesquisa Linguagem e Mediação Sociotécnica, orientada por Júlio Pinto. E-mail: quelfavaro@hotmail.com

Há muito os estudos semióticos se aprofundam acerca de acontecimentos que nos permeiam – muitas vezes sem se fazerem notados. A forma como percebemos e enfrentamos acontecimentos, dos mais rotineiros, aos mais extraordinários; a criação de sentido que é por nós imposta não somente sobre acontecimentos, mas sobre pessoas, lugares, coisas: esta propensão à busca por uma significação, mesmo que se faça imperceptível, esta capacidade de ressignificação, de atribuir a algo ou a alguém um significado particular, se mostra fascinante. Parecem infinitas as possibilidades. Quantos são os adjetivos capazes de serem levados às costas de uma pessoa? E quantos sentimentos, quantas coisas, lugares e, ainda, quantas outras pessoas pode a imagem ou a lembrança de um alguém invocar? Nunca ao acaso, sempre graças à ressignificação que cada ser imprime sobre uma pessoa, um objeto, um lugar ou um acontecimento. E se é tão consistente tal ocorrência em quaisquer campos da vida de uma pessoa, qual seria, então, a relação de ressignificação que o espectador comum pode vir a atribuir a uma determinada obra audiovisual? Poderia a memória auditiva do espectador funcionar como ressignificador de uma obra midiática? E mais: uma música já existente que se transforme em trilha sonora de um filme ou programa televisivo de sucesso poderia vir a ser ressignificada de tal forma por quem a consome, que aquela passaria a ser a referência dominante (ou ainda, única) a encontrar eco na memória do espectador?

Tendo em mente que a ressignificação se dá a todo momento, mesmo que sobre as mais ínfimas coisas ou acontecimentos, se faz possível afirmar que uma produção midiática é capaz de reverberar dentro da memória do espectador – e é sobre essa possível reverberação e algumas de suas peculiaridades que o presente artigo pretende discutir.

A memória do espectador ressignifica o conteúdo

É notável o interesse pelo alcance de uma produção midiática por estudiosos de diversas áreas da Comunicação Social, visto que ela pode vir a atingir, sabidamente, os mais diversos públicos. São pessoas que divergem em classes sociais, sexo, idade, localização. Existem, evidentemente, conteúdos elaborados e transmitidos para públicos determinados. Filmes e programas de TV de grande sucesso, entretanto, muitas vezes podem se fazer exceção – bem como a trilha sonora que os embala. Isso posto, surge o questionamento: qual poderia vir a ser o impacto de um filme ou programa televisivo em tantos espectadores, no sentido de ressignificação da obra e de características que lhe foram (são) particulares, como a trilha sonora? Espectadores que em tanto se diferem seriam capazes de criarem ressignificações semelhantes a partir de uma mesma obra midiática?

Apropriação de trilhas sonoras: a música que nasce para um fim e (não) morre com outro

Uma vinheta é um tema específico que tem por objetivo sinalizar determinado conteúdo midiático – seja ela apenas sonora, no caso do rádio ou dos chamados carros de som, que levam conteúdo publicitário às ruas de cidades fazendo uso de carros com gigantescas caixas de som acopladas à sua estrutura, ou ainda audiovisuais, como as que estamos acostumados a ver na programação televisiva ou, mais recentemente, nas produções da *web* (como é o caso dos consagrados vídeos do humorístico Porta dos Fundos, que sempre terminam com a já amplamente conhecida vinheta do canal).

Sonoramente falando, as características acerca da definição de uma vinheta podem variar: é possível encontrar produções temáticas criadas com exclusividade para tal, existem aquelas que copiam algo preexistente, alterando apenas uma nota musical do original ou, ainda, há a possibilidade de fazer uso de uma música ou efeito já existente, sem necessidade – ou desejo – de alteração (em casos como este, nos resta imaginar e torcer para que a empresa/o sujeito que se utiliza de tal recurso esteja de acordo com a lei no que diz respeito aos direitos autorais – mas isso é questão para um outro estudo).

