

Fragmentação e recombinação de elementos heterogêneos na *web*: pastiche cultural no videoclipe *Judas*

Fragmentation and recombination of heterogeneous elements in the web: cultural pastiche in the music video *Judas*

Guilherme Mendes Pereira¹
Angela Dillmann Nunes Bicca²

RESUMO

A partir dos Estudos Culturais de inspiração pós-moderna e pós-estruturalista, desenvolvemos a análise do videoclipe *Judas*, que circula amplamente em todo o mundo, particularmente no YouTube. Esse vídeo mescla referências heterogêneas, compondo um pastiche cultural, valendo-se de elementos como vestes e objetos de diferentes épocas, motocicletas, textos religiosos apócrifos, estereótipos, além de referências a filmes e pinturas.

Palavras-chave: pastiche cultural, videoclipe, estudos culturais.

ABSTRACT

Based on the Cultural Studies of post-modern and post-structuralist inspiration, we developed the analysis of the music video *Judas*, which circulates widely around the world, particularly on YouTube. This video mixes heterogeneous references composing a cultural pastiche, full of elements such as clothes and objects from different periods, motorcycles, apocryphal religious texts, stereotypes, among references to films and paintings.

Key words: cultural pastiche, music video, cultural studies.

¹ Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Av. Ipiranga, 6681, 90619-900, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: guilherme.pereira.002@acad.pucrs.br

² Instituto Federal Sul-rio-grandense. Praça XX de Setembro 455, Centro, 96015-360, Pelotas, RS, Brasil. E-mail: angela.bicca@hotmail.com

Pastiche cultural e o videoclipe *Judas* nas teias informacionais contemporâneas

Os videoclipes - ou cliques - têm se tornado cada vez mais conhecidos, ganhando espaço de difusão pelo mundo em questão de instantes, por meio das redes de comunicação e de informação da *web*, particularmente por meio do YouTube. Esses vídeos, constituídos de imagens e sons combinados enquanto informações estéticas repletas de densos e voláteis enredos de referências, auxiliam na produção de estilos, hábitos, além dos modos de ver, de perceber e de dar sentido ao mundo. Os videoclipes contribuem ainda para a criação de diversos produtos comerciais, como, por exemplo, roupas, acessórios e revistas.

Queremos marcar, também, a ampla circulação que os videoclipes apresentam neste início de século XXI particularmente com o advento do YouTube, como nos alertou Jenkins (2009) ao explicar que o site propiciou novas possibilidades para a colaboração na criação e na difusão de conteúdos audiovisuais. Por intermédio do YouTube, tornou-se possível ter acesso a uma grande quantidade de cliques gratuitamente e a qualquer momento. É nesse contexto que o videoclipe *Judas*³, de Lady Gaga⁴, analisado aqui, foi produzido e distribuído através do YouTube, circulando amplamente no mundo todo. Tal estratégia de distribuição de vídeos tem sido também potencializada pelas redes sociais, quando essas permitem que milhões de indivíduos tenham acesso a essas obras instantaneamente e, dessa maneira, produzam suas formas de vestir, de customizar e de comportar-se a partir dos trabalhos da artista⁵. Tal processo parece estar estimulando a busca pelas inúmeras referências que reverberaram nesses videoclipes

enquanto pastiches culturais. Dessa forma, os públicos dos videoclipes, além do contato com o trabalho da artista, tendem a procurar também os comentários produzidos a respeito dos cliques em inúmeros meios de comunicação, muitas vezes com intuito de compartilhar as referências evocadas na produção do clipe. É assim que parece surgir o que se poderia chamar de os *trending topics*⁶ da *web*, que se constitui como mais um dos efeitos da ampla circulação dos videoclipes na Internet.

Vídeos tais como o que analisamos neste texto estariam na esteira dos primeiros musicais da década de 1920, como apontou Brune (2010), ao referir o filme *The Jazz Singer*, de 1927, como sendo um dos primeiros a mesclar música e coreografias para contar uma história. Mais tarde, já na década de 1960, destacou-se a produção do filme musical intitulado *A hard day's night* (1964), que teria consistido em uma importante jogada de *marketing* para a construção da imagem dos Beatles, como explicou Soares (2004). Desde então, os cliques promocionais começaram a ter uma duração menor do que os filmes musicais e passaram a ser produzidos e divulgados por diversos artistas e bandas, tais como Queen, Pink Floyd, Prince, David Bowie, Michael Jackson, Madonna, dentre tantos outros que passaram a explorar as possibilidades do recurso audiovisual, como referiu Brune (2010).

