# Excesso, esquizofrenia, fragmentação e outros contos: a história social de surgimento do videoclipe[1]

*Ariane Holzbach*

## Introdução

O videoclipe é um audiovisual injustiçado. Apesar de fazer parte da cultura do entretenimento mundial há mais de 30 anos, ainda são poucos os estudos que se dedicam a ele. É verdade que há alguns anos, novos pesquisadores vêm demonstrando tentativas de tentar compreender esse gênero audiovisual, mas ainda contemplando poucas perspectivas. Alguns pesquisadores se concentram em aspectos relacionados à linguagem do videoclipe (Machado, 2000; Soares, 2004), outros se dedicam a entender o videoclipe no contexto da música massiva (Goodwin, 1992) e ainda outros analisam a estrutura do videoclipe e tentam encaixar seus elementos no mundo contemporâneo (Kaplan, 1992; Prysthon, 2004). Há, também, alguns estudos que procuram entender o papel cultural da MTV, a maior vitrine do videoclipe durante o seu período de solidificação (Lusvarghi, 2007; Kaplan, 2002), que problematizam a narratividade do videoclipe (Carvalho, 2006), que discutem noções de autoria no videoclipe (Barreto, 2010) e que procuram criar uma tipologia de análise do videoclipe, como propõem Barreto (2005) e Thiago Soares (2004). É interessante e sintomático observar, todavia, que praticamente nenhum estudo acerca do videoclipe se detém prioritariamente em um aspecto imprescindível para compreender o papel dele na cultura midiática contemporânea: a sua história.

A história "oficial" de surgimento do videoclipe, na verdade, é velha conhecida dos que se debruçam sobre ele, mas a maneira como ela é narrada pouco oferece para verdadeiramente se compreender o papel do videoclipe no audiovisual, na música popular massiva e na cultura do entretenimento de maneira geral. Quando se põem a narrar a história do videoclipe, a maior parte das pesquisas apenas descreve o surgimento e consolidação do gênero de forma cronológica, linear e com pouca problematização provavelmente porque em geral não se tem a historicidade como foco. Quando narram a história do videoclipe, os autores costumam seguir um roteiro comum. Primeiramente, apontam-se as principais tecnologias que possibilitaram o surgimento do videoclipe (cinema, scopitone, televisão, vídeo, fonógrafo, disco etc.) bem como seu contexto histórico de surgimento. Em seguida, analisam-se a importância do rock, surgido nos anos 1950, e do surgimento de algumas experiências estéticas que se aproximam do videoclipe, como alguns filmes dos Beatles. Posteriormente, analisa-se o surgimento de novas experiências com vídeo, a exemplo da videoarte, responsável por importantes doses de experimentação que o videoclipe vai absorver, bem como a crescente importância da indústria fonográfica na indústria cultural. Nessa etapa, costuma-se analisar alguns vídeos, como *Bohemian Rhapsody,* da banda britânica Queen, lançado em 1975 e considerado o primeiro trabalho que verdadeiramente pode ser chamado de videoclipe, para então se analisar o surgimento e consolidação da MTV no mundo todo a partir de 1981. Com o crescimento da MTV ao redor do mundo e surgimento de videoclipes de grandes artistas como Michael Jackson e Madonna, considera-se que o videoclipe finalmente se torna adulto e passa, com isso, a de fato fazer parte da cultura do entretenimento.

Apesar da importância óbvia dessas informações para compreensão do videoclipe enquanto gênero audiovisual, diversos elementos que complexificam questões relacionadas ao surgimento e desenvolvimento do videoclipe ficam de fora dessa narrativa. Por exemplo, Goodwin (1992), Kaplan (1992), Machado (2000), Soares (2004) e Barreto (2005) afirmam que o videoclipe se consolidou sendo um gênero televisivo. Mas esses mesmos estudos não se perguntam por que o videoclipe foi para a televisão e não, por exemplo, para o cinema, visto que em princípio a experiência imersiva possibilitada pelo cinema, como lembra Raymond Williams (1975) é bem maior que a oferecida pela televisão e, portanto, ofereceria uma experiência mais marcante para o espectador, o que acarretaria, em última análise, em uma maior chance de venda de discos. Além disso, desde que o cinema se consolidou, a música e

