



## Breve história do videoclipe<sup>1</sup>

Laura Josani Andrade Corrêa<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo busca traçar uma breve história do videoclipe através. Em seguida, na busca de produção de sentido e de uma concepção geral deste gênero audiovisual foi proposta uma conceituação do videoclipe com análise histórica e interpretativa. Depois da revisão bibliográfica infere-se que o videoclipe é multifacetado e evidencia a tendência contemporânea de transformação da forma de consumo musical diante da constante evolução das tecnologias de produção e circulação de bens simbólicos.

### Palavras-chave:

Videoclipe; audiovisual; música.

O objetivo deste artigo, ao fazer um breve histórico do videoclipe, buscou mais especificamente narrar as condições de emergência do videoclipe como gênero audiovisual e fazer um mapa mínimo das concepções mais gerais que permitam verificar aproximações e diferenças na definição do que é videoclipe na busca da produção de sentido. Para realizar tais metas, empreendemos pesquisa bibliográfica, com base nos ainda poucos livros produzidos sobre o tema, o que consideramos como fator determinante para a realização desta empreitada. Como procedimento metódico, propusemos uma análise histórica e interpretativa para contar o que, a nosso ver, se configura como uma breve história do videoclipe. A tentativa de classificação do gênero em subgêneros torna-se difícil, quando não insuficiente, principalmente pelo fato de se tratar de um campo próprio para experimentações.

Este artigo se enquadraria como história do audiovisual, modelo teórico da comunicação como ciência da cultura, no campo maior das Ciências da Comunicação, buscou sistematizar dados sobre o gênero videoclipe. A produção de videoclipe é um campo de trabalho que oferece inúmeras possibilidades de atuação profissional, evidenciando a forte relação entre o campo da comunicação e o campo do trabalho, o que a nosso ver evidencia a relevância desta interface. “O videoclipe é importante para a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Audiovisual, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro Oeste.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social habilitação em Rádio e TV pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). E-mail: laurajosani@uol.com.br.



compreensão da cultura contemporânea (...); o videoclipe sintetiza o contemporâneo na sua aproximação da indústria cultural com a vanguarda, na diluição da radicalidade inovadora a partir de claras intenções comerciais (...)”, esclarece a comunicadora Angela Prysthon<sup>3</sup>.

### **O que é um videoclipe?**

O termo videoclipe só começou a ser utilizado na década de 1980. Clipe deriva de clipping, recorte (de jornal ou revista), pinça ou grampo, que possivelmente se refere à técnica midiática de recortar imagens e fazer colagens em forma de narrativa em vídeo. A colagem de imagens enfocaria a tendência contemporânea do videoclipe como gênero do audiovisual de se fazer composições a partir de outros trabalhos e imagens produzidos inclusive na mídia de massa. Segundo Thiago Soares<sup>4</sup>, no início o clipe era rápido e instantâneo, com prazo de validade, enquanto esforço para divulgação musical. A característica marcante do videoclipe eram imagens em velocidade frenética, sem obrigação de contar uma história linear com início meio e fim. Podia ser somente uma justaposição de imagens para se vender a música.

O videoclipe surge para vender um pacote completo: música e imagem do artista. Como ferramenta de apelo mercadológico, o videoclipe também influencia comportamentos e dita moda. Atualmente, esta noção de videoclipe como justaposição de imagens, ao modo de uma bricolagem, quase não se sustenta. Hoje, os clipes podem apresentar construções narrativas, lineares ou não. Na composição do clipe, as imagens se relacionam em maior ou menor intensidade com a letra. A dimensão imagética é criada nesta tensão entre o sonoro e as possíveis traduções em forma de imagem que cada música suscita. No videoclipe, nem sempre o que é dito na música é visto na imagem, a tradução intersemiótica não é uma obrigação nem uma tradução fiel da música. Tradução intersemiótica<sup>5</sup>, por tradição pensada como interpretação de signos verbais por meio de outros signos não verbais, passou a ser também tradução generalizada de um sistema de signos a outro.

---

<sup>3</sup> PRYSTHON, Ângela. Prefácio. In: SOARES, Thiago. Videoclipe: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004.

<sup>4</sup> SOARES, Thiago. Videoclipe: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004, p.23, 24.

<sup>5</sup> Ver PLAZA, Julio. Tradução intersemiótica. São Paulo: Perspectiva, 1987.



Eduardo de Jesus<sup>6</sup> é enfático ao afirmar que “o cenário audiovisual contemporâneo caracteriza-se por uma intensa hibridação entre formatos, suportes, gêneros e técnicas”. Apesar de ser um formato televisivo e comercial, tanto para a TV quanto para a indústria fonográfica, o videoclipe é um gênero audiovisual que agrega valores de outros gêneros proporcionando a experimentação. O pesquisador Goodwin<sup>7</sup> afirma, em 1992, que o videoclipe é um produto da indústria fonográfica que está estruturado na música e na imagem, e é legitimado pela música pop.