Apesar da produção e circulação nas mídias tradicionais de inúmeros videoclipes ao longo da segunda metade do século XX, foi o surgimento do canal de televisão Music Television (MTV), em 1981, nos Estados Unidos, que teria tornado os videoclipes amplamente conhecidos para os mais diversos públicos, como comentou Garner (2011). A partir dessa época, de acordo com Pontes (2003), os videoclipes teriam ganhado um acréscimo importante nos recursos destinados à sua produção, o que incluiu contratar cineastas reconhecidos para escrever e dirigir os vídeos, como, por exemplo, ocorreu nos videoclipes *Thriller*⁷ (1984) e *Bad*⁸ (1987), de Michael Jackson.

³ Produzido em 2011, dirigido por Stefani Germanotta e Laurieann Gibson. Em último acesso no *link* oficial, o vídeo contabilizava mais de 129 milhões de visualizações. Acessado em: 6/03/2012, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=wagn8Wrmzuc>.

⁴ O *site* da artista destaca a grande circulação de seus trabalhos na Internet. É referido nesse *site* que Lady Gaga é a primeira artista a atingir a marca de 5 milhões em vendas *online* de *singles*, e que o número de visualizações dos seus vídeos *online* chega à soma de 1,3 bilhão. Além disso, a artista possui mais de 33 milhões de *likes* no Facebook, e aproximadamente 20 milhões de seguidores no Twitter. Acessado em: 28/02/2012, disponível em: <http://www.ladygaga.com/bio/>

⁵ Em um vídeo promocional do navegador Google Chrome, por exemplo, aparecem algumas produções culturais de diversos fãs inspiradas nas produções de Lady Gaga. Acessado em: 4/06/2011, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=sDPJ-o1leAw>

⁶ Termo tomado emprestado dos *Trending Topics* do Twitter que designa os assuntos mais falados e debatidos pelos indivíduos em dado momento.

⁷ Dirigido pelo cineasta John Landis.

⁸ De Martin Scorsese.

Nesse contexto, buscamos abordar nesta análise, desenvolvida a partir dos Estudos Culturais, em sua vertente pós-moderna e pós-estruturalista, o videoclipe *Judas*, da artista Lady Gaga, lançando algumas possíveis leituras que levam em consideração elementos que o compõem enquanto pastiche cultural.

O campo dos Estudos Culturais, desde seu início, na Inglaterra dos anos 1960, vem promovendo uma mudança na noção de cultura, passando a levar em consideração as práticas do dia-a-dia, e não apenas as produções de alguma suposta elite cultural, como explicou Escosteguy (2010). Tal mudança no conceito de cultura tem possibilitado aos praticantes dos Estudos Culturais abordarem a cultura como um conjunto das práticas sociais, resultantes dos inúmeros e variados sistemas de significação e de comunicação que os seres humanos se valem para atribuir significados às coisas do mundo, como destacou Hall (1997a). Sob essa ótica, como enfatizou o mesmo autor (idem), os significados são entendidos como culturalmente produzidos por meio da linguagem, ao invés de serem tomados como naturais ou intrínsecos aos objetos. Assim, o que em outra acepção seriam considerados fatos “naturais”, podem ser tomados como acontecimentos discursivos.

Nessa perspectiva valemo-nos do conceito de representação cultural enunciado por Hall (1997b) para a realização da análise do videoclipe *Judas*. Tal conceito tem permitido tomar a cultura como central nos processos de produção e de estabelecimento dos significados para os indivíduos (HALL, 1999b). Destacamos ainda que as análises culturais, produzidas na vertente teórica aqui assumida, possibilitam colocar em destaque os modos como os significados são produzidos e intercambiados por grupos sociais. Além disso, nelas dá-se destaque aos modos como os significados organizam e regulam a vida das pessoas, tendo, nesse sentido, efeitos práticos.