os músicos têm espaço significativo na grande tela, haja vista, por exemplo, a importância dos musicais e do rock para a história do cinema. Barreto chega a citar algumas experiências de vídeos musicais veiculados nas salas de cinema, os *short films*, e afirma que em função da Segunda Guerra Mundial e por uma questão orçamentária – vídeos musicais televisivos eram mais baratos que os cinematográficos – os *short films* perderam espaço. Mesmo assim, permanece a pergunta: se um formato não deu certo no cinema, por que um de seus derivados deu certo na televisão?

Outro elemento vinculado ao videoclipe pouco problematizado diz respeito à sua narrativa singular. Como bem pontua Lilian Coelho (2003: 1), costuma-se afirmar que o videoclipe é dotado de uma narrativa fragmentada e "é comumente reduzido a um disparatado arranjo de imagens desconexas cuja razão de ser reside exclusivamente no apelo sensorial". O trabalho da autora mostra que o videoclipe está longe de ter uma narrativa pautada na "esquizofrenia" e na colagem gratuita de imagens, mas tem uma narrativa constantemente presente. Outros trabalhos, como o de Carvalho (2006) também mostram que a narrativa é uma peça fundamental para a lógica do videoclipe. Contudo, essas pesquisas não têm como finalidade saber *por que* a falta de sentido narrativo costuma ser relacionada ao videoclipe.

Assim, cria-se uma enorme lacuna nos estudos sobre o gênero que impede que se compreenda como o videoclipe dialoga com seus dois principais alicerces: os outros audiovisuais, entre eles o cinema e principalmente a televisão, e com a música popular massiva. Além disso, a falta de uma historicidade que encaixe o videoclipe em um contexto cultural mais amplo isola esse audiovisual em um campo de análise exclusivista que dificulta o seu próprio crescimento como campo de estudo. Andrew Goodwin (1992) já havia percebido a existência de várias lacunas nos estudos sobre videoclipe quando apontou, com propriedade, que os estudos do videoclipe raramente levam em conta um de seus elementos mais importantes – a música – para se concentrar apenas nos aspectos imagéticos desse audiovisual. Ao fazer essa afirmação, o autor faz uma crítica explícita a Ann Kaplan, que em alguns estudos apontou o videoclipe como a "síntese" do pós-modernismo por causa da linguagem imagética normalmente acelerada, excessivamente fragmentada e com narrativa não-linear que os videoclipes veiculados pela MTV dos anos 1980 ajudaram a consolidar. Mas a observação de Goodwin ajuda a perceber a necessidade de se conhecer de fato as apropriações que o gênero vem fazendo há mais de 30 anos.

Este artigo, portanto, visa a preencher parte dessa lacuna e vai se concentrar na história de surgimento do videoclipe, mas tentando ir além do que a nar-

rativa tradicional já descreveu. Para tanto, o artigo tenta entender melhor o contexto de surgimento do videoclipe, analisando, em um primeiro momento, a sua consolidação como gênero televisivo e a estruturação de uma linguagem "excessiva". Posteriormente, serão analisadas duas das principais características estruturais do videoclipe: a sincronização da música com a imagem e a narrativa singular adotada por ele desde seu cerne. O objetivo deste artigo não é ser totalizante, visto que as questões levantadas são muito mais amplas e complexas do que o espaço permite e mesmo do que um único pesquisador é capaz de levantar. A intenção é apenas incentivar uma discussão necessária para que se possa entender melhor as características e o papel do videoclipe no mundo.