São vários os elementos técnicos utilizados para compor o videoclipe. Na etapa de produção, a iluminação pode ser executada de algumas maneiras: bem marcada para evidenciar o cantor, como é feita na publicidade; uma iluminação natural ou imitando ambientes urbanos, como é feito no cinema que também oferece outras possibilidades como a iluminações características de gêneros: terror, suspense, ficção ou ainda a experimentação. A fotografia, assim como a iluminação, pode seguir os moldes da publicidade dando ênfase a planos próximos e detalhados ou seqüências que acompanhem a evolução do roteiro como acontece no cinema, que iniciam com planos mais abertos para localizar o espectador e seguem mostrando o decorrer da história. Também existe a possibilidade do videoclipe ser feito em plano seqüência; a banda Ira fez um clipe chamado *Bebendo vinho*, que foi totalmente realizado em plano seqüência, ou seja, sem cortes.

Figurino e cenografia podem funcionar para ditar moda, fazer referência ou ser experiência estética. O roteiro é outro aspecto técnico que pode variar bastante nos clipes. A narração não é obrigatória. O clipe pode contar a história da música (narração), pode introduzir novos conceitos relacionados à letra e ainda pode ser contrário à letra. Além destas, ainda tem a opção da performance dos músicos, fazendo referência aos primórdios do videoclipe. E claro, também tem a possibilidade de não levar nada disso em conta e partir para a experimentação. Já que este gênero permite a inventividade, e transcende no campo da potencia criativa.

Na pós-produção as opções de transição entre uma tomada e outra vão desde o corte seco à fusão de imagens. O corte seco dá agilidade e a fusão sobrepõe as imagens. A edição pode ser frenética ou não, depende do resultado esperado pelo diretor. Pode ser pautada no ritmo da música ou não, também a critério dos realizadores. A pós-

---

<sup>6</sup> JESUS, Eduardo de. Circuito de exibição e hibridismo – o videoclipe em expansão. Porto Alegre: Intercom, 2004.

<sup>7</sup> Ver CARVALHO, Claudiane de Oliveira. Narratividade em videoclipe. A articulação entre música e imagem. São Paulo: Intercom, 2005.



produção dispõe de vários recursos de computação gráfica que podem ser inseridos à obra audiovisual. No clipe dirigido por Jarbas Agnelli, *Made in Japan*, da banda Pato Fú, foi utilizada a técnica de 3D (animação em três dimensões). A gravação com a banda foi feita em chroma key<sup>8</sup>, depois foi adicionada à animação dos músicos com cenário e com os robôs.

Talvez o ritmo da edição seja a peça chave para a primeira conceituação que se teve de videoclipe, de imagens frenéticas com prazo de validade. Segundo Eisenstein<sup>9</sup> “A complexidade excessiva do ritmo métrico produz um caos de impressões, em vez de uma clara tenção emocional”.

As técnicas e teorias mais encontradas no videoclipe vêm do cinema e da publicidade. Porque ele tem um formato televisual utilizado para promover a venda da música (CD, DVD). Portanto, ele não pode ser analisado somente por um aspecto, o artístico, por exemplo. Assim estaria excluída uma importante característica do videoclipe nas condições de circulação dos bens simbólicos no modo de produção capitalista que são o processo de venda e consumo. O videoclipe, nestas condições socioeconômicas, torna-se uma espécie de peça de divulgação publicitária.

Como afirma Valéria Bandini<sup>10</sup>:

“Os videoclipes tornaram-se um novo referencial para a apreciação estética da música associada a uma forma de oferecer um produto ao consumo. Inegavelmente, pela indústria fonográfica, vídeos musicais são formas de exposição de um produto que está à venda, um apelo ao consumo. Sua estética une técnicas apuradas do cinema e da publicidade, a liberdade de criação de film makers e um universo simbólico que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista”.

As referências visíveis nos clipes são diversificadas. Ainda que mantenham o apelo mercadológico, tendem a ser um campo da experimentação. As referências podem ser artes plásticas, documentários, filmes de ficção e outros. Classificar e categorizar o videoclipe é um trabalho com resultados insuficientes porque este gênero audiovisual emerge da hibridação<sup>11</sup>, da contaminação<sup>12</sup>, das referências<sup>13</sup> e da experimentação<sup>14</sup>. O

---

<sup>8</sup> Fundo verde ou azul utilizado em gravações que terão o fundo removido na edição para ser substituído por outro.

<sup>9</sup> EISENSTEIN, Sergei. A forma do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002, p. 80.

<sup>10</sup> BRANDINI, Valéria. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 04.

<sup>11</sup> A palavra é utilizada no sentido trocas culturais, fusões culturais e artísticas de obras (literárias, plásticas, audiovisuais).

<sup>12</sup> A palavra é utilizada para expressar o rompimento de barreiras técnicas e opções estéticas de um gênero audiovisual para outro (cinema, propaganda e videoclipe) e de uma obra de arte para outra.

