



Das tecnologias de captação e exibição aos regimes audiovisuais: Considerações sobre cinema musical, radiolas de fichas visuais e videoclipes¹

Thiago SOARES²

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA
Faculdades Integradas Barros Melo, Olinda, PE

RESUMO

Nosso interesse, com este artigo, é gerar alguns contornos teóricos sobre o que podemos chamar de regimes audiovisuais, a partir da investigação em torno das tecnologias de captação e exibição. O intuito é compreender de que forma as disposições para se “aderir” ao videoclipe passaram, primeiramente, pelo cinema musical e pelas radiolas de fichas visuais (*visual jukebox*) para, só então, reconhecermos o lugar do videoclipe na televisão e, mais recentemente, no computador – via plataformas de compartilhamento de vídeos. A intenção é perceber, através deste escopo conceitual, como a vocação de “áudio-imagem” dos objetos audiovisuais segue se problematizando no campo da cultura.

PALAVRAS-CHAVE: Regimes audiovisuais; Tecnologias audiovisuais; Cinema musical; Videoclipe.

Ao longo do trabalho de pesquisa que desenvolvemos no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA) tivemos a intenção de delimitar uma série de conceitos que funcionassem como engrenagens metodológicas para a análise de videoclipes. Uma reflexão sistematizada sobre o videoclipe pressupõe tomar a história deste gênero a partir da compreensão dos artefatos tecnológicos que propiciaram a sua disposição enquanto objeto audiovisual. Esta lógica obedece a critérios que colocam em relevo as disposições ligadas à tecnologia dos meios de comunicação, tanto do ponto de vista dos suportes quanto das premissas de circulação. Tanto os agentes de produção³ quanto o público operam com uma gramática que lhes é sugerida pelos meios. Por gramática do meio, podemos abarcar as disposições de ordem tecnológicas, discursivas e culturais

¹ Trabalho apresentado no NP Comunicação Audiovisual do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), integrante do grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva (UFBA), sob a coordenação do prof. Dr. Jeder Janotti Júnior e professor do curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Barros Melo (Aeso), email: thikos@uol.com.br.

³ Diretores, artistas, etc



que incidem sobre os objetos constituídos a partir de suportes tecnológicos, desvelando uma ordem produtiva que reverbera em indicadores de leitura e reconhecimento. A gramática do meio institui modos de operação dos agentes de produção e de reconhecimento a partir de uma premissa de que os objetos colocados em circulação obedecem a critérios estratégicos da lógica produtiva que levam em consideração as aderências do consumo. Entre outros aspectos, a gramática do meio indica uma série de regras produtivas que se codificam num objeto e se dirigem a uma decodificação resultante de uma fruição que é localizada na esfera cultura. Agentes de produção e de reconhecimento, dessa forma, estão imbricados nas teias das gramáticas dos meios: no terreno da produção, há inúmeras escolhas por gêneros, formatos e suportes que, por sua vez, são determinantes na(s) forma(s) de reconhecimento e consumo dos objetos.

A compreensão da dimensão discursiva de um produto audiovisual, portanto, está intrinsecamente ligada à visualização integrada entre produção e reconhecimento (VERÓN, 2004), tendo como chaves interpretativas as premissas dos dispositivos de gênero, formato e suporte. Neste quadro, trazemos à tona, um debate sobre os suportes que recaem sobre a produção audiovisual como uma ferramenta capaz de gerar hipóteses sobre a construção discursiva de um produto. Refletir sobre a questão dos suportes indica deliberar uma trajetória que compreende a tecnologia como a engrenagem das linguagens e dos discursos, partindo para uma verificação das formas de vínculos entre a técnica e as disposições e apropriações sociais.

O interesse, portanto, é explorar como os suportes de produção audiovisual e os meios em que os objetos circulam reconfiguram as formas de reconhecimento destes produtos nas instituições das indústrias fonográfica e das mídias, em geral. A partir deste raciocínio, pode-se pensar na emergência de matrizes imagéticas que, de alguma forma, servem como instrumentais discursivos no alicerce do jogo de valores que se encena nas rotulações e classificações tanto por parte dos agentes produtivos quanto dos agentes de reconhecimento. Nosso interesse é gerar alguns contornos teóricos sobre o que podemos chamar de regimes audiovisuais com o intuito de compreender de que forma as disposições para se “aderir” ao videoclipe passaram, primeiramente, pelo cinema musical e pelas radiolas de fichas visuais (*visual jukebox*) para reconhecermos as novas dinâmicas espectatoriais do videoclipe na televisão e, mais recentemente, no computador – via plataformas de compartilhamento de vídeos.