**Videoclipe, televisão e excesso**

Apesar de ter se tornado um produto de massa apenas a partir da década de 1980, é importante inserir o videoclipe em um contexto anterior, quando novas formas de comportamento social começaram a surgir, preparando os indivíduos para o aparente excesso informacional que estrutura o videoclipe desde seu cerne. Autores como Ben Singer e Richard Sennett lembram que a virada do século XIX para o XX foi marcada por uma mudança radical na paisagem urbana do Ocidente que modificou, sobretudo, a experiência sensorial dos indivíduos. Singer (2001), em particular, afirma que com o surgimento de diversos aparatos tecnológicos que encurtaram distâncias (bonde), modificaram a rotina das famílias (energia elétrica), mudaram a comunicação interpessoal (telefone), entre outros, provocaram um "hiperestímulo", ou seja, um excesso de novas sensorialidades que em muitos casos chegava a ser insuportável. O autor analisa textos e imagens da imprensa da época para mostrar como o excesso de novos estímulos criou no imaginário social a ideia de que a cidade é um lugar caótico, amedrontador e abarrotado de informações.

Richard Sennett (1977), por sua vez, afirma que esse período histórico trouxe novos paradigmas sociais. O crescimento populacional concentrado principalmente nos grandes centros urbanos, o aumento da expectativa de vida e a imigração de jovens e solteiros solitários para cidades como Paris, Londres e Chicago incentivaram o surgimento de novas formas de comércio, novas formas de consumo e um novo comportamento humano pautado especialmente na individualização, causando uma crise ou um declínio na importância social do espaço público. O interior das casas, que protege os indivíduos do

caos do mundo exterior, e a intimidade passam a ser vistos como elementos sociais fundamentais. Nesse sentido, as tecnologias de comunicação como cinema, rádio e televisão vão intensificar essas novas experiências e ajudar a modificar a relação dos indivíduos com o ambiente e auxiliá-los, simultaneamente, a encarar esse novo mundo. A televisão, em particular, supre parte dessa necessidade social de individualização e vai oferecer entretenimento e informação no interior das residências, ou seja, longe do caos urbano.

Apesar de ter surgido apenas entre as décadas de 1920 e 1940, a televisão tem uma história cultural que antecede o surgimento do seu suporte e, também, do seu conteúdo. Raymond Williams (1975), um dos mais importantes pensadores da televisão *broadcasting*, afirma que a imagem em movimento feita a partir da tecnologia do tubo de imagem foi apenas a conclusão de uma história pouco documentada, mas fundamental para entender os rumos que a televisão tomou como meio noticioso e de entretenimento. Para ele, a necessidade de se ter televisão se evidenciou na segunda metade do século XIX, quando importantes acontecimentos sociais, dentre os quais aqueles narrados por Sennett e Singer, mudaram a forma de as pessoas encararem o mundo ao seu redor. Dentre esses acontecimentos, três são particularmente importantes: a necessidade de individualizar experiências anteriormente coletivas, problemas de transporte em um mundo afetado pelo crescimento populacional descontrolado e pelos veículos motorizados e, finalmente, a tendência em levar para dentro de casa a experiência de entretenimento consolidada pelo cinema e, anteriormente, pelo teatro.

Ainda no que concerne às novas experiências sensoriais consolidadas a partir do século XIX, há ainda uma em especial enfatizada no século XX e que vem ganhando novo fôlego neste início de século XXI: as novas audibilidades que surgem nos centros urbanos especialmente a partir do surgimento das várias tecnologias da comunicação e da maior industrialização do mundo. Pereira, Castanheira e Sarpa (2010) destacam que uma das mais importantes consequências ocasionadas a partir das mudanças sociais consolidadas no século XIX diz respeito às novas formas de percepção dos sons que vêm mudando a própria definição do conceito de música. Conceitos como os de ruído e de instrumento musical sofrem uma problematização com o surgimento, por exemplo, do movimento noise[2] e da música eletrônica. As novas sonoridades vindas de carros motorizados, máquinas e novos instrumentos musicais, como a guitarra elétrica[3], vão mudando a paisagem sonora de forma que a vida social acaba sempre, em alguma medida, preenchida por

novas sonoridades. O "excesso" sonoro, assim, passa a integrar a vida social.