<sup>13</sup> A palavra é usada para denotar a citação de um gênero audiovisual em outro ou de outras formas de arte que possam figurar em videoclipes.



que está estabelecido é que música é o suporte fundamental do clipe. Em geral, as imagens produzidas tendem a ser “traduções” visuais da música, ou seja, as imagens guardam uma correspondência quase literal do sentido produzido pela letra da música. Mas, em outros casos, as imagens não necessariamente têm a função de pôr em relação possíveis sentidos entre o visual e o sonoro. A música é, simultaneamente, referência e limite das imagens na formatação do videoclipe.

A citação de alguns clipes que exemplifiquem a hibridação e a contaminação de distintos referenciais discursivos se faz necessária. Michel Moore, diretor do documentário *Bowling in Columbine*, dirige o clipe *Boom* para a banda System of a Down. No clipe, não aparecem imagens da banda. As imagens editadas são de manifestações anti-bélicas de vários lugares do mundo. O que se vê é a linguagem do documentário sendo trazida para o videoclipe. A referência em tom de documentário também é observada no clipe *A Minha Alma*, da banda O Rappa, que trata de assuntos sobre violência e cultura periférica; a direção do clipe é de Kátia Lund, que co-dirigiu os filmes *Cidade de Deus* e o documentário *Notícias de uma guerra particular*.

Observa-se também o inverso: a linguagem do videoclipe sendo referência incorporada pelo cinema. O filme *Corra Lola Corra*, de 1999, dirigido pelo alemão Tom Tykwer, é um exemplo da estética do videoclipe no cinema. O roteiro, que justapõe três possibilidades de narrativa em um mesmo filme, mistura as linguagens de cinema, videoclipe, videogame, música e animação. Entre outras variações, o comentário social apareceu bastante em videoclipes brasileiros, entre eles *Diário de um detento*, dos Racionais MCs; *A Minha Alma*, da banda O Rappa, e *Segue o Seco*, de Marisa Monte. Os clipes têm estéticas diferentes, mas se assemelham pelo assunto que abordam no roteiro (problemas sociais) e ainda têm em comum o fato de serem referências para filmes. *O invasor*, feito em 2001 pelo diretor Beto Brant, e *O Rap do pequeno príncipe contra as almas sebosas*, de Paulo Caudas e Marcelo Luna, se assemelham aos primeiros clipes e o terceiro (*Segue o Seco*) é referência para o filme *Eu Tu Eles*, de Andrew Waddington.

Ainda sobre as questões sociais, o clipe *Diário de um detento*, do diretor Maurício Eça, relata o cotidiano dos presidiários e relata a chacina de 111 presos no Pavilhão Nove do Presídio do Carandiru, em São Paulo. A letra nasceu de uma carta entregue a Mano Brown numa visita ao presídio. A partir da carta do preso que se

---

<sup>14</sup> A palavra é utilizada para sinalizar o campo da potência de criação, de argumentos inventivos no roteiro e execução do videoclipe como um todo.



identificou como Jocenir e mais algumas histórias, foi feito o rap que conta a versão dos presos sobre a chacina dos 111 presos, em 2 de Outubro de 1992, que aconteceu com a intervenção da tropa de choque da Polícia Militar de São Paulo. E essa história se repete no filme *Carandiru*, de Hector Babenco. A chacina teve grande repercussão e também apareceu na letra da música *Haiti*, de Caetano Veloso.

Vitor Amati e Cássio Amarante dirigiram o clipe da música *Luz dos olhos*, de Nando Reis, e o denominaram de reality clip (de reality show), porque era um pequeno documentário de casamento. O clipe mostra imagens dos preparativos do casamento e encerra com um show surpresa de Nando Reis depois da cerimônia. No campo da experimentação, a banda Gorillaz, que se apresenta em forma de desenho animado, é um exemplo tanto para o gênero videoclipe quanto para estratégia de vendas. É uma banda que não tem rosto, os clipes são feitos apenas com animação. Damon Albarn (vocalista da banda Blur), Jamie Hewlett Dan (desenhista gráfico) e Dan Nakamura (produtor) são os criadores do Gorillaz, mais conhecida como banda de cartoons. O trabalho foi lançado no final de 2000, incluindo clipes e desenhos animados, em 2D, para a TV e internet. O primeiro clipe da banda foi intitulado 19-2000.

Estes exemplos mostram que o videoclipe, assim como outros gêneros do audiovisual, retrata questões do cotidiano, da conjuntura histórica no qual está inserido. Talvez dentro de algum tempo, já que o videoclipe é recente se comparado com outros gêneros audiovisuais, a história possa ser contada também com o auxílio de vídeos, uma vez que ele retrata o cotidiano, molda e reflete comportamentos, dita moda.

Há clipes em que se observa a repetição na estrutura (música e roteiro) montada a partir de convenções da música pop. É o caso do clipe *Check on it*, da cantora Beyoncé, que faz parte da trilha sonora do filme *A pantera cor de rosa*. No clipe, basicamente o que importa é o rebolado da cantora que rima com toda repetição da letra da música. E para ficar caracterizado que o clipe é trilha sonora do filme *A pantera cor de rosa*, tudo é rosa. O figurino é rosa, o cenário é feito com cetim rosa de várias tonalidades, até o cabelo da cantora aparece rosa. Este vídeo caracteriza a utilização da função fática da linguagem, como a descreve Samira Chalhoub<sup>15</sup>: “A necessidade de chamar a atenção do espectador e influenciá-lo é a característica central da função fática da linguagem”. Neste caso chamando atenção para o clipe que está fazendo referência ao filme a todo o momento.