Em relação a este último, temos na TV brasileira um *case* que pode ser considerado de sucesso, visto que já está próximo de completar quatro décadas de existência e, talvez mais importante, de relevância. É o caso do tema *Dr. Jeckle and Hyde Park*, mais conhecida no Brasil por *Hyde Park*, ou “a música do Esporte Espetacular”. O tema da Carnaby Street Pop Orchestra and Choir (sim, o nome da orquestra é tudo isso), liderada por Keith Mansfield, serve como trilha sonora para as vinhetas do programa esportivo *Esporte Espetacular*, da Rede Globo, desde 1977. A música foi ainda utilizada na novela *Selva de Pedra*, da mesma Rede Globo, em 1972, mas com a durabilidade do *Esporte Espetacular* como carro chefe da programação esportiva do canal, com frequência semanal ao longo dos últimos quase quarenta anos e a repetição constante da vinheta, foi logo esquecida como música tema de folhetim novelístico (por maior que tenha sido o sucesso do mesmo) para se tornar “a música do Esporte Espetacular”. Tal identificação encontra-se tão estabelecida na relação do programa com seu público – ou mesmo com aqueles que não se fazem público-alvo da produção, mas consomem outros programas daquele canal e, por conseguinte, as chamadas comerciais do esportivo, que fazem da canção-tema da vinheta música de fundo – que a CGCOM, agência de publicidade que atende a conta da atração televisiva, fez uso de tal fato basilar para a criação da campanha de celebração dos 40 anos do programa. As peças que compõem a citada campanha publicitária consistem em exibir cenas cotidianas – como alguém a subir escadas ou a caminhar pela calçada – transformadas em cenas esportivas, como halterofilismo e atletismo, unicamente a partir da inserção da “música do Esporte Espetacular” como trilha sonora daquela ação rotineira. O con-

ceito da campanha, “a gente vê esporte em tudo”, reforça a relação da música *Hyde Park* com o programa global e vai além: mostra, através da trilha sonora consagrada pela vinheta, que o espectador não só a relaciona com o programa, mas faz a associação do Esporte Espetacular com o esporte em si e com tudo o que pode ser englobado como tal (categorias esportivas, atletas, campeonatos, etc). Ou seja, o poder da música utilizada como vinheta sonora pela atração não só a tornou “a música do Esporte Espetacular”, mas fez com que ganhasse conotações de trilha sonora do esporte como um todo. Basta que o espectador/consumidor/sujeito ouça as notas musicais da composição para que lhe venha à mente algo relacionado ao esporte.

É importante ressaltar aqui o uso da expressão “algo relacionado ao esporte” como o que é transportado pela memória quando o sujeito se vê em contato com a canção *Hyde Park*: a interpretação sígnica apresenta a possibilidade de divergência de significado, ou seja, uma vez que o significante é deslizante, admite a possibilidade de significados diferentes para pessoas diferentes. Assim como um clichê descreve o sentimento comum de todos, mas pode não dar conta da singularidade de um sentimento, a música da vinheta em questão, ou “a música do Esporte Espetacular”, pode vir a despertar a consciência comum, a memória generalizada do cidadão brasileiro médio, em relação ao esporte como um todo. Entretanto, é possível afirmar que, apesar de atreladas ao esporte de forma geral, cada sujeito poderá vir a apresentar uma lembrança distinta, resultado de suas experiências particulares, sejam elas um histórico de carreira esportiva, a existência de um ídolo esportivo maior, a preferência ou admiração por determinado esporte, dentre tantos motivos outros quanto podem ser possíveis de serem enumerados, visto que o significado é extrínseco ao signo e inclui um sujeito no processo de interpretação – e, se a mente é variável, também o é o resultado de uma significação.