Foi a partir dessa perspectiva que analisamos o videoclipe *Judas* como um artefato cultural pós-moderno que se valeu do pastiche para mesclar as inúmeras e diferentes referências culturais, tais como a letra da música, o figurino, o *merchandising* de alguns produtos inseridos no clipe, os cenários e alguns estereótipos⁹. Tal estética remete à noção de pastiche, na qual informações diversas e fragmentadas são sobrepostas e transfiguradas a fim de formar outras.

Jamenson (2002), ao analisar a lógica cultural do capitalismo tardio, mostrou que a produção estética contemporânea está atrelada fortemente à produção de mercadorias e, com isso, a lógica da economia perpassa a produção de todos os tipos de artefatos culturais, apelando para a novidade e instigando o consumo constante e a produção acelerada de novos produtos culturais. Uma das formas como isso tem se processado, de acordo com o autor (ibid.), inclui a produção de pastiche que, por sua vez, trata-se de uma prática estética contemporânea de imitação de estilos já conhecidos.

O pastiche seria, assim, a expressão estética mais peculiar da contemporaneidade, alegou Stam (2003), ao mostrar que o pastiche hibridiza e ironiza estilos e discursos anteriores, abusando dos estereótipos e combinando referências para que os/as leitores/as das produções culturais as reconheçam. Com o pastiche se dá uma forma de revisitação de tempos passados, requeridos para que se recombinem e se repliquem por meio dos *remakes*, reciclagens e mesclas irônicas.

O termo *pastiche*, como explicou Hoesterey (2001), diz respeito à prática de imitação de feitos produzidos em várias épocas, o que permite constituir estilos mistos ou a mistura de elementos diversos. Uma prática que, aliás, torna inadequado qualificar as produções culturais pós-modernas ou como originais ou como meras cópias de trabalhos anteriores.

Examinando as produções audiovisuais de Lady Gaga, Sanches (2010) identificou nelas referências que vão desde Andy Warhol, Michael Jackson, George Michael, Marilyn Manson, a banda Sex Pistols e até mesmo alusões a Alfred Hitchcock, Quentin Tarantino e a estética de desenhos animados. Essas composições, a partir de referências anteriores, de acordo com o autor (idem), ajudam a produzir mesclas irônicas nos trabalhos de Lady Gaga, mesclas essas que acabam por compor pastiches culturais.

Consideramos que o pastiche cultural produzido no videoclipe analisado neste texto coloca em circulação uma série de elementos que tem despertado a curiosidade dos mais diversos públicos. Sabendo que há ampla disseminação desses clipes na Internet, e com base nos pressupostos teóricos aqui colocados, apresentamos a seguir a análise do clipe *Judas*.

⁹ Hall (1997c) explica que estereótipos podem ser entendidos como representações que delimitam os indivíduos por meio de suas características mais óbvias e já consagradas. Assim, essas características articuladas, enquanto estereótipos, podem ser prontamente identificadas e memoradas. Com isso, estreita-se a amplitude cultural que os indivíduos possam possuir.

Videoclipe apócrifo e Judas *pop star*

Estabelecemos um jogo com o termo *apócrifo*¹⁰ como inspiração para o desenvolvimento da análise do videoclipe *Judas* e para a escrita do subtítulo acima. Entendemos que, no vídeo analisado, foram apropriados e reconfigurados vários elementos da tradição cristã, subvertendo-os a novos olhares e interpretações, mesclando-os a inúmeros elementos de outras épocas e locais, que foram referidos na análise a seguir.

O apócrifo é transgressor, foge das malhas socio-culturais institucionalizadas, muitas vezes ressignificando o que já se tinha por “verdade”. O clipe *Judas* remete a textos bíblicos apócrifos e também a produções literárias e cinematográficas que narram a história de Jesus Cristo com interpretações que, possivelmente, não sejam aceitas por religiões cristãs. Essa mescla de elementos permite analisar o videoclipe *Judas* como um artefato cultural pós-moderno, como uma verdadeira tessitura de informações, carregado de referências estéticas difusas, algo que tem sido recorrente na produção desse tipo de vídeo.