Sobre os regimes audiovisuais

O regime audiovisual pressupõe compreender de que forma som e imagem se encontram e se problematizam numa história do audiovisual e em que medida se instauram matrizes que são, tanto incorporadas pelas instituições das indústrias culturais, quanto pelos que atuam como agentes de reconhecimento dos produtos em circulação. Antes de mapearmos os regimes que nos permitam realizar indicativos das disposições de som e imagem no videoclipe, é preciso retomarmos o conceito de áudio-visão, como proposto por Michel Chion (1994). Por áudio-visão, considera-se a disposição simultânea dos espectadores em ouvir/ver algo, integrando os sentidos humanos e compreendendo as dinâmicas de “empréstimos” e combinações possíveis nos atos de observação que envolvem fenômenos dotados de imagem e som. Naturalmente, a ação biológica do ser humano de ver algo já demanda esta integralização de sentidos. No entanto, o que Michel Chion chama atenção na criação do conceito de áudio-visão é a premissa de uma certa valorização do visual sobre o sonoro - logicamente, do ponto de vista acadêmico. Ao chamar “áudio-visão”, parecemos sintomático que Chion tenta se referenciar numa certa ênfase no “áudio”, como se dando relevo a esta característica em relação à “visão”.

Convocamos o autor no princípio de também valorizar a premissa do áudio, articulando os jogos de forças dos sentidos humanos. Diante das possibilidades de produção artificial dos sentidos humanos, via suportes e meios de comunicação, Michel Chion desdobra o seu conceito de áudio-visão, como uma característica imanente do ser humano, para o de áudio-imagem, que estaria localizada na produção e consumo de imagens tomando como princípio, o estabelecimento de normas relacionais entre o que se vê e o que se ouve. Ao propor o conceito de áudio-imagem, o autor parece desdobrar o princípio da áudio-visão para as dinâmicas de produção e de reconhecimento de textos audiovisuais, colocando em relevo, primeiramente, as relações entre som e imagem como um princípio norteador da caracterização dos espaços artificialmente construídos. Ou seja, a áudio-imagem imbrica, numa dinâmica de produção de textos audiovisuais, na preocupação com as relações entre som e imagem, numa lógica da criação de um espaço acústico artificial dotado de inúmeras relações de forças que se materializam em ações expressivas e que serão decodificadas numa dinâmica de reconhecimento. Michel Chion está tratando da ressonância conceitual, que vem a ser a premissa de que “o som nos faz enxergar a imagem de maneira diferente e que, dessa maneira, esta ‘nova’



imagem nos faz ouvir o som também diferentemente. Isto parece nos permitir enxergar ‘algo’ a mais na imagem ou ouvir ‘algo’ a mais no som, e assim por diante”. (CHION, 1994, p. 12) Este princípio serve como base para o que o autor considera como “contrato audiovisual”, que vem a ser as inúmeras possibilidades de projeções do som na imagem, como forma de identificação dos possíveis valores agregados. Entender esta forma de “contrato” aponta para a visualização de linhas de forças nas relações audiovisuais, desencadeando em hipóteses que ajudem a compreensão de escolhas e premissas adotadas pelas instâncias produtivas dos objetos audiovisuais. Pensar o contrato audiovisual é, sobretudo, desenvolver a idéia de que há uma cena audiovisual, entendendo a cena como um contexto limitado pelo plano e onde se apresentam recursos dispostos a fim de uma produção de sentido. Desvelar o contrato audiovisual significa desenvolver modos de escuta⁴ que poderão localizar, no objeto empírico, fontes sonoras que tendem a ser problematizadas diante de um contexto de enunciação.

Ao desenvolvermos os princípios da áudio-visão e da áudio-imagem, como propostos por Michel Chion, desencadeando nas idéias de ressonância conceitual e de contrato audiovisual, cabe pensarmos no que poderíamos considerar como regimes audiovisuais. A partir da investigação dos suportes que geram as disposições entre som e imagem, ao longo da história dos aparelhos técnicos, encontram-se diferentes formas de interação entre imagem e som que instauram regras de produção, circulação e reconhecimento que são angaridas pelas lógicas dos meios. Os regimes audiovisuais seriam disposições relativamente estáveis de se produzir, reconhecer, classificar e ordenar objetos audiovisuais a partir de características evidenciadas nos textos em circulação e que agem como premissas sobre as ingerências da indústria fonográfica e das mídias nos endereçamento dos produtos. Os regimes audiovisuais seriam uma relevante chave interpretativa para compreender as relações entre produtos e meios, conteúdo e expressão, legando para a tecnologia um princípio basilar das formas de produção e apropriação de objetos audiovisuais na cultura contemporânea.