A mesma Rede Globo nos oferece ainda outro caso interessante de utilização de uma música preexistente como recurso sonoro para a vinheta de um dos programas de sua grade que, assim como o exemplo anterior, sofreu tamanha acumulação simbólica que permitiu sua ressignificação, transformando uma música (desta vez de um artista mundialmente conhecido) em arauto de conteúdos de entretenimento. É o caso de *Don't Stop 'Til You Get Enough*, de Michael Jackson, cuja versão instrumental é empregada, há mais de duas décadas, como recurso sonoro na vinheta do boletim eletrônico semanal *Vídeo Show*. Tal qual a música *Hyde Park* se tornou conhecida como “a música do Esporte Espetacular”, esta passou a ser identificada (talvez exceto pelos fãs do rei do pop) como “a música do *Vídeo Show*”. A relação estabelecida pelo público/espectador entre a trilha sonora utilizada na vinheta e o programa se mostra de tal forma solidificada, que é utilizada mesmo por produções de canais concorrentes para fazer referência ao *Vídeo Show*, como é o caso do jornalístico *Balanço Geral*. Transmitido pela Rede Record no mesmo horário que a atração global em questão, traz à tona

“a música do Vídeo Show” quando se vê à frente na corrida pela audiência, apontada pelo Ibope, com a certeza de que o espectador irá compreender o apontamento e deixar vir à tona a lembrança do programa.

A ressignificação de trilhas ou recursos sonoros utilizados em vinhetas pode ser correlacionada com ocorrência equivalente que se dá em produções midiáticas voltadas para o cinema. Cada quadro, cada plano, cada sequência de um filme se dão graças ao trabalho meticuloso que abrange as mais diversas áreas. “O cinema não é um meio simples, como a canção ou a palavra escrita, mas uma forma de arte coletiva, onde indivíduos diversos orientam a cor, a iluminação, o som, a interpretação e a fala” (MCLUHAN, 2011:327). Ou seja, cada milésima parte de uma obra cinematográfica é pensada por um profissional especializado naquele segmento específico, pois é da junção de todas estas especialidades que se faz cada cena. “O cinema é mais perceptivo, se é que assim nos podemos exprimir, do que muitos outros meios de expressão: mobiliza a percepção segundo um maior número de eixos.” (METZ, 1980:53); é da confluência de todos estes elementos – cor, iluminação, som, interpretação, fala, dentre outros não citados pelo autor – que resulta uma cena (considerada) perfeita. Dentre estes elementos, constituintes da obra cinematográfica, faz-se relevante para nós a trilha sonora.

A partir de Aumont, sabe-se que “(...) o som é, na maioria das vezes, considerado como um simples coadjuvante da analogia cênica oferecida pelos elementos visuais. De um ponto de vista teórico, contudo, não há qualquer motivo para que as coisas ocorram dessa maneira.” (AUMONT, 1995:48). É o caso do filme *Ghost: do Outro Lado da Vida*, estrelado por Demi Moore e Patrick Swayze, grande sucesso do cinema (e das então ainda relevantes locadoras) na década de 1990. Cenas românticas marcantes do casal são embaladas pela também romântica *Unchained Melody*, canção de 1955. Originalmente lançada na voz de Al Hibbler, é uma das canções mais gravadas do século XX, tendo sido eternizada, por exemplo, por outro rei, Elvis Presley, ou ainda, mais recentemente, pela banda irlandesa U2 e pela cantora pop Cindi Lauper. A versão utilizada no filme em questão foi a da dupla *The Righteous Brothers* – e, para muitos, parece ser a única.

A canção se faz paisagem sonora do romance a partir do momento em que, de acordo com Fernandes, Rocha e Dos Santos (2007), a música se faz base para a formação de um ambiente, ou seja, é utilizada para resgatar o que o espectador já sabe sobre as personagens – a música funciona como veículo, levando o público de volta ao lugar/momento anterior, à última cena exibida acerca dos acontecimentos que envolvem o casal – não somente durante a trama, mas como experiência alcançada pela memória do sujeito a cada novo encontro com a música em questão.