A própria Lady Gaga aponta tal mescla de elementos em seu trabalho como se pode ler em uma das entrevistas¹¹ concedidas antes do lançamento do videoclipe. Lady Gaga indica que no videoclipe *Judas* ela interpreta Maria Madalena, presente em um filme de motoqueiros inspirado na estética de Frederico Fellini, por sua vez requerida para apresentar os apóstolos de Cristo como revolucionários de uma Jerusalém imaginada.

O clipe inicia com o nome Judas grafado junto a uma cruz no centro da tela, já dando indícios para possíveis interpretações que vêm a seguir. A cruz é um símbolo marcadamente cristão para a cultura ocidental, remete a Jesus crucificado e traz à tona uma série de associações como redenção, salvação e amor ao próximo. Em contraponto, Judas, o apóstolo que teria traído Jesus, evoca sentidos como pecado e mentira. Essas representações de Jesus e Judas são muito populares, todavia há outras versões a respeito desses dois personagens.

O filme *A última tentação de Cristo* (1988) de Martin Scorsese, por exemplo, traz os personagens bíblicos sob

uma perspectiva histórica, segundo a qual Jesus é humanizado mostrando inseguranças e desejos. Werneck (2006) mostrou que os personagens que seguem o messias nesse filme lutam contra o tempo para evitar a morte de seu líder na cruz – que o Jesus representado quer a vida em troca da eternidade que a morte professada lhe promete e que Judas, o amigo mais fiel de Jesus, quer a mudança social do momento, no lugar da transformação divina prometida. Dessa forma, de acordo com o mesmo analista (idem), o filme apresenta outra versão da “verdade” sobre a vida de Cristo e seus apóstolos, defendendo que o cinema tem o potencial de privilegiar a experimentação de variados pontos de vista para enredos já conhecidos.

Em um momento seguinte do clipe *Judas*, surge a imagem de um grupo de doze motoqueiros viajando por uma autoestrada que atravessa a malha urbana de uma grande cidade. Eles estão vestidos com jaquetas e botas de couro preto, calças jeans, capacetes, óculos escuros e alguns portam adereços prateados, tais como relógios de pulso e correntes, sugerindo que eles pertencem a um grupo de motoqueiros. As motocicletas utilizadas pelos homens são modelos Harley Davidson. Poderíamos considerar a veiculação da imagem desses produtos tão singulares [imageticamente] como uma forma de *merchandising*.

Nas costas das jaquetas que os doze homens do clipe vestem, há alguns nomes inscritos que podemos ler: Simon, Philip, Thomas, Judas e John. Esses nomes ajudam fazer referência aos doze apóstolos e a Jesus Cristo, acompanhados de uma mulher, que é interpretada por Lady Gaga.

Essa artista aparece na garupa de uma dessas motos; ela usa óculos escuros, calça e botas negras, blusa semitransparente com tonalidades violáceas e um véu longo azul que lembra as capas difundidas em representações sacras de santos católicos. Essa mulher tem um comportamento ousado, tem seus cabelos loiros soltos ao vento e olha para o homem que dirige a moto em que ela está. É dessa forma que a artista Lady Gaga aparece pela primeira vez no videoclipe.

O homem que dirige a moto na qual Lady Gaga está usa uma coroa de espinhos dourada e um colar com vários pingentes de cruzes. A coroa de espinhos alude a figura de Jesus Cristo debilitado pelo suplício a que foi submetido antes de sua execução na cruz. Essa provável

¹⁰ Segundo Lopes (2008), os textos apócrifos para alguns especialistas seriam derivações dos evangelhos canônicos, reconstruídos a partir dos pontos de vista de seus idealizadores. Já outros defendem que muitos dos escritos apócrifos seriam evangelhos marginais aos canonizados pelas instituições cristãs.

¹¹ Acessado em: 06/03/2012, disponível em: <http://arts.nationalpost.com/2011/05/05/lady-gagas-video-for-judas-is-a-motorcycle-fellini-movie/>

referência a Cristo ajuda a sugerir que a artista Lady Gaga esteja representando Maria Madalena. Conforme relatos bíblicos, Maria Madalena era uma prostituta que se converteu ao cristianismo após ser perdoada por Jesus e se livrar de seus “pecados”, tonando-se, em seguida, discípula dele. Alguns teóricos de correntes gnósticas e textos apócrifos (como o evangelho de Filipe), oriundos de antigas seitas religiosas, defendem que Maria Madalena e Jesus teriam sido cônjuges, conforme Lopes (2008).