⁴ Michel Chion resume em três os modos de escuta durante a análise: a) **Escuta Causal**, em que se tenta localizar a causa ou a fonte do som que se apresenta no audiovisual, levando em consideração que, sobretudo no cinema, há uma proposital manipulação sonora para que as fontes sonoras sejam cada vez mais “invisíveis”; b) **Escuta Semântica**, definida como aquela em que se refere a um código para interpretar uma mensagem. Neste caso, estaríamos diante da linguagem falada, dos índices sonoros que codificam mensagem (o código Morse, por exemplo) e de inúmeras variações sonoras que implicam, através da escuta, na leitura de uma mensagem.; c) **Escuta Reduzida**, apresentada por Pierre Schaffer, como aquela que toma o som como uma unidade independente que pode ser problematizada para além das relações de causa e sentido. Neste caso, interessa o som em sua acepção plástica, diante de inúmeras possibilidades de produção de sentido.



Para além da tecnologia, a cultura

A argumentação que desenvolvemos toma como princípio a investigação dos dispositivos tecnológicos capazes de gerar a áudio-imagem como alicerces da visualização de regimes audiovisuais mais amplos e que circunscrevem uma série de experiências no terreno da produção de objetos que unem imagem e som. Neste sentido, o argumento central aqui desenvolvido reverbera questionamentos igualmente levantados pelos autores da chamada Escola de Toronto⁵ (Marshall McLuhan, Harold Innis e Eric Havelock) e que ecoam a idéia de que as diferentes tecnologias, para além do conteúdo que transmitem, são determinantes da forma de agir e de pensar de uma cultura. Cabe pormenorizar, porém, o que McLuhan (1973) considerou como conteúdo. Para ele, o conteúdo seria a manifestação de códigos culturais a partir dos diferentes suportes e meios. A era da eletricidade e, conseqüentemente, dos meios de comunicação, significaria, segundo McLuhan, a implosão do regime instaurado pela escrita, fazendo reaparecer certos “arcaísmos tribais”, a partir da idéia da ruptura dos padrões lineares e seqüenciais. A eletricidade estaria propensa a gerar meios cujos dispositivos levassem a transformação do planeta em um espaço de habitação virtual e coletiva, evocando a velha idéia de Aldeia Global. O esforço de McLuhan parece ser o de compreender as extensões e transformações do ser humano – em todos os níveis que esta idéia possa suscitar – a partir de aspectos relacionais com as tecnologias da comunicação.

Bastante criticado por uma suposta “profecia falaciosa”, entendemos que o pensamento de McLuhan parece levantar uma hipótese neurocognitiva para a alternativa que entende o reordenamento do sensorio a partir das novas tecnologias. McLuhan chama atenção para o fato de que, a partir da ruptura da cultura letrada, haveria a reunificação dos sentidos e da criação de uma experiência de imersão em todas as dimensões dos sentidos humanos: “Os meios são metáforas ativas em seu poder de traduzir a experiência em novas formas”. (McLUHAN, 1973, p. 73) Interessa-nos a premissa mcluhaniana de que o motor da história dos meios é a transformação dos códigos culturais a partir dos quais a tecnologia passa a ser alicerce para hipóteses e

⁵ Vinícius Pereira (2004) questiona a rubrica “Escola de Toronto”, uma vez que Havelock não foi professor da Universidade de Toronto, onde tal pensamento se desenvolveu. No entanto, o autor pondera e “autoriza” a leitura sob esta rubrica, na medida em que se evidencia um grupo de autores que, apesar da diferença dos enfoques e dos objetos estudados, estavam atentos às tecnologias da comunicação como um agente extremamente importante nas transformações socio-históricas. (PEREIRA, 2004, p. 132)



possíveis explicações. A tecnologia centralizaria os códigos culturais e os processos de tradução de linguagens e suportes. O homem entra em foco porque nele se situa a capacidade de processar experiências, modelizar linguagens e estar inserido num quadro mais amplo de codificação das formas culturais. Assim como McLuhan, parece-nos útil pensar a história dos meios não a partir da noção de sucessão, mas sim de simultaneidade. “O fato de uma coisa seguir-se a outra não significa nada. A simples sucessão conduz à mudança. A eletricidade viria causar a maior das revoluções ao tornar as coisas simultâneas” (McLUHAN, 1973, p. 22) Descortina-se um plano pluralista para a compreensão da experiência humana e das relações com os meios de comunicação. Traçando algumas considerações sobre as concepções do pensamento de McLuhan, é possível interrogar a hipótese aqui desenvolvida: a de que a investigação do suportes e meios serve como importante alicerce para a compreensão dos diferentes regimes audiovisuais instaurados ao longo da história.