---

<sup>15</sup> CHALHUB, Samira. Funções da linguagem. São Paulo: Ática, 2001, p. 22.



A estética do videoclipe se caracteriza por ser um espaço de experimentação de linguagens, o que parece ser possível na medida em que os trabalhos sejam feitos por pessoas com diferentes experiências no campo audiovisual (cinema e publicidade) e outras artes (artes plásticas, teatro, cenografia, figurino). Trata-se de um gênero com alguma coesão que lhe atribua uma existência como gênero do audiovisual, mas ao mesmo tempo deve ser concebido em sua pluralidade de ser pensado e concebido. O capítulo com análises de oito videoclipes busca ilustrar o que haveria de mais significativo nesta breve história do videoclipe como gênero audiovisual.

### **Breve história do videoclipe**

Segundo o comunicólogo Marshall McLuhan<sup>16</sup>, houve uma ruptura entre som e imagem que teve início com o alfabeto escrito, sendo seguido do advento da palavra impressa de Gutemberg que traça uma linha sucessória entre: a lanterna mágica, do século XIV, passando pela câmera escura, pela fotografia no século XIX e, nos últimos anos daquele século, o cinema. Tom Gunning<sup>17</sup>, em seus estudos sobre o cinema das origens, chama atenção para um dos nomes com o qual ele foi batizado: “fotografias animadas”.

O teórico do cinema Noël Burch<sup>18</sup> afirma que os realizadores e o público haveriam constatado rapidamente a necessidade de um acompanhamento sonoro (musical) para as imagens, cujo silêncio parecia insuportável. Enquanto a evolução das técnicas ligadas a imagem galopava o som seguia a passos lentos. Não que essa não fosse a vontade dos pesquisadores, foram várias tentativas. Em 1877 foi criado o fonógrafo. Depois veio o kinetophone que não funcionava bem.

Só em 1902, Leon Gaumont inventou o chronophone, que funcionou de maneira satisfatória para a época. E, então, entre 1911 e 1913, há um consenso de que a música é o acompanhamento ideal para as imagens. Na metade da década de 20, a Warner Brothers e a Fox Film Corporation apresentavam aparelhos que sincronizavam som e imagem. A partir daí surgiram vários números filmados. Em 1927 é produzido o primeiro filme “cantado” do cinema: *O cantor de jazz*, com Al Jolson.

---

<sup>16</sup> Ver COSTA, Fernando Morais da. A inserção do som no cinema. 1º Encontro da Rede Alfredo de Carvalho. Rio de Janeiro, 2003.

<sup>17</sup> Idem.

<sup>18</sup> Ibidem



Ao constatar a necessidade da música para os filmes, os Estúdios Disney produzem na década de 1940 o desenho animado *Fantasia*, no qual se observa uma relação muito próxima entre música e imagem. Em 1945 surgiu a “vitrola de fichas visuais”, comuns nos bares dos Estados Unidos. Nesses aparelhos era possível visualizar números musicais em preto e branco. Bing Crosby foi um cantor que se tornou referência quando se falava em tal aparelho.

A década de 50 ficou marcada pelos números musicais da TV e do cinema que passaram a render números para a indústria fonográfica. Surge nesta década o Rei do Rock, Elvis Presley, que estreou vários musicais, entre eles: *Love Me Tender*, de 1956; *Loving You*, também de 1956; *Jailhouse Rock*, de 1957; *King Creole*, de 1958, e muitos outros, além de um documentário de shows em 1972.

No final da década de 50, a rede de televisão BBC, na Inglaterra, lança o programa “6’5 Special” que mostrava exclusivamente apresentações musicais. Em 1960 surge na França o scopitone, aparelho semelhante ao jukebox, que tinha acoplado a ele um projetor de cinema formato 16mm. Enquanto a música tocava, as imagens em preto e branco passavam no projetor. Depois, o scopitone foi levado para a Europa, particularmente para Alemanha e Inglaterra. Em 1979, o aparelho é retirado de circulação.

O ano de 1964 é marcado pelo lançamento do filme *A Hard Day’s Night*, da banda de Liverpool, The Beatles, dirigido por Richard Lester. Além do filme, os Beatles faziam alguns vídeos. Os vídeos eram denominados “promos”, abreviação de promocional. E há quem lance a questão se o que os Beatles fizeram não seriam videoclipes. O pesquisador Guilherme Bryan<sup>19</sup> afirma: “os vídeos dos Beatles não podem ser considerados videoclipe porque eram usados para que a banda pudesse aparecer em mais de um programa de TV”.

