

## O Camp nos videoclipes da Trilogia Producta<sup>1</sup>

Pedro Savir da COSTA<sup>2</sup>

Pedro Henrique Cândido da SILVA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### RESUMO

Este trabalho se propõe a investigar a estética camp nos videoclipes da trilogia Producta da cantora cearense Karine Alexandrino, que se divide nos álbuns “Solteira Producta” (2002), “Querem Acabar Comigo, Roberto” (2004) e “Mulher Tombada” (2015). Embasado por um levantamento bibliográfico e uma pesquisa em acervos e arquivos, será realizada uma análise crítica sobre os processos de produção e de circulação da série de vídeos da saga de Producta e sua posição estética, com atenção especial às condições às quais o desenvolvimento do projeto estiveram sujeitas e às gramáticas de recepção dos textos entre sua audiência cativa, marcadamente LGBTQIAP+<sup>4</sup>

**PALAVRAS-CHAVE:** videoclipe; estética; camp.

### Introdução

Criada em 1988 no Acre, a TV União iniciou oficialmente sua operação no Ceará em 2001, onde segue no ar. A proposta era de uma programação com conteúdo voltado para o jovem fortemente ancorada no universo musical, inspirada na MTV, em um contexto em que o *streaming* de música e vídeo ainda era uma realidade distante e em que a venda de mídias físicas estava entrando em crise. Assim, rapidamente a nova emissora encontrou uma audiência cativa.

A grade de programação se apoiava fortemente no formato do videoclipe. Havia faixas de reprodução definidas por gênero musical, por popularidade e ainda sequências curadas. Existia também uma modesta produção jornalística. Um desses programas era o “Liquidificador”, que ficou no ar entre 2002 e 2014. Por meio de entrevistas e reportagens com um estilo bem humorado, o programa apresentava a cena cultural do Ceará e do mundo através do olhar da apresentadora-cantora-musa “neo-neotropicalista” Karine Alexandrino. Karine, contudo, tinha papel duplo na emissora: ao mesmo tempo que comandava uma atração, também era protagonista dos próprios vídeos musicais que compunham a programação da casa.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Cinema e Audiovisual e Interdisciplinaridade, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Graduado em Publicidade e Propaganda pela UFC, email: [pedrosavir@gmail.com](mailto:pedrosavir@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutorando em Comunicação pelo PPGCOM-UFPE, email: [pedrocandidoh@gmail.com](mailto:pedrocandidoh@gmail.com)

<sup>4</sup> Atualmente a sigla da comunidade LGBTQIAP+ inclui Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Identidades trans, Queer, Intersexuais, Assexuais, Panssexuais demais identidades de gênero e sexualidade, representadas pelo “+”.

### **Karine Alexandrino e a Trilogia Producta**

Nascida no Ceará e criada no sertão dos Inhamuns, Alexandrino trabalhou como dubladora, locutora e atriz nos anos 90. Em paralelo, integrava a banda performática “Intocáveis Putz Band”, de relativa repercussão no Ceará na segunda metade da década. Em seguida, Karine se voltou ao desenvolvimento de seu primeiro projeto solo, “Solteira Producta”, lançado em 2002. O disco marca o início de uma longa carreira como solista, e a primeira etapa da trilogia de álbuns “Producta”.

Seu primeiro sucesso, “Babydoll de Nylon”, foi lançado no mesmo ano em que o “Liquidificador” entrou no ar. A versão que dá novos ares à composição de Caetano Veloso e Robertinho do Recife de 1983 é hoje sua música mais reproduzida nas plataformas *YouTube* e *Spotify*. Em um dos vídeos da música, Karine surge imersa em luzes, pérolas, paetês, manequins e bonecas. Em outro, aparece sobreposta à figuras como a da Mulher Maravilha. Irreverente, a canção foi um “hit intermunicipal”, ela costuma apontar em tom anedótico.