Se, por acaso, alguma coisa, como qualquer corpo visível, desaparece da vista, não da memória, conserva-se interiormente a sua imagem, e procura-se, até que seja restituída à vista. Logo que for encontrada, é reconhecida pela imagem que está dentro de nós. Não dizemos que encontramos o que estava perdido, se não o reconhecemos, nem o podemos reconhecer, se não nos lembramos: mas aquilo que, de facto, estava perdido para os olhos, conservava-se na memória (AGOSTINHO, 2002:65).

O que podemos entender a partir deste trecho das *Confissões* de Santo Agostinho é que a resignificação de uma trilha sonora por parte do espectador, fazendo deste recurso sonoro sinônimo daquela obra audiovisual em particular, se dá quando a música em questão tenha se instalado na memória do sujeito à época da apreciação da obra cinematográfica.

A partir da ativação, do resgate da memória do espectador acerca da produção audiovisual, espera-se que a relação espectador-obra não mais se apresente de forma unilateral, com a ação do filme sobre o espectador, mas também do agir emocional do espectador sobre o filme. Para Fernandes, Rocha e Dos Anjos, é plausível que se apresente avanço na resignificação dos espaços fílmicos “a partir dos sons/música evocados por sua imaginação. O cinema tem esse poder de sedução” (FERNANDES, ROCHA e DOS ANJOS, 2007).

É importante salientar: todo significado é produzido na memória: se não houver significado prévio, não há significado. Ou seja, a transformação da música em conteúdo análogo ao conteúdo midiático que ela representa pode ser associada à relação existente entre a memória auditiva do espectador em relação a uma produção midiática, à medida que este espectador produz uma resignificação sobre a trilha sonora, a ponto de transforma-la em correspondente à obra midiática no que diz respeito ao seu conteúdo de forma geral.

Acerca das possibilidades de resignificação por parte do espectador a partir das memórias que envolvem a obra cinematográfica em questão, ativada pelo defronte com a trilha sonora do mesmo, as palavras de Peirce se fazem elucidativas:

Uma palavra possui um significado, para nós, na medida em que somos capazes de utilizá-la para comunicar nosso conhecimento a outros e na medida em que somos capazes de apreender o conhecimento que os outros procuram comunicar-nos. Este é o grau mais baixo do significado. O significado de uma palavra é, de uma forma mais completa, a soma total de todas as predições condicionais pelas quais a pessoa que a utiliza pretende tornar-se responsável ou pretende negar. Essa intenção consciente ou quase-consciente no uso da palavra é seu segundo grau de significado. Mas, além das consequências com as quais conscientemente se compromete a pessoa que aceita uma palavra, há um amplo oceano de consequências imprevistas que a aceitação da palavra está destinada a não apenas consequências de conhecimento, mas talvez, revoluções na sociedade. Nunca se pode dizer qual o poder que pode haver numa palavra ou numa frase para mudar a face do mundo: e a soma destas con-

sequências perfazem o terceiro grau do significado (PEIRCE, 2010:160)

Por conseguinte, voltando ao exemplo supracitado, entende-se que a trilha sonora do filme, a canção *Unchained Melody*, pode vir a ser um ícone do objeto *Ghost: do Outro Lado da Vida* – de acordo com Pinto, ícone é “(...) aquele signo² que é determinado por seu objeto por compartilhar das características dele” (PINTO, 1995:24), enquanto o objeto não deve ser pensado como uma coisa, mas como “algo ao qual algo se refere” (PINTO, 1995:37). Isto é, a partir do encontro com a música-tema do filme em questão, o espectador pode vir a produzir uma dinâmica de significação, uma relação de signo com o seu objeto (o filme).