O livro *O Código Da Vinci*, escrito por Dan Brown, e o filme homônimo¹², lançado em 2006, baseados em textos apócrifos, abordaram a possível relação conjugal entre Cristo e Maria Madalena. Ao longo do suspense policial constituído no filme de Dan Brown, os protagonistas acabam por descobrir que Jesus e Maria Madalena haviam se relacionado e deixado descendentes que integraram famílias de reis e nobres que teriam entes consanguíneos até os dias atuais. Segundo o filme, o santo Graal não é pintado no quadro *A última ceia*, de Da Vinci, mas no seu lugar aparece Maria Madalena, que se encontra ao lado de Jesus. Numa possível interpretação, Maria Madalena, enquanto mulher de Cristo, seria a encarregada de pagar a palavra dele, sendo sua principal porta-voz, em vez dos apóstolos João e Paulo.

A Maria Madalena representada no clipe, por sua vez, olha para o motoqueiro que usa a coroa de espinhos, como que sugerindo uma possível relação conjugal com ele. Ela atenta da mesma forma para o motoqueiro que veste a jaqueta com o nome Judas, insinuando um romance extraconjugal. A letra da música diz: “[...] *I'm in love with Judas*”¹³, assinalando essa hipótese. Cabe lembrar que, no relato bíblico, Judas traiu Jesus por dinheiro. Pode-se ler nos evangelhos¹⁴ que Jesus foi condenado à crucificação pelos judeus e romanos em votação popular e que Judas, logo após essa condenação, informou aos romanos o paradeiro de Jesus em troca de dinheiro. Porém, como também integra o relato bíblico, Judas, arrependido por sua traição, despediu-se de Jesus antes de sua captura com um beijo. Esse beijo, posteriormente, acabou tonando-se um símbolo de traição e falsidade. Já segundo os escritos

apócrifos atribuídos a Judas, ele não teria traído seu mestre Jesus, mas sim atendido a um pedido dele, como destacou Lopes (2007), em sua análise de tais textos.

Em outra cena do videoclipe, no cenário da cidade de “Jerusalém contemporânea”, na qual aparece uma árvore, perto de onde Gaga dança a coreografia pagã, a letra da música informa [...] *I'll wash his feet with my hair if he needs / Forgive him when his tongue lies through his brain / Even after three times, he betrays me*¹⁵ [...]. Faz-se aí uma referência bastante forte à passagem bíblica comentada e também a outra cena bíblica bastante famosa: a do lava pés, em que Jesus banha os pés de seus discípulos numa demonstração de humildade e amor fraterno.

Outro ponto a se destacar no clipe é a forma pouco usual como são representados os apóstolos e também Jesus, escapando do tipo europeu caucasiano, comumente visto nas representações artísticas cristãs sacras. Podemos observar alguns motoqueiros negros – representando os apóstolos – e o motoqueiro que remete a Jesus é um ator mulato, com *dreads*¹⁶. Além disso, o motoqueiro que tem o nome de Judas é um homem branco, de cabelos negros, que atende ao típico estereótipo do *bad boy*¹⁷.

Burke (2004) argumentou que as visões preconceituosas de muitas representações podem nos instigar a questionar as escolhas e pontos de vistas para estas representações, oferecendo-nos testemunhos bastante interessantes para entendermos questões como formações de identidades e o comportamento de grupos de indivíduos perante comunidades diversas. O autor (ibid.) entende que haveria uma tendência a representarem-se as coisas segundo seus princípios socioculturais, preceitos, visões de mundo, crenças e juízos de valores conhecidos. Como exemplo disso, pode-se referir as imagens religiosas e as imagens com elementos mitológicos e abstratos. Essas imagens demandariam um repertório específico para que seus/suas leitores/as se aproximassem das referências de que se valeram os/as produtores/as das imagens. Esse parece ser o caso das primeiras representações imagéticas de personagens bíblicos na Europa ocidental da idade média com a função de doutrinação da população em grande parte analfabeta, explica

¹² Dirigido por Ron Howard.

¹³ “Eu estou apaixonada por Judas” (tradução nossa).