Todo esse cenário de mudanças tecnológicas e culturais mostra que o início do século XX vai assistir à consolidação de alguns dos elementos a partir dos quais o videoclipe vai se estruturar mais adiante: o excesso de informação oferecendo múltiplas experiências sensoriais, tanto no campo sonoro quanto visual, e a experiência de consumo íntima e individualizada de entretenimento hegemonizada pela televisão.

O excesso de informação que estrutura o videoclipe é praticamente um consenso entre os estudiosos do campo, embora normalmente esse excesso seja atribuído apenas à edição rápida e fragmentada das imagens, feita muitas vezes com cortes bruscos e acelerados. Thiago Soares (2004) sintetiza essa ideia de excesso e fragmentação ao intitular seu livro *Videoclipe, o elogio da desarmonia*, numa alusão ao aparente uso desorganizado e aleatório dos elementos constituintes do videoclipe. O autor lembra que a palavra "clipe", que em muitos casos serve de sinônimo para "videoclipe", dá ideia de pinça, corte, seleção, como se as imagens do videoclipe fossem "pinçadas" e posteriormente reunidas para transmitirem a imagem ideal do músico. Ocorre que como bem pontuam alguns estudiosos recentes do videoclipe, como o próprio Soares e como Barreto (2010), a música é um elemento tão fundamental quanto as imagens referentes a ela no videoclipe. Sendo assim, os cortes fragmentados e acelerados, a edição rápida e o excesso imagético só são possíveis porque como estrutura, o videoclipe utiliza a edição das imagens de forma a seguir o ritmo musical. As batidas da música, a regularidade com que a estrutura da letra aparece (quantidade de refrão, o tempo da introdução, o tamanho e a quantidade das estrofes etc.) e o tempo musical são essenciais para a criação e edição das imagens. Dessa perspectiva, a imagem é submissa à música e seu uso "excessivo" só é possível porque, culturalmente, a "descrição" das músicas no videoclipe se dá a partir do excesso imagético. A questão que se coloca aqui é entender por que, em determinando momento do século XX, começou-se a descrever determinados tipos de música através de imagens. É o que se pretende discutir a seguir.

## Videoclipe e a sincronização da música com a imagem

Sabe-se que as tecnologias de reprodução visual e as de reprodução sonora foram criadas separadamente. De um lado, a fotografia e o cinema surgiram para gravar imagens estáticas ou em movimento. De outro, o fonógrafo,

o gramofone e o vinil tinham como função principal reproduzir os sons, particularmente o que a cultura do início do século XX considerava música. Contudo, é interessante observar que em pouco tempo o que essas tecnologias reproduziam – a música e a imagem – passaram a ser usadas em conjunto, transformando-se em elementos complementares no audiovisual. O cinema, nesse contexto, foi a primeira tecnologia a unir o som com a imagem. Como afirma Tony Berchmans (2006), apesar de mudo, o cinema já nasceu atrelado à música. Quando esse gênero ainda dava seus primeiros passos, rapidamente descobriu-se a necessidade de orquestras ou músicos ao vivo "completarem" a experiência visual fazendo performances musicais enquanto o filme se desenvolvia. O autor descreve que a partir de 1914 grandes cinemas contratavam orquestras para acompanhar as sessões noturnas de filmes. Compositores famosos de trilhas sonoras como Max Steiner, compositor da música da primeira versão de *King Kong* (1933), trabalharam como regentes de orquestras do cinema mudo antes de se especializarem na produção de trilhas sonoras. A harmonia entre música e imagem no cinema era tão intensa que rapidamente, quando o cinema tinha pouco mais de 30 anos, em 1927, uma experiência de união de som e imagem transformou para sempre a sétima arte: considerado o primeiro filme falado da história, *The Jazz Singer* era lançado nas telas de cinema[4]. Como o próprio título leva a crer, o filme não apenas traz diálogos sincronizados como tem na música um elemento importante da história. É claro que a elaboração de um filme musical facilita a sincronização sonora e imagética, mas não deixa de ser sintomático o primeiro filme a usar a sincronização ter como protagonista um cantor de música popular.