O álbum de estreia foi bem recebido e rendeu o convite de uma distribuidora independente para o lançamento de um novo disco, que chegaria apenas dois anos após o primeiro. “Querem Acabar Comigo, Roberto”, de 2004, se aprofunda nos temas, questões e personagens do primeiro álbum, novamente imbuído em um universo visual vintage, *kitsch* e excêntrico. Ela cita Yoko Ono, Cindy Sherman, Diamanda Galás e Bibi Ferreira como referências. Venera-se a figura da uma *primadonna*, de uma estrela do cinema da vida inventada, fraturada em diversos alter egos, sempre hiper dramáticos, que assumem sotaques distintos e cantam em diferentes idiomas.

Uma série de vídeos foi produzida para divulgar os álbuns na televisão, com alta rotação na TV União, sem uma catalogação completa disponível *on-line*. Apenas os clipes do terceiro álbum, de 2015, tiveram um lançamento formal nas mídias digitais. Charles W. é seu colaborador mais frequente na direção, do primeiro ao último álbum. Durante os primeiros dois ciclos, múltiplos vídeos foram elaborados em parceria com outros artistas. Karine assina a direção de parte deles. Por vezes, uma mesma canção se desdobrava em mais de um vídeo, sempre de algum modo disruptivos dentro da programação da emissora na qual eram veiculados.

São recorrentes nos vídeos uma atmosfera nostálgica, uma visualidade experimental e a presença de referências a ícones da cultura pop (Andy Warhol, Carmen

Miranda, Sigmund Freud etc). Alguns estão disponíveis na *web* de modo não oficial. Nos do último álbum há ainda o embate entre o artifício de Karine (perucas, tecidos e outros adereços plásticos) e um cenário, dessa vez, “natural”, como praias e campos.

“Diva anti-diva”. Ao mesmo tempo que Alexandrino se coloca como cantora pop e opera esse imaginário, seu trabalho também ocupa a estante do alternativo, se contrapondo, regionalmente, à cultura massiva do forró e, nacionalmente, ao prestígio delegado à MPB. Sem nunca se aproximar da pujança do êxito comercial desses gêneros, Karine conseguiu criar uma base de fãs sólida, formada, em grande parte, por uma audiência LGBTQIAP+. “Karine é conhecida e amada no universo gay há pelo menos 20 anos”, pontua Luciane Alves em um perfil da artista publicado em 2016.

Sobre a recepção no seu estado de origem, Karine afirma que foi “ignoradíssima”. Em 2011, para a revista TPM, ela disse: “Todo estado do Ceará é tomado pela ditadura do forró. Um trabalho como o meu fica complicado por lá.”. Ao ser questionada sobre seu estilo musical, afirmou: “Eu não gosto do termo diva do *underground* por considerar o que faço algo pop, afinal eu apresento programa na TV - não existe algo mais ‘cultura pop’ do que TV. (...) Faço uma música performática, muito imagética e pop.”

A conclusão da trilogia só viria após um hiato de 11 anos. Após adiamentos, o álbum “Mulher Tombada” é lançado em 2015. Antecipado pelos fãs, o álbum explora um conceito que já vinha sendo trabalhado por Karine nesse intervalo. Em incontáveis performances nos mais diferentes locais, “Mulher Tombada” literalmente caía ao chão.

O show de lançamento do álbum foi batizado de “O sucesso é para os fracos”. Como em “A arte queer do fracasso”, de Halberstam (2020), um dos nomes da teoria *queer*<sup>5</sup>, Karine defende o fracasso como um modo de ser e de deixar de ser. Ela brinca com a possibilidade da desistência, celebrando a ruína. Ao mesmo tempo, trabalha a noção de tombamento como reconhecimento de um patrimônio cultural material ou imaterial, reclamando proteção e legitimação à sua performance da existência.