Jorge Lima Barreto<sup>20</sup>, historiador e filósofo português, afirma o seguinte: “(...) o vídeo tem conexão com a TV, mas seu compromisso com a música (video music) foi iniciado com o experimentalismo do coreano Nam June Paik, compositor e videasta do final da década de 60”. O movimento descrito acima é denominado vídeo-arte ou vídeo experimental, que versava sobre a estética da televisão e do vídeo na arte contemporânea.

---

<sup>19</sup> BRYAN, Guilherme. 30 anos num clipe, artigo publicado dia 31/10/2005, no jornal Folha de S. Paulo.

<sup>20</sup> BARRETO, Jorge Lima. Música & Mass Media. Disponível em: [www.culturgest.pt/docs/mmm-180106.pdf](http://www.culturgest.pt/docs/mmm-180106.pdf)





Em 1975, a banda Queen lança o primeiro videoclipe: *Bohemian Rhapsody*. Os estudiosos afirmam que esse é o primeiro videoclipe intencionalmente produzido segundo este conceito então nascente no audiovisual, porque foi produzido com o objetivo de divulgar o disco da banda – e o objetivo foi alcançado. A exibição muito freqüente do clipe no programa Top of the Pops, da rede BBC, fez com que o disco chegasse ao topo de vendas. A gravação das vozes foi feita em seis estúdios diferentes, para que fossem multiplicadas.

O primeiro videoclipe exibido no Brasil foi *América do Sul*. Ele foi ao ar no programa Fantástico, da Rede Globo, em 1975. A música é interpretada por Ney Matogrosso, com a direção de Nilton Travesso. Segundo Leão Serva<sup>21</sup>:

“Nos anos 70, o público brasileiro podia ver o programa do Big Boy (um DJ que se apresentava com o bordão: Hello, crazy people, Big Boy rides again, assim, em inglês numa terra de monoglotas provincianos como era o Brasil do auge da ditadura militar... Era uma sensação!) E o Big Boy só passava clipes importados dos Estados Unidos”.

Ainda na década de 1970, os musicais voltam à cena com *American Grafitti*, de 1973, *Os embalos de sábado à noite*, de 1977, *Abba – O filme*, de 1977 e *Grease, Nos tempos da brilhantina*, de 1978. Os anos 80, no Brasil, foram marcados pelos programas de videoclipe em várias emissoras: o FM-TV (TV Manchete); o Videorama (TV Record); o Clip Trip (TV Gazeta); o Som Pop (TV Cultura); o Realce (SBT Rio); o Super Special (TV Bandeirantes); o Fantástico e o Clip Clip (Rede Globo).

Na cidade de Recife (PE), os primeiros esboços de videoclipe apareceram ainda em 1975. A banda Ave Sangria gravou uma espécie de vídeo-performance da música *Geórgia, a carniceira* para o programa Fantástico, da Rede Globo. Mas o material nunca foi exibido. Em 1973, o cantor e compositor Alceu Valença fez *A Noite do Espantalho*, um filme-clipe dirigido por Sérgio Ricardo, em Nova Jerusalém (PE). No final da década de 70, Alceu fez outro vídeo, dirigido por Jomard Muniz de Brito, com a música *Imitação da vida*. Depois, no começo dos anos 80, Alceu Valença e Rucker Vieira fizeram *Amanhecendo*, um documentário livre sobre um disco inteiro. Foi realizado em Recife, em 1984, um vídeo musical produzido pela Rede Globo, *Edy Clínio, O Conde do Rock*, um curta-metragem com sete minutos de duração, dirigido

---

<sup>21</sup> SERVA, Leão. Prefácio. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006.



pelo jornalista Amin Stepple Hiluey. As experiências em Recife podem ser consideradas como primórdios do videoclipe no Brasil, ainda que não tenham sido veiculadas no circuito de exibição de massa.

Nos anos 80 o modo de consumo de música é transformado pelo videocassete e pelo videoclipe. É agregada a indústria fonográfica a indústria audiovisual, os videoclipes. A estréia da MTV (Music Television), canal dedicado a exibir exclusivamente videoclipes, foi no ano de 1981. No início era canal a cabo, depois passou para canal aberto. O primeiro videoclipe exibido foi *Killed the Radio Star*, da banda Buggles. Dois anos mais tarde, é criado o American Video Awards, festival que premiava os clipes. Em 1987 é a vez de a Europa conhecer a MTV, que estreou com o clipe *Money For Nothing*, da banda Dire Straits. O antropólogo argentino-mexicano Nestor Garcia Canclini<sup>22</sup> descreve a versatilidade da MTV:

“(...) conquista a audiência de jovens de quase todo mundo, é graças a sua capacidade de combinar várias inovações: mistura gêneros e estilos, de rebeldias roqueiras a melodias hedonistas e “pensamento liberal normalizado”, associa-se a “grandes causas” (lutas contra pobreza, o analfabetismo, a AIDS e a poluição), propondo exercícios de cidadania internacionalizados compatíveis com um sentido moderno e sensual da vida cotidiana”.