Sobre tecnologias de captação e de exibição

A partir da premissa de que, como sinaliza McLuhan, a história não deve ser compreendida a partir de sucessões e sim de simultaneidades, percebe-se a necessidade de um mapeamento dos regimes audiovisuais como alicerce na compreensão dos inúmeros fenômenos de captação de som e imagem numa dinâmica midiática. Para pensarmos uma história das tecnologias audiovisuais, é preciso levarmos em consideração dois processos que envolvem as ações de produção e consumo dos objetos audiovisuais. Neste sentido, considera-se as tecnologias de captação e de exibição como fundamentais na perspectiva de entendimento dos regimes audiovisuais. Por tecnologias de captação, entende-se o conjunto de artefatos tecnológicos capazes de realizar as captações de áudio e imagem num ambiente, gerando unidades de produção de sentido que formatam objetos audiovisuais a partir de dinâmicas de edição e pós-produção. As tecnologias de captação dão um importante escopo para a indústria do audiovisual, sobretudo porque impulsionam a fabricação de equipamentos e a constante substituição por novos modelos com a finalidade de instaurarem paradigmas de imagem e som na produção de objetos audiovisuais. As tecnologias de captação são a principal ferramenta da engrenagem da indústria do audiovisual, uma vez que não só inaugura padrões sonoros e visuais, como movimenta e torna acessível os equipamentos para os realizadores. A indústria do audiovisual convém ser visualizada através da presença de



grupos ligados tanto ao entretenimento quanto ao ambiente de produção de artefatos tecnológicos. Para evidenciar nosso argumento, convoca-se o exemplo da Sony, conglomerado transnacional de entretenimento que, além de ser gravadora (indústria fonográfica), possui estúdio cinematográfico (indústria do cinema), canal de televisão (indústria da televisão) e ainda o “braço” de marca ligada à tecnologia (de televisores a computadores), entre outros. Visualizar uma história das tecnologias de captação pode ser útil na compreensão de entornos mais panorâmicos da chamada indústria do audiovisual, sobretudo colocando em destaque o fato de que, novos regimes audiovisuais impulsionam, também, novos produtos, novos equipamentos, novos mercados e, conseqüentemente, o desenvolvimento de novas tecnologias capazes de dar conta da complexidade destas dinâmicas.

As tecnologias de exibição envolvem uma série de dispositivos capazes de colocar em circulação os objetos audiovisuais produzidos, sendo o principal alicerce para se reconhecer o alcance destes produtos bem como suas possibilidades mercadológicas. Tecnologias de exibição dizem respeito a formas de manifestar, mediatizar um produto, ampliando ou restringindo o seu espectro de atuação a partir dos suportes e das formas de fazer com que estes suportes cheguem até o público fruidor. Os dispositivos técnicos necessários para se fazer com que um objeto audiovisual seja exibido com o máximo de fidelidade ao plano expressivo originalmente tomado são preocupações dos agentes ou instituições exibidoras.

Espaços exibidores formatam situações comunicacionais que demandam uma série de predisposições dos indivíduos com os produtos expostos. As tecnologias de exibição demandam novos enquadramentos sobre os produtos, novas situações comunicacionais. Ao propormos a visualização de um novo enquadramento para os produtos audiovisuais, chamamos atenção para o fato de que um mesmo objeto audiovisual, apreendido a partir de uma mesma tecnologia de captação, pode gerar situações comunicacionais distintas na exibição a partir do re-enquadramento diante das tecnologias de exibição disponíveis. Há diferenças sintomáticas no terreno das tecnologias de exibição que formatam maneiras distintas de se interagir com um objeto audiovisual, seja numa gigantesca tela de cinema ou numa televisão de 14 polegadas. As tecnologias de exibição, portanto, assim como as de captação, são os principais alicerces do que consideramos por regimes audiovisuais, uma vez que são estes dispositivos que geram as situações comunicacionais nas quais os indivíduos instauram, reconfiguram ou revisitam seus padrões de reconhecimento audiovisuais.