Isto posto, mostra-se passível de entendimento que a canção *Unchained Melody* tenha se tornado – como “a música do Esporte Espetacular” ou “a música do *Vídeo Show*” – “a música do *Ghost*”, como se as tantas outras versões, as já existentes e as que sucederam o *blockbuster*, não se fizessem dignas de serem lembradas, ou mesmo como se nunca tivessem sequer existido. A título de curiosidade: o caso da significação atribuída pelos espectadores à relação filme/trilha sonora, no caso do filme *Ghost: do Outro Lado da Vida*, parece ter alcançado ainda mais profunda acepção. Nos Estados Unidos, o nome da música tornou-se uma expressão urbana. Um momento *unchained melody* é aquele no qual alguém faz algo, alguma atividade, junto da pessoa amada, e tal atividade, mesmo que corriqueira, parece ser um momento romântico. A origem da expressão vem da (talvez) mais famosa cena do filme, na qual as personagens de Moore e Swayze – obviamente embalados pela canção em questão – se envolvem na confecção de um artefato de cerâmica, uma atividade corriqueira que, naquele contexto, representava uma cena extremamente romântica.

De música a ícone

Se alguma coisa pode ser usada para comunicar, ela pode ser significada – e de novo, e de novo, e de novo, num ressignificar contínuo, que pode tanto fazer com que esta alguma coisa em determinado momento se perca e se torne referência desconhecida ou que se torne eternamente resgatável em meio aos tantos e diversos signos que ocupam a memória de um sujeito. É sabido que a ressignificação de um objeto se dá a partir do repertório individual ou coletivo, de vivências e experiências. Por conseguinte, e tendo em mente os casos exemplificados ao longo deste artigo, talvez seja possível afirmar que quando uma música já existente – mesmo que gravada por um artista de

² Um signo, ou representâmen, é aquilo que sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei fundamento do representâmen. (PEIRCE, 2010:46)

renome internacional ou regravada mais vezes do que uma pessoa pode se lembrar – passa a ser trilha sonora de uma relevante produção televisiva ou cinematográfica e, além disso, se vê inserida na rotina do espectador, passando a fazer parte de suas experiências e de sua memória, a ressignificação a ela atribuída pode transformá-la em mais do que uma música, mais do que uma trilha sonora, mas em um ícone, exibidor do objeto a que se refere.

Nada significa uma coisa só, sabemos. Entretanto, um significado pode vir a ter força suficiente para prevalecer sobre tantos outros, como primeiro ou único, no disputado espaço que se faz a memória do sujeito-espectador. A diferença entre estes e os que tão logo se tornam esquecidos, no caso das trilhas sonoras, muito se dá graças ao envolvimento do espectador para com elas, que podem ser vinculadas à qualidade (tanto a sonora quanto a visual, à qual a trilha fará fundo) e à durabilidade (em tempo ou em ressonância de sucesso) da produção midiática em questão. Além de, claro, um pouco de sorte de quem, nos bastidores, em determinado momento optou por esta, e não aquela faixa musical.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINHO, Santo. *Confissões*: Livros XII, X e XI. São Paulo: Editora Martin Claret, 2002.

AUMONT, Jacques. *A Estética do Filme*. São Paulo: Papyrus Editora, 1995.

BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão (org.), *Teoria contemporânea do cinema*: documentário e narrativa ficcional, vol 2. São Paulo: Senac, 2005, pp. 277-301.

BERGSON, Henri. *Matéria e Memória*: Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1999.

FERNANDO, Glauco Vieira, ROCHA, Ewelter de Siqueira e, DOS ANJOS, Francisco Weber. *Paisagens sonoras em cidades cinemáticas*. Disponível em <<http://is.gd/Zx1okx>> Acesso em 7 dez. 2013.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Edições Vértice, 1990.

MACHADO, Mariângela. A formação do espectador de cinema e a indústria cinematográfica norte-americana In *Revista Sessões do Imaginário*, Faculdade de Comunicação Social da PUCRS, Porto Alegre, v.1, n.22, dez. 2009. Disponível em: <<http://is.gd/ByLpDn>> acesso em 12 dez. 2013.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix, 2011.

METZ, Christian. *O significante imaginário*: psicanálise e cinema. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.

PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2010.

PINTO, Julio, 1 2 3 da *Semiótica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1995.