A MTV chega ao Brasil na década de 90. O clipe que inaugura a emissora, no dia 20 de outubro de 1990, é *Garota de Ipanema*, uma versão remix de Marina Lima. A VJ que apresentou este clipe foi Cuca Lazarotto. Guilherme Bryan<sup>23</sup> comenta a escolha:

“A escolha de *Garota de Ipanema* para inaugurar a emissora, que transformou definitivamente a música brasileira, não parece ter sido aleatória. Muito pelo contrário, esse clipe possui justamente o que a filial da rede norte-americana parecia buscar: algo extremamente moderno misturado com símbolos que representam a cultura brasileira”.

Este comentário mostra que a MTV Americana estabelece que as filiais, além de manter a linguagem dirigida ao público jovem, também tem que ter as marcas da cultura do país que representa. Foi em consequência de toda a diversidade e singularidade que houve a demanda por um canal específico para os clipes. Assistindo à MTV, a impressão que se tem é que passa um videoclipe que não tem fim, pois toda a programação é pensada para criar a atmosfera musical de forma intensa. E para

---

<sup>22</sup> CANCLINI, Néstor Garcia. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003, p.150.

<sup>23</sup> BRYAN, Guilherme. *Garota de Ipanema – 15 anos de MTV Brasil*. Artigo publicado dia 20/10/2005 na coluna De olho no clipe, site da MTV Brasil.



contextualizar a história do videoclipe, a MTV tem papel primordial, pois é com ela que este gênero audiovisual ganha notoriedade pública. O jornalista Leão Serva<sup>24</sup> faz uma importante observação sobre a MTV:

“Tudo começou com uma revolução no modo de ouvir música. Ou melhor, de sentir a música que deixou de ser apenas um apelo sonoro para estimular todos os sentidos a partir da visão. O videoclipe passou a ser obrigatório em qualquer lançamento de CD. A forma de fazer clipes, os cortes rápidos, o dinamismo e a criatividade tomaram a publicidade, o cinema e a televisão em geral (...). Isso criou um impacto na estética da música, da publicidade e do cinema”.

Com o advento das práticas da cibercultura, o acesso a textos, fotos, vídeos e videoclipes tornou-se amplo. Basta dispor de um microcomputador e acesso à Internet. Segundo Valéria Brandini<sup>25</sup>, na era digital um referencial imagético tornou-se imprescindível na produção musical, tornando o videoclipe um poderoso veículo de divulgação da música. Além dos canais de televisão, as pessoas passaram a ter acesso a videoclipes em seus computadores. Como se isso não bastasse, agora os videoclipes podem ser apreciados também nos aparelhos de telefonia móvel. Segundo Pierre Lévy<sup>26</sup>, “com o espaço cibernético temos uma ferramenta de comunicação muito diferente da mídia clássica, porque é nesse espaço que todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata”. Ele fala ainda da desterritorialização dos textos, das mensagens e dos documentos. Também fala do autor coletivo que proporciona a transformação permanente. Novas tecnologias e novas condições de produção e consumo de videoclipe são possíveis devido à internet em sites como You Tube e GoogleVideo. Videomakers, músicos e atores começam a criar vídeos especialmente para serem veiculados no site. Os artistas estão utilizando o endereço para experimentar linguagens audiovisuais e para divulgar e distribuir as obras<sup>27</sup>.

No dia 28 de julho de 2006, a agência de notícias Reuters (Londres) divulgou a seguinte matéria do jornalista Mike Collett-White<sup>28</sup>: “Canais de videoclipes lutam para

---

<sup>24</sup> SERVA, Leão. Prefácio. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006.

<sup>25</sup> BRANDINI, Valéria. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 08.

<sup>26</sup> LÉVY, Pierre. Palestra realizada no Festival Usina de Arte e Cultura, promovido pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre, em Outubro, 1994. Tradução: Suely Rolnik. Revisão da tradução transcrita: João Batista Francisco de Carmem Oliveira. Artigos Acadêmicos Google.

<sup>27</sup> SILVA, Adriana Ferreira. Artistas passam a criar de olho no YouTube. Matéria publicada dia 13/08/06 na Folha de S. Paulo (on line), da reportagem local. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/inde13082006.htm>

<sup>28</sup> Matéria publicada dia 28/07/2006, da Agência de Notícias Reuters, site da UOL – UOL música.



sobreviver na era da internet”. Ele afirma que os canais de videoclipe são uma espécie ameaçada no mundo pop e que tais canais estão aprendendo da maneira mais difícil que é necessário se adaptar à era da internet. Ele fala ainda que o programa da BBC<sup>29</sup>, Top of the Pops, parada de sucessos mais antiga da TV mundial, sairá do ar. E comenta também que a emergência da MTV, um dos motivos do fim do programa, vai se reinventar proporcionando interatividade. E, com base em pesquisa feita no Reino Unido, ele aponta que as pessoas dedicam mais tempo à internet que a TV.