Cinema musical, o espetáculo em som e imagem

Diante das possibilidades de contratos audiovisuais a partir das tecnologias de captação de som direto, uma experiência parece sintomática de ser debatida com vistas a perceber os regimes audiovisuais presentes nos videoclipes: o cinema musical. O gênero musical só pôde ser desenvolvido no cinema graças ao eficiente desenvolvimento das tecnologias de captação de áudio, bem como da manipulação do som em estúdios, gerando correções, novas dublagens e formas diferenciadas de se associar imagem e som. Evoca-se nestes primórdios do cinema musical, a tradição do entretenimento norte-americano e a necessidade de expansão dos negócios dos teatros da Broadway para o cinema. Como situa Robert Toll (1982), a máquina de entretenimento dos musicais da Broadway, em Nova York, precisava de novos alicerces de sustentação. O lucro das peças musicais não vinha apenas da bilheteria e da venda de *souvenirs*, mas sobretudo, dos fonogramas que eram comercializados. Ou seja, o teatro e a indústria da música trilhavam caminhos próximos. Associe esta premente necessidade de expansão de negócios da Broadway ao contexto histórico dos Estados Unidos, com a quebra da Bolsa de Nova York e a Crise de 29: à população com baixa qualidade de vida e de lazer, restava o sonho e a fuga da realidade diante dos musicais. A tradição do musical nos Estados Unidos deve ser compreendida também a partir de uma própria matriz da cultura do entretenimento daquele país, com uma forte presença do *vaudeville*⁶ e do teatro musical, do cancionero norte-americano e dos corpos femininos das *pin ups*⁷. O cinema musical era uma urgência não só para dar suporte aos espetáculos teatrais, mas também como forma de empregabilidade de compositores, cantores, artistas e músicos num difícil período histórico.

⁶ Chama-se *vaudeville* o conjunto de atrativos de entretenimento de variedades predominante nos Estados Unidos e Canadá do início dos anos de 1880 aos anos de 1930. Espetáculos vaudeville eram exibidos em salas de concerto, em circos ou na rua, traziam características burlescas, ligadas ao entretenimento popular e visto, muitas vezes, como "chulo". Apresentações de cantores populares, dançarinos, comediantes, animais treinados, mágicos, imitadores, entre outros, integravam o "cardápio" de atrações. (TOLL, 1982, p. 23)

⁷ O termo *pin up* foi documentado pela primeira vez em 1941 e se referia a pôsteres sensuais de atrizes e modelos que eram recortados pelos homens e pendurados (em inglês "pin up") de alguma forma. As imagens "pin up" podiam ser recortadas de revistas, jornais, cartões postais. Em seguida, o termo passou a classificar as mulheres que posavam nestas imagens. (TOLL, 1982, p. 44)



Algumas experiências do cinema musical são sintomáticas na compreensão do exagero e da aura *kitsch*⁸ dos primeiros registros de som e imagem a partir de uma canção. Como lembra Richard Dyer (2002), o cinema musical evoca o entretenimento a partir da premissa da utopia, dos mundos impossíveis e exagerados. Ao promover esta primeira aproximação com o cinema musical, cabe visualizar de que maneira os dispositivos tecnológicos de captação e exibição foram decisivos na fidelização dos espetáculos musicais nas salas de cinema. Uma frase do diretor de musicais Robert Ziegfeld Leonard parece sintetizar a ânsia em transpor para o cinema todo o universo de *glamour* das peças da Broadway: “Quando um vestido extremamente extravagante e belo aparece em cena, o teatro inteiro aplaude abertamente. É preciso que o mesmo ocorra no cinema”. (apud FARAH, 2004, p. 12) Ziegfeld, diretor de obras como “Great Ziegfeld” (1936), “Ziegfeld Girls” (1941) e “Ziegfeld Folies” (1946), atestava que, no cinema, seria possível enfatizar certas características das peças musicais a partir do corte, da edição e dos usos e manipulações do som em consonância com as imagens. Nas experiências do cinema musical, a passagem do preto-e-branco para o colorido foi decisiva na forma de compor o contrato audiovisual a partir de um ditame ligado ao sonho e a utopia. O mundo utópico dos musicais é mais utópico se visto a cores e com gamas mais precisas de som.