¹⁴ Acessado em: 05/03/2012, disponível em: <http://www.bbc.co.uk/religion/programmes/thepassion/articles/judas.shtml>

¹⁵ “[...] Eu lavarei seus pés com o meu cabelo se ele precisar / Perdoá-lo-ei quando sua língua trair seu cérebro / Mesmo depois de três vezes, ele me trai [...]” (tradução nossa).

¹⁶ Penteados também conhecidos como *dreadlocks*. Ganhou fama mundial por meio do movimento rastafári e também em função da figura de Bob Marley.

¹⁷ O *bad boy* pode ser entendido como um homem aventureiro, que gosta de aproveitar os prazeres da vida sem compromissos. É durão, egoísta, falso, e mulherengo.

o autor (ibid.). Nesse contexto, prevaleciam os homens de etnia branca que tinham como prática comum escravizar negros por considerá-los inferiores. Assim, dificilmente as nações dominantes europeias desse período retratariam um ser “superior” e “sagrado” por meio de representações que fugissem de seus ideais de perfeição, beleza e superioridade.

Representações sacras cristãs por meio de etnias diversas como a negra só começaram a ser veiculadas mais abertamente na atualidade, o que acabou por suscitar polêmicas e rechaços. No videoclipe *Like a prayer* (1989), da artista Madonna, por exemplo, um santo no interior de um templo Católico tem características de um negro, o que gerou um grande estardalhaço de críticas e censura por parte de diversas mídias e grupos religiosos cristãos na época de sua veiculação¹⁸.

Voltando ao videoclipe em análise, em outra cena os motoqueiros e Lady Gaga chegam a um vilarejo com construções rústicas onde há portas, janelas e pilastras de madeira, paredes de barro e tochas acesas na rua. Tal cenário pode fazer alusão a Jerusalém no período em que Cristo a habitava. Mas, ao mesmo tempo, os homens e as mulheres que atuam no referido cenário estão trajados com figurinos que fazem menção ao passado - ou ao que associamos ao tempo passado - e ao contemporâneo. Tal mescla do passado com o presente é obtida com roupas produzidas com tecidos sintéticos e de cores vívidas, mas com formas e cortes que lembram as vestes da antiguidade.

Noutra cena do videoclipe, Lady Gaga dança usando trajes vermelhos, que expõem sua barriga, pernas e colo. Essa exposição de partes do corpo pode ser interpretada como algo amoral e pagão para muitas tradições religiosas, inclusive a judaico-cristã. O vermelho da roupa da artista remete ao calor do sangue, da paixão, pode ser relacionado ao sexo e a luxúria. Essa cor remete, também, a Vênus, a deusa romana da beleza, amor e fertilidade, que era amplamente venerada em rituais pagãos e inúmeros mitos antigos¹⁹. Essa deusa, em diversas obras renascentistas, aparece envolta por tecidos avermelhados, tal como podemos ver em *O nascimento de Vênus* (1483), de Sandro Botticelli, e *Vênus olhando-se ao espelho* (1647-1651), de Diego Rodriguez de Silva y Velásquez.

Na sequência do clipe, Lady Gaga entra em uma festa que está acontecendo em um local repleto de elementos que remetem aos fidalgos cristãos da idade média.

É interessante destacar que na Europa medieval o poder político era descentralizado e exercido pelos senhores feudais, sendo o rei, na maior parte das regiões europeias, o maior dentre esses senhores, e considerava-se que o poder do rei era concedido por Deus e validado pela Igreja Católica (Burns, 1979).

Assim, os símbolos da Igreja Católica que seriam observáveis em moradias dos fidalgos referidos aparecem no mesmo cenário onde há um letreiro em *neon* luminoso com a expressão *electric chapel*²⁰, em vermelho. Esse ambiente apresenta, portanto, elementos que referem aos bares norte-americanos frequentados por motoqueiros, permeados de informações que aludem à cultura “*Rock and roll Harley Davidson*”, mesclados aos objetos e às vestes da Europa medieval.