Para acompanhar toda a evolução, as MTVs hoje têm sites que tratam não só da programação televisiva. Há notícias de bandas e cantores, colunas, chats, blogs, comunidades entre outras ferramentas de comunicação. Percebendo este panorama, que vem tipificando a cibercultura, a MTV Brasil atualmente tem um programa chamado MTV de Bolso, que exhibe fotos e comentários de internautas que se cadastram no site da emissora. A própria MTV tem consciência da importância histórica do videoclipe, mas pecava por dedicar pouco tempo da sua programação para discutir e analisar os clipes, limitando o espaço a matérias e a um programa chamado Produzindo o Clipe, que na grande maioria mostrava clipes internacionais.

No site, o tratamento se tornou um pouco diferente. A partir de 15 de março de 2004, Guilherme Bryan começou a escrever numa coluna quinzenal que se chama *De olho no clipe*: Neste espaço, ele analisa clipes que passam ou passavam na programação da MTV. No dia 14 de agosto de 2006 estreou *Bioclipe*, programa de entrevistas com diretores de clipes nacionais, com depoimentos de diretores e artistas, mostrando todo o processo de criação e produção de um videoclipe. O programa coloca o videoclipe em discussão como objeto de fruição e potência criativa e ainda traça o perfil dos diretores e o panorama da produção de videoclipes no Brasil.

Na edição do ano de 2006 o VMB<sup>30</sup>, Video Music Brasil, no dia 28 de setembro. A MTV trouxe várias inovações, entre elas a votação pela Internet para todas as categorias e as transmissões ao vivo em rádio e Internet tanto do evento como dos bastidores. Também há uma premiação para clipes produzidos pelo público, na categoria “Vc fez”. Infere-se destas informações que a MTV busca a interatividade com o público de várias maneiras, devido à demanda do mercado consumidor que procura a interatividade disponível na rede mundial de computadores.

---

<sup>29</sup> A BBC (British Broadcasting Corporation), é uma emissora estatal de rádio e televisão do Reino Unido, fundada em 1927.

<sup>30</sup> MELLO, Marina Campos. MTV tenta renovar VMB com interatividade e transmissão via rádio. Matéria publicada dia 12/09/2006, Site da UOL- UOL música.



Por ser um dos produtos audiovisuais com o formato mais livre, o videoclipe oferece inúmeras possibilidades de criação, podendo variar, por exemplo, do documental à animação. Firma-se, portanto, como espaço da experimentação, do rompimento das estruturas clássicas de narração e como referência para outros gêneros audiovisuais. Sobre este aspecto do videoclipe, escreve Arlindo Machado<sup>31</sup>: “O sistema digital dá o modelo estrutural para o videoclipe, liberando-o dos modelos narrativos ou jornalísticos que constituem a substância da programação habitual de TV, de modo a situá-lo como um espaço de experimentação e descoberta no seio da televisão”.

A discussão sobre o gênero videoclipe pode ganhar pertinência na medida em que a produção audiovisual se conjuga com a produção musical contemporânea. Arlindo Machado<sup>32</sup> faz o seguinte comentário sobre videoclipe como produto audiovisual: “o videoclipe torna sensível um fenômeno ao qual nunca prestamos a devida atenção antes: a unidade indecomponível do som com a imagem no vídeo, que nos permite falar verdadeiramente e com toda propriedade de um meio audiovisual”. O videoclipe é um gênero audiovisual com várias possibilidades de classificação. Nele estão agregados conceitos que remetem também a outras linguagens audiovisuais: cinema, televisão e publicidade. Além de ser uma peça da estratégia de venda da indústria cultural com fins comerciais, ele se apresenta também em sua dimensão no campo das artes. Como escreve Valéria Brandini<sup>33</sup>: “O videoclipe trouxe consigo não só uma nova concepção estética da música como produção artística, mas também uma nova concepção de consumo dessa música”. Ainda sobre o aspecto comercial e artístico do videoclipe, Thiago Soares<sup>34</sup> comenta: “tanto o ‘artístico’ quanto o ‘comercial’ se remontam às lógicas do capitalismo, que determinam o direcionamento de certos artistas da música pop dentro da indústria fonográfica”.

## Conclusão

Com este breve histórico do videoclipe infere-se que o videoclipe é multifacetado, é espaço para: criar, revisitar, referenciar e chocar. Também pôde ser constatado que o videoclipe também espelha o que acontece, fala do cotidiano, mostra o contexto histórico que está inserido. Ele representa a transformação nos modos de consumo de

---

<sup>31</sup> MACHADO, Arlindo. A arte do vídeo. São Paulo: Brasiliense, 1997, p.169.

<sup>32</sup> Idem, p.173.

<sup>33</sup> BRANDINI, Valéria. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006, p.04.

<sup>34</sup> SOARES, Thiago. Videoclipe: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004, p.68.



música: música para ouvir e, também, para ver, o que evidencia a tendência contemporânea de que a cultura contemporânea é extremamente calcada na conjugação do som e da imagem. E estas transformações no modo de consumo da música são atualizadas pela transformação constante das tecnologias de produção e circulação de bens simbólicos. Da TV aberta aos canais pagos, do videocassete ao aparelho de dvd, a transformação dos modos de consumo se altera novamente com o advento da internet. A circulação e o consumo se redefinem pela atualização do pensamento midiático contemporâneo que inclui o uso de sites como YouTube e Videogoogle, e ainda o uso de celulares.