Neste sentido, cabe reforçarmos a dificuldade de se desenvolver tecnologias de captação de imagem e de som que dessem conta da complexidade dos espetáculos filmados. Parece premente lembrarmos dos musicais capitaneados pela atriz e bailarina aquática Ester Williams, como em “A Filha de Netuno” (1949). Filmados em estúdios, mais precisamente em piscinas localizadas nestes ambientes, tinha-se a dificuldade de posicionamento das câmeras para que se pudesse captar imagens e planos “exuberantes”. O registro do áudio também parecia problemático nestes espetáculos, uma vez que os atores se encontravam dentro d’água. Diante desta premissa, as tecnologias de captação foram decisivas nas inúmeras possibilidades de fazer com que o musical fosse o mais utópico, *kitsch* e extravagante possível – exatamente como pressupunha se constituir uma dança das imagens a partir de uma melhor resolução do som.

⁸ O *kitsch* é um termo de origem alemã usado para categorizar objetos de valor estético distorcidos e/ou exagerados, que são considerados inferiores à sua cópia existente. São freqüentemente associados à predileção do gosto mediano e pela pretensão de, fazendo uso de estereótipos e chavões que não são autênticos, tomar para si valores de uma tradição cultural privilegiada. (MOLES, 2001, p. 31)



Foi a partir das tecnologias de captação desenvolvidas e usadas no cinema musical que pôde-se registrar números musicais que não estivessem inseridos, necessariamente, numa narrativa cinematográfica. Arlindo Machado (2001) chama atenção para a configuração dos filmes de jazz da década de 20, em que se filmavam os artistas se apresentando ao vivo. Tais imagens “alimentavam” a indústria das radiolas de fichas visuais bem como servia de entretenimento antes dos filmes terem início – uma espécie de “trailer”, divulgando a obra musical do próprio artista. A câmera cinematográfica com captação de som direto possibilitou, como lembra a jornalista Ana Maria Bahiana (2005), que, em 1956, o cantor Tony Bennett⁹ tenha feito uma experiência que se enquadraria no conceito de “filme promocional” de uma música. Realizando uma turnê em Londres e com a música “Stranger in Paradise” fazendo sucesso nas rádios e TVs americanas, o artista, a pedido de “apresentadores de televisão que clamavam por sua presença” no palco, gravou um filme promocional em película em que passeia ao longo do Lago Serpentine, no Hyde Park, em Londres, cantando “Stranger in Paradise”, sucesso do musical “Kismet”, da Broadway. (BAHIANA, 2005: p. 60) O filme foi levado e exibido em território norte-americano, fazendo com que, quando a turnê de Bennett chegasse aos Estados Unidos, aquele *promo* já servisse como uma publicidade antecipada de seus shows. Dois elementos cabem ser interpretados neste exemplo: o primeiro, que, não à toa, a música de Tony Bennett que fazia sucesso era parte integrante de um musical; o segundo, é que graças à praticidade da câmera cinematográfica, foi possível registrar uma experiência musical, com dança e canto e, em pouco tempo, este material estar disponível para ser apresentado do “outro lado do mundo”, nos Estados Unidos. Esta possibilidade de imediatismo que a câmera cinematográfica detinha fez com que Ana Maria Bahiana classificasse o “filme promocional” de “Stranger in Paradise” de um “cartão-postal musical”. (BAHIANA, 2005: p. 60)

Ao longo dos anos 60 e 70, uma série de experiências com produção de “filmes promocionais” de canções tomou escopo, em função da gradual popularização dos dispositivos técnicos de captação. De início, os registros se configuravam em extensões das apresentações ao vivo dos artistas. Em 1965, ao gravar o *promo* para a canção

⁹ Ao creditarmos o videoclipe como sendo do artista que o protagoniza, sabemos que estamos criando uma elipse: uma vez que o videoclipe é dirigido por alguém. No entanto, as implicações da própria indústria fonográfica, das premiações e das instâncias de consagração de videoclipes dirigem-se, preferencialmente, para os artistas protagonistas dos clipes como sendo os “autores” destes audiovisuais. Medida semelhante (a de creditar os clipes aos artistas e não aos diretores) foi adotada por Andrew Goodwin ao longo de seu livro *Dancing in The Distraction Factory* (1992).