### **Metodologia e fundamentação teórica**

Sabendo que a música pop é, mais do que nunca, uma experiência visual (Godwin, 1993), e que Karine Alexandrino define sua música como “imagética e pop”,

---

<sup>5</sup> Em suma, termo guarda-chuva da língua inglesa que faz referência àqueles que não correspondem à heterocisnormatividade.

proponho uma análise da videografia da Trilogia Producta, buscando compreender essa investigação como um conjunto de procedimentos que visam localizar no objeto marcas que possam ser compreendidas como instrumentos para a compreensão das condições de produção e de reconhecimento (Verón, 2004).

Em seu dicionário de termos utilizados na análise de discursos, Verón diz que produção e reconhecimento são os dois pólos do sistema produtivo de sentido. Ele explica que o analista pode se interessar pelas condições de produção de um discurso, ou seja, pela gramática de produção de um discurso, ou pelos efeitos de um discurso, interessando-se, nesse caso, por uma ou várias gramáticas de reconhecimento. E refletir sobre a recepção da trilogia Producta implica em pensar sobre a ressonância das obras com sua audiência marcadamente não-cisheterossexual.

Os videoclipes em análise tem sua gênese numa indústria cultural popular cujas práticas de produção e consumo oscilam entre as do sistema *mainstream* e o alternativo. Ao pensar sobre a estética, Denilson Lopes (2007), influenciado pelo antropólogo indiano Arjun Appadurai, nos diz que é fundamental diluir cada vez mais as fronteiras entre arte erudita, popular e massiva, assim como desconstruir o antagonismo entre o que é considerado "experimental" e "comercial", fazendo uma ponte entre objetos cujos valores dentro de uma cultura material viva são considerados desiguais.

A compreensão desses objetos culturais é relevante na medida em que, como nas sociedades primitivas, o irreal e o real voltam a se fundir no contemporâneo (Lopes, 2002). “O simulacro não é nossa perdição, é nosso continente”: não se trata do predomínio do mito sobre a história e nem que não exista distinção entre a vida cotidiana e um videoclipe na televisão, mas as imagens midiáticas permeiam o mundo de tal modo que se tornam referências tão ou mais básicas que do que o cotidiano, a ponto de nossa visão do cotidiano ser filtrada pelos meios de comunicação de massa.

Definir o que é o videoclipe é uma tarefa difícil uma vez que ele é um produto audiovisual híbrido por natureza. Fruto da articulação de diferentes expressões, ele flutua entre a videoarte, o filme, a peça publicitária e o produto televisivo. Simultaneamente arte e comunicação, ele é múltiplo em suas possíveis origens, em suas finalidades e em seus atributos estéticos. São características recorrentes o ritmo visual, o choque de planos e uma montagem sinestésica. Sincronias e assincronias são parte de um jogo de expectativa em que a imagem (vídeo) tem o som (música) como referencial.

A potência da imagem é dar visibilidade àquilo que não pode ser visto, operando no campo das paixões, do que não seria representável e é da ordem do sonho, do delírio e da memória. A relação do homem com essas imagens se dá sob forma de espetáculos e de relações estéticas que, no âmbito da cultura de massa, secretam uma mitologia (Morin, 2002). São nessas dinâmicas midiáticas que podemos vislumbrar algumas das gramáticas de recepção da trilogia *Producta*.

### **Análise**

Não por acaso, o encarte do álbum “Mulher Tombada” termina com uma homenagem à Claudia Wonder, travesti paulista lá creditada como “uma das principais ativistas gays do Brasil”. Ela foi inspiração para alguns visuais do álbum.

“Zelda não vê sentido na paixão vazia, mas como é a vida fora dos artificios?”, pergunta Karine em seu terceiro álbum. A sensibilidade *camp*, marcadamente ligada aos homossexuais e entendida como um gesto maçônico da comunidade LGBTQIAP+, pode ser identificada em muitos aspectos do trabalho de Alexandrino e integra algumas dessas gramáticas de recepção.