Gaga e os dançarinos que a acompanham na coreografia dessa cena embalam-se nesse ambiente simultaneamente cristão e pagão: o *electric chapel* criado no clipe. Na mesma cena, há uma alternância entre a imagem de três mulheres que trocam carícias e beijos mais ao fundo, numa insinuação homoerótica. O motoqueiro Judas anda pela *electric chapel* aparentando sinais de embriaguez e acompanhado de duas mulheres, numa possível insinuação de promiscuidade. O apelo ao sexo não consagrado, repleto de práticas mundanas e não destinado à procriação em um ambiente com elementos de templos cristãos é mais uma das formas como o clipe cria a tensão entre os elementos religiosos evocados e as práticas tidas como pagãs.

Na sequência, Gaga surge trajando um chapéu, crucifixo junto ao peito e uma capa vermelha, que aludem às vestes usadas pelo clero papal. Gaga saca uma grande pistola dourada e, em frente ao personagem de Jesus, ameaça o motoqueiro que representa Judas. Da pistola, ao invés de munição, é projetado um batom vermelho que é usado para riscar o rosto do ator que interpreta Judas. A marcação de batom sugere a possível submissão de um homem por uma mulher por meio de um elemento - o batom vermelho - associado frequentemente ao universo feminino.

A seguir, Gaga, com um vestido longo dourado, está sobre uma rocha que é atingida, à noite, por uma grande onda. Mais uma vez, observamos o contraste de indicações pagãs com cristãs no videoclipe. É possível apontar²¹, nessa cena, uma possível menção à obra pictórica *O Nascimento de Vênus*. Na obra, a deusa do amor

¹⁸ Acessado em: 06/03/2012, disponível em: <http://madonnaonline.mtv.uol.com.br/especial-like-a-prayer/>

¹⁹ Acessado em: 24/07/2011, disponível em: <http://ancienthistory.about.com/od/aphroditevenus/a/Venus.htm>

²⁰ “Capela elétrica” (tradução nossa).

²¹ Acessado em: 05/03/2001, disponível em: <http://www.mtv.com/photos/lady-gagas-judas-video-decoded/1663421/6103640/photo.jhtml>

nasce de uma concha, no meio do oceano. Entidades sobrenaturais sopram flores e a animam, ao mesmo tempo em que uma mortal, na costa litorânea, vem acolhê-la com uma túnica florida avermelhada. Gaga está vestida na cena de forma demasiadamente recatada se comparada às demais caracterizações do vídeo. Talvez nesse momento, ela esteja bucando a remissão dos pecados e a reconciliação com alguém que teria traído. Isso é sugerido na letra da música que ela canta nesse trecho do vídeo: “[...] *Jesus is my virtue and Judas is the demon I claim to [...]*”²² explicitando os conflitos e as contradições da personagem.

Gaga, no desenrolar do clipe, aparece numa banheira junto a seus dois homens: Jesus e Judas. Elas os banha como se pela água buscasse purificar seus pecados e manifestar seu amor. Talvez por isso a cena permita que se leia nela uma situação de conflito da Maria Madalena do clipe, que pede perdão por seus pecados ao mesmo tempo em que deseja manter o triângulo amoroso aludido no clipe.

O clipe termina com Gaga vestindo uma roupa branca, caracterização que lembra Cleópatra, retratada no filme de nome homônimo²³ (1963). Nesse filme, Cleópatra é mostrada como uma mulher que mantinha relações amorosas com dois homens: Marco Antônio e Júlio César. César era um amante interesseiro mais preocupado com conquistas políticas, e talvez esteja aí uma semelhança com Judas ou com o estereótipo criado para o personagem, reduzindo-o a um traidor sem levar em consideração todos os conflitos que aquele homem teria vivido. Cabe lembrar que, no final do filme, Cleópatra morre da picada de uma cobra, constituindo um dos eventos mais conhecidos relacionados a essa antiga rainha. Ao final do clipe, a Maria Madalena de Gaga é apedrejada até a morte.

Algumas in(conclusões)...

Na análise do produto cultural referido, foi possível abordar variadas referências que se intercalam, se justapõem e até se sobrepõem, num jogo de hibridismos e alusões a referências tão diversas quanto os personagens bíblicos, os motoqueiros estadunidenses, à marca Harley Davidson, à cultura *rock and roll*, Cleópatra, os escritos apócrifos, pintores e obras renascentistas, a deusa romana pagã Vênus, a iconografia sacra cristã, os estereótipos

do outro e religiosos, dentre variados filmes citados no presente texto.