“Anyway, Anyhow, Anywhere”, do The Who, o diretor Michael Lindsay-Hogg simulou uma apresentação ao vivo: escolheu um palco “cinematograficamente adequado”, uma platéia de figurantes “escolhidos a dedo” - em geral, fãs da banda – e deu início à profusão de uma visualidade que se “irmanava” de uma apresentação ao vivo¹⁰. Toda esta gama de preocupações parece ser herança de uma tradição do cinema musical. Crie utopias, “mundos perfeitos”. Tinha início, também, a constante preocupação visual do artista da música pop, evidenciando aspectos ligados à formatação de um *star system* nos gêneros musicais.

Ao mesmo tempo em que dá início ao processo de marcação visual, com um cuidado na concepção do filme, a produção de “filmes promocionais” musicais gerou experiências que tensionam a relação direta entre a performance do artista e audiovisual produzido, sobretudo se considerarmos as transformações dos artefatos de captação audiovisuais. Em 1965, o então documentarista D.A. Pennebraker filma, com uma câmera 16 milímetros e película preto-e-branca, o cantor Bob Dylan, num beco, atrás do Hotel Savoy, em Londres. Numa rápida sucessão, cartões toscos contendo trechos da letra da música são editados na medida em que a canção sucede. (BAHIANA, 2005, p. 64) O “filme promocional” era da canção “Subterranean Homesick Blues” e além de reforçar elos mais conceituais sobre um artista como Bob Dylan, dá demonstrativos de uma autonomia na produção deste audiovisual, evidenciando um caráter “alternativo” e “fora dos padrões” – que seria a principal estratégia de inúmeros videoclipes na contemporaneidade. Tal formatação, próxima a um documentário, só foi possível diante das apropriações feitas a partir das novas tecnologias de captação: a câmera portátil de 16 milímetros se apresentava menor, mais leve, com mais possibilidades de usos discursivos. A experiência de produção dos “filmes promocionais” de “Strawberry Fields Forever” e de “Penny Lane”, dos The Beatles, em 1966, seguiu a mesma trilha antecipada por Bob Dylan – a de criar uma atmosfera para o “filme musical” que se distanciasse da performance ao vivo, recorrendo a câmeras portáteis capazes de gerar uma “leveza” e uma “intimidade” no que é registrado. Tanto em “Strawberry Fields Forever” como em “Penny Lane”, vê-se os Beatles passeando por paisagens: algumas bastante características da Inglaterra e outras, sintomaticamente, psicodélicas. A construção imagética reforça elos com a difusão massiva dos Beatles através da indústria fonográfica. Ao mesmo tempo em que evidenciava uma imagem do grupo

¹⁰ Estas apresentações eram visualmente bastante próximas aos videoclipes produzidos pelo programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão, no Brasil, ao longo dos anos 70 e 80.



inglês e da eclosão da música pop na Inglaterra, apontava para soluções visuais que ampliavam o espectro de criação sobre as imagens previamente disposta dos Beatles. Tudo isso graças à aparelhagem tecnológica disponível na captação.

O *scopitone* como tecnologia de exibição

A visualização de experiências que geram formas diferenciadas de contratos audiovisuais devem ser vistas, como alerta McLuhan, a partir da premissa da simultaneidade. Ou seja, a descoberta da eletricidade e a produção de artefatos tecnológicos foram capazes de fazer o homem compreender a história como acontecimentos que tomaram lugar ao mesmo tempo, em ambientes distintos, muitas vezes, em locais próximos. Por isso, ao tentarmos historizar as premissas contituíntes do videoclipe, destacamos artefatos tecnológicos como capazes de nos fazer enxergar as formas de usos e apropriações destes produtos. Para Saul Austerlitz (2007), um artefato tecnológico parece ser fundamental de ser convocado para dar conta da formatação do vídeo musical enquanto um produto: as radiolas de ficha visuais¹¹. As radiolas de fichas visuais foram “batizadas” de formas diferentes em diversas partes do mundo. Embora não mapeadas inteiramente, as experiências com estes artefatos tiveram dois contextos bastante expressivos: os Estados Unidos e a França. Nos Estados Unidos, as radiolas de fichas visuais tiveram três “nomes”: The Soundie, entre os anos de 1941 e 1946; Snader Telescription, entre os anos de 1950 e 1954 e Startime Video Muzzikboxx, nos anos 80.