### Referencias Bibliográficas

- CANCLINI, Néstor Garcia. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CARVALHO, Maria Cecília M. de. *Construindo o saber*. Campinas: Papirus, 2002.
- CHALHUB, Samira. *Funções da linguagem*. São Paulo: Ática, 2001.
- CUNHA, Euclides da. *Os Sertões*. Rio de Janeiro: Publifolha, 2000, p. 03-56.
- EISENSTEIN, Sergei. *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002, p. 79-88.
- FURASTÈ, Pedro Augusto. *Normas técnicas para o trabalho científico: elaboração e formatação*. Porto Alegre, 2006, 14ª edição.
- GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica – Cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes. 1996, p. 45-69.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru – SP: Edusc, 2001, p. 335-375.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 2001.
- MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1997, p.166-175.
- MOURA, Edgar. *50 anos, luz, câmera e ação*. São Paulo: Senac, 1999.
- PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana. *Admirável mundo MTV Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2006.
- PLAZA, Julio. *Tradução intersemiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- RUDIO, Franz Victor. *Introdução ao projeto de pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- SOARES, Thiago. *Videoclipe: o elogio da desarmonia*. Recife: Livro Rápido, 2004.
- VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise fílmica*. Campinas: Papiros, 2002.
- WATTS, Harris. *Direção de Câmera*. São Paulo: Summuns, 1999.



JANOTTI, Jeder S.Júnior. *O videoclipe como forma de experiência estética na comunicação contemporânea*. In: MATTOS, Sérgio (organizador). *A televisão e as Políticas Regionais de Comunicação*. Salvador - São Paulo: Edições Ianamá, 1997.

BARRETO, Jorge Lima. *Música & Mass Media*. Disponível em: [www.culturgest.pt/docs/mmm-180106.pdf](http://www.culturgest.pt/docs/mmm-180106.pdf)

BRYAN, Guilherme. *Música: 30 anos num clipe*. Folha de S. Paulo de 31/10/05. \_\_\_\_\_ *Bohemian Rhapsody – o primeiro clipe permanece original*. Artigo publicado dia 15/03/2004 na coluna De olho no clipe, site da MTV Brasil.

\_\_\_\_\_ *Segue o Seco da Marisa Monte – a fotografia brilhante da seca brasileira*. Publicado dia 19/10/2004 na coluna De olho no clipe, site da MTV Brasil.

CARVALHO, Claudiane de Oliveira. *Narratividade em videoclipe: a articulação entre música e imagem*. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa. Rio de Janeiro: XXVIII Intercom, 2005.

COELHO, Lílian Reichert. *As relações entre canção, imagem e narrativa nos videoclipes*. Belo Horizonte: XXVI Intercom, 2003.

COSTA, Fernando Morais da. *A inserção do som no cinema*. 1º Encontro da Rede Alfredo de Carvalho. Rio de Janeiro, 2003.

JESUS, Eduardo de. *Circuito de exibição e hibridismo – o videoclipe em expansão*. Porto Alegre: XXVII Intercom, 2004.

COLLETT-WHITE, MIKE. Agência de Notícias Reuters, *Canais de videoclipe lutam para sobreviver na era da internet*, matéria publicada dia 28/07/2006, UOL música.

LIZ, Mara. *Mamy scopitone – A pré-história do videoclipe*, artigo publicado dia 02/02/2006 na Coluna Paris à Go Go, site da MTV Brasil.

SINHORINI, Marina Castellan. *Os limites e as pretensões de um videoclipe*. Artigo publicado dia 10/02/2006, site Rabisco.

SOARES, Thiago. *O videoclipe remix*. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa. Rio de Janeiro: XXVIII Intercom, 2005.

\_\_\_\_\_ *Videoclipe e estética do documentário*. Artigos Acadêmicos Google. Disponível em: [www.googl.com.br](http://www.googl.com.br)

\_\_\_\_\_ *Dez videoclipes que você precisa conhecer*. Artigos Acadêmicos Google. Disponível em: [www.google.com.br](http://www.google.com.br)

\_\_\_\_\_ *É preciso dar som ao videoclipe*. Artigos Acadêmicos Google. Disponível em: [www.google.com.br](http://www.google.com.br)

\_\_\_\_\_ *As tipologias do videoclipe*. Artigos Acadêmicos Google. Disponível em: [www.google.com.br](http://www.google.com.br)

SILVA, Adriana Ferreira. *Artistas passam a criar de olho no YouTube*. Matéria publicada dia 13/08/06 na Folha de S. Paulo (on line), da reportagem local. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/inde13082006.htm>

VERÍSSIMO, Rafael. *Videoclipes e MTV ajudam a compreender a geração jovem dos anos 90 e a atual*. Artigo publicado dia 10/02/2006. Agência USP de Notícias.