O *camp* tem uma predileção pelo exagerado, pelo artifício, e não se baseia em qualificações do tipo bom-ruim, bonito-feio, entre outras antíteses do julgamento estético comum. Mesmo quando apropriado pela cultura de massa, fala de uma perspectiva extemporânea, desencaixada, que revela uma farsa. O *camp*, que tem em “afetação” uma tentativa falha de tradução, é um tipo de esteticismo, um modo de ver o mundo como fenômeno estético, não em relação à beleza, mas ao artifício, à estilização.

O artifício é uma categoria conceitual, sócio-histórica, estética, articuladora de diferentes produtos culturais e mediadora entre estes e a vida material, que deve ser pensada não tanto como uma simples oposição à realidade, mas como um dissolvente da dualidade real versus irreal. (Lopes, 2002)

Ele se posiciona contra às normatizações das sensibilidades contemporâneas (Souza, 2014), possibilitando a corrosão das normas identitárias: “O Camp vê tudo entre aspas. (...) Perceber o Camp em objetos e pessoas é entender que Ser é Representar um papel. É a maior extensão, em termos de sensibilidade, da metáfora da vida como teatro”. (Sontag, 1987, p. 323).

### **Conclusão**

Mais do que apenas uma gramática de recepção, categoria de gosto cultural ou modo de comportamento, o *camp* “estabelece mediações, transita entre objetos culturais

e o conjunto do social, é mutável no decorrer do tempo e possui uma história e uma concreção delimitáveis, constituindo um conjunto de imagens e atitudes” (Lopes, 2002).

Essas imagens não constituem apenas uma tendência artística, um estilo, mas um imaginário de papel singular e relevante na sociedade. Ao fazer uso dessa estética em seus videoclipes, Karine constrói uma ponte com sua audiência *queer* tantas vezes sub representada e desatendida, promovendo uma experiência única em seu cenário cultural local. As escolhas estéticas eleitas na criação de seus videoclipes consubstanciam o deslocamento de sua produção na cena cearense contemporânea. E são justamente nesse deslocamento e nesse desatendimento que podemos encontrar também a relevância da investigação dos objetos em questão neste trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALEXANDRINO, Karine. **Os tons da Fênix**. TPM: 2011. Entrevista concedida a Letícia Flores. TRIP, 01 de junho de 2011. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/tpm/karine-alexandrino-os-tons-da-fenix>. Acesso em: 20 de março de 2024.

ALEXANDRINO, Karine. **Sucesso É para os Fracos**. Gazeta do Povo, Curitiba, 2016, 16 de abril de 2016. Entrevista concedida a Luciane Alves. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/radio-liga-curitibana/sucesso-e-para-os-fracos/>. Acesso em: 15 de agosto de 2023.

GOODWIN, A. **Dancing in the distraction factory: music television and popular music**. Mineápolis: University of Minnesota, 1992.

HALBERSTAM, J. **A arte queer do fracasso**. Recife: Cepe Editora, 2020.

LOPES, Denilson. **Terceiro manifesto Camp**. In: O homem que amava rapazes e outros ensaios. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.

LOPES, Denilson. **A delicadeza: estética, experiência e paisagens**. Brasília: Editora UnB, 2007.

MONTEIRO, Júlio. **Nomadismo Sensível: estética do videoclipe e tensionamentos em Stonemilker e Black Lake**. 2017. 140 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, ICA, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Fortaleza, 2017.

SONTAG, Susan. **Notas sobre Camp**. In: Contra a interpretação. Porto Alegre: L&PM, 1987.

SOUZA, Rodrigo. **O que o camp tem a nos dizer em 2014?**. In: Anais da ANPAP - 2014. Belo Horizonte: ANPAP, 2014.

VERÓN, Eliseo. **Dicionário das Idéias Não-Feitas (1979)**. In: Fragmentos de um Tecido. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2004.