The Soundie era um aparelho que existia em bares, restaurantes e clubes noturnos ao longo de todo Estados Unidos. Quem tinha permissão de exploração comercial deste artefato era o estúdio Paramount – cujo interesse era divulgar artistas de seu *cas* bem como cantores de jazz e futuras estrelas dos musicais. Do ponto de vista da tecnologia de exibição, tinha-se uma tela pequena, acoplada a um objeto de madeira, simulando um rádio gigante com imagens. O número musical exibido trazia uma canção “coberta” por imagens aleatórias (que poderia ser pés batendo, mãos ou corpos dançando). Perto de sua extinção, no ano de 1945, passou a exibir pequenos números musicais com mulheres com poucas roupas. O fim dos aparelhos The Soundies se deve, principalmente, à diferença de orientação de público: sabe-se que, em bares e restaurantes, por exemplo, a atenção para a música seria mínima e o público destes locais não seria, necessariamente, aquele que interessaria aos estúdios.

¹¹ Tradução nossa para o termo *visual jukebox*.



Nos anos 50, uma nova experiência com uma diferente tecnologia de exibição dos vídeos musicais tomou corpo nos Estados Unidos. George Snader, com apoio da empresa Telescriptions (responsável pela produção de aparelhos de televisão), fez uma série de radiolas de fichas visuais com o intuito de servir de teste e ao mesmo tempo de divulgação do “poder de encantamento” da televisão. Produziu-se, portanto, os Snader Telescriptions, que traziam apenas a exibição de números musicais ao vivo e gravados com som direto – ou seja, diferentemente dos números musicais do The Soundie, que era pré-gravado. Por ser um artefato promocional do próprio aparelho de televisão da empresa Telescriptions, tinha-se o interesse de divulgar ao máximo a “nova invenção”. Por isso, nos Snader Telescriptions, todos os tipos de artistas e todos os gêneros musicais eram bem vindos e podiam ser exibidos: de negros, como Nat King Cole, a latinos, passando por mulheres.

Na França, uma experiência com as radiolas de fichas visuais foi significativa na formatação de uma forma de fruir números musicais. Trata-se dos Scopitones. Invenção da divisão francesa da Phillips, os aparelhos Scopitones podem ser compreendidos como um orientador da relação entre a música popular massiva e a cultura jovem. Nestes aparelhos não cabia mais gêneros musicais como o jazz ou artistas negros, latinos e afins. Os números musicais traziam belas mulheres em coreografias sensuais e uma delas virou uma espécie de símbolo destes números musicais. Trata-se de Joi Lansing cantando a música “The Web of Love” – apesar de estarmos na França, muitos desses artistas, por uma alternativa a ser “pop”, eram orientados a cantarem em inglês. Várias experiências semelhantes aos Scopitones aconteceram, simultaneamente, em outras partes do mundo: na Inglaterra (Cinebox), no Canadá e Estados Unidos (Colorsonic), entre outros. O que estas experiências parecem sintetizar é que tecnologias de exibição como as radiolas de fichas visuais antecipavam a premissa de que o lugar de se assistir aos números musicais não era as telas enormes dos cinemas e que seria preciso se adequar às imposições da baixa qualidade do som na observação dos produtos audiovisuais. As radiolas de fichas musicais parecem dar relevo ao fato de que o lugar de destaque do videoclipe é a televisão ou as pequenas telas. E que, durante anos, este artefato seria o principal objeto do que se convencionou chamar de televisão musical.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUSTERLITZ, Saul. **Money For Nothing: A History of the Music Video From The Beatles to The White Stripes**. New York: Continuum, 2007.

BAHIANA, Ana Maria. **O Videoclipe Faz 50 Anos**. In: Revista Forense. Ano I, Número 7, 2005. p. 12-16.

CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa. **Cinema e a Invenção da Vida Moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

CHION, Michel. **Audio-Vision**. New York, Columbia University Press: 1994.

DYER, Richard. **Only Entertainment**. New York: Routledge, 2002.

FARAH, Alexandra. **Filme Fashion**. São Paulo: Centro Cultural Banco do Brasil, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo, Senac, 2001.

MACHADO, Irene. Mediações Segundo McLuhan. In: BRAGANÇA, Aníbal e MOREIRA, Sônia Virgínia. **Comunicação, Acontecimento e Memória**. São Paulo: Intercom, 2005. p. 146-158.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensão do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1973.

MOLES, Abraham e MICELI, Sérgio. **O Kitsch**. 5.ed. São Paulo: Perspectivas, 2001.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Tendências das Tecnologias da Comunicação: Da Fala às Mídias Digitais. In: SÁ, Simone Pereira e ENNE, Ana Lúcia. **Prazeres Digitais: Computadores, Entretenimento e Sociabilidade**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004. p. 131-146.

TOLL, Robert. **The Entertainment Machine**. London: Oxford University Press, 1982.