Considerando que as leituras são processos voláteis e jamais fechados de acordo com a inspiração pós-estruturalista deste estudo, não buscamos esgotar e reduzir as interpretações possíveis do videoclipe *Judas*, e sim indicar algumas das muitas leituras que a presente obra evoca. Dessa forma, em meio ao pastiche cultural analisado, desfocaram-se fronteiras entre o passado e o presente, o primitivo e o contemporâneo, o sagrado e o profano, o natural e o tecnológico. Isso inevitavelmente circula entre as produções e manifestações midiáticas contemporâneas e está intimamente associado à época pós-moderna em que vivemos. Um tempo em que a fragmentação e a recomposição de elementos tão diversos, quanto os evocados no videoclipe *Judas* está cada vez mais presente nos mais diferentes artefatos culturais.

Referências

- BURKE, P. 2004. *Testemunha Ocular: História e Imagem*. Bauru, EDUSC, 264 p.
- BURNS, E.M. 1979. *História da Civilização Ocidental* – Volume 1. Porto Alegre, Editora Globo, 581 p.
- ESCOSTEGUY, A.C. 2010. Estudos culturais: uma introdução. In: T.T.da SILVA (Org.), *O que é, afinal, estudos culturais?* Belo Horizonte, Autêntica, p. 133-166.
- HALL, S. 1997a. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, 22(2):15-46.
- HALL, S. 1997b. The work of representation. In: S. HALL (org), *Representations and Signifying Produces*, London, Sage/Open University, p. 1-74.
- HALL, S. 1997c. The spectacle of the ‘other’. In: S. HALL (org), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage/Open University, p. 223-290.
- HOESTEREY, I. 2001. *Pastiche: Cultural Memory in Art, Film, Literature*. Bloomington, Indiana University Press, 160 p.
- JAMESON, F. 2002. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo, Ática, 431 p.
- JENKINS, H. 2009. *Cultura da convergência*. São Paulo, Aleph, 432 p.
- PONTES, P. 2003. Linguagem dos vídeos e as questões do indivíduo na pós-modernidade. *Sessões do imaginário*, 10:47-51.

²² “Jesus é minha virtude e Judas é o demônio no qual me agarro” (tradução nossa).

²³ Dirigido por Joseph L. Mankiewicz, Darryl F. Zanuck e Rouben Mamoulian.

SANCHES, P.A. 2010. O YouTube sou eu. *Bravo!*, **11**(150):26-33.
SOARES, T. 2004. Videoclipe, o elogio da desarmonia: Híbrido, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27., Porto Alegre, 2004. *Anais...* São Paulo, *Intercom*. CD-ROM. p. 1-16.
STAM, R. 2003. *Introdução à teoria do cinema*. Campinas, São Paulo, Papirus, 400 p.

Sites Consultados

BRUNE, M.M. 2010. The History of Music Video Production: a Primer. *Musicmalene.net*. Acessado em: 27/02/2012. Disponível em: <http://musicmalene.net/making-music/history-of-music-video-production/>
GARNER, D. 2011. When Video Killed Radio Stars. *NYTimes.com*. Acessado em: 28/02/2012. Disponível em: nytimes.com/2011/10/26/books/i-want-my-mtv-by-craig-marks-and-rob-tannenbaum-review.html

LOPES, R.J. 2007. CSI Jesus. *Revista Galileu*. Acessado em: 17/07/2011. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG84273-7855-206-8,00-CSI+JESUS.html>

LOPES, R.J. 2008. Maria Madalena e Jesus tinham relação de aluna e mestre, dizem especialistas. *G1*. Acessado em: 18/07/2011, disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/0,,MUL644103-9982,00-MARIA+MADALENA+E+JESUS+TINHAM+RELACAO+DE+ALUNA+E+MESTRE+DIZEM+ESPECIALISTAS.html>

WERNECK, A. 2006. A carne da mentira: A Última Tentação de Cristo como um representante meu na tela. *Contracampo*. Acessado em: 27/08/2011. Disponível em <http://www.contracampo.com.br/53/filmewerneck.htm>

Submetido: 08/02/2012

Aceito: 07/05/2012