É interessante destacar que essa intensa união entre música e imagem, que vem desde o surgimento do cinema, não é um uso dado a partir das possibilidades da tecnologia, e sim um uso transformado pelas necessidades sociais. Afinal, a sincronização até hoje, no cinema, é bastante complexa e requer uma pós-produção. Filmes de grande orçamento normalmente fazem primeiramente a captação das imagens e só posteriormente inserem o som, incluindo a trilha sonora e os diálogos dos personagens. No videoclipe, a pós-produção para criar a sincronização é uma regra desde seu surgimento. A união desses elementos por meio da tecnologia certamente tem várias causas, e aqui serão destacadas algumas delas.

Sabe-se que em muitos aspectos a estrutura física dos cinemas é inspirada no teatro, a forma cultural que por vários séculos foi hegemônica no Ocidente. E o teatro sempre utilizou, além da imagem dos artistas, vários

recursos sonoros – além das vozes – para contar suas histórias. Filipe Salles (2002) lembra que na obra *Poética*, Aristóteles define a "melopeia" – arte de acompanhar com música uma récita qualquer – como um dos elementos constitutivos da tragédia grega, reforçando que a necessidade de se contar histórias usando música com imagem é milenar. A estrutura das primeiras trilhas sonoras, inclusive, foi bastante inspirada nas óperas (Berchmans, 2006), um gênero artístico extremamente musical. O audiovisual, portanto, adaptou em seu meio uma característica social consolidada.

O videoclipe é devoto da sincronização inventada no cinema e da importância da música vinda com a invenção da sétima arte, mas não utiliza a sincronização como os filmes cinematográficos. Isso porque em geral, no cinema, a imagem e a história são protagonistas, enquanto à música cabe um papel secundário, de complementação: "ela [a música no filme] deve auxiliar a narrativa, seus personagens, seu ritmo, suas texturas, sua linguagem, seus requisitos dramáticos" (Berchmans, 2006: 20). Ao contrário do que ocorre normalmente em outros audiovisuais, não é possível conceber o videoclipe sem música, até porque ela necessariamente o precede. Se nos filmes a música é um elemento secundário, que serve para intensificar o significado das imagens, no videoclipe ambos são necessariamente interdependentes[5].

Esse tipo de sincronização que transforma música e imagens em elementos interdependentes começou logo que as tecnologias possibilitaram essa união, novamente mostrando as necessidades sociais por trás de cada nova invenção tecnológica. A partir dos anos 1920, alguns artistas passaram a fazer experiências usando as tecnologias áudio e visuais. Nesse período, pode-se destacar o trabalho de Oskar Fischinger[6], artista alemão que desenvolveu diversas experiências com animação no audiovisual. Dentre sua extensa obra, que conta com trabalhos para a Paramount e para a Walt Disney, Fischinger criou vários curtas-metragens abstratos que visavam a transformar músicas instrumentais em imagens concretas. Ele se inspirou no pensamento budista para afirmar que "todas as coisas têm um som, mesmo que a gente comumente não ouça" (Moritz, 2004: 78). Com isso em mente, suas obras audiovisuais, chamadas por ele de *Visual Music films*, foram criadas a partir de músicas pré-existentes e seguindo as suas características. Se, por exemplo, a música fosse acelerada, as imagens se movimentavam ou modificavam sua forma rapidamente; se, ao contrário, a música fosse lenta, as imagens também se desenvolviam lentamente. O que mais chama atenção no trabalho de Fischinger no que concerne ao videoclipe é que suas experiências em geral tentavam dar formas geométricas

e cores específicas (quando já era possível fazer filmes coloridos) para cada instrumento musical sem, contudo, se preocupar em formar uma narrativa clássica. As imagens simplesmente aparecem e desaparecem ao som da música, sem contar uma história. Trata-se, notoriamente, de uma alternativa ao audiovisual que se desenvolvia no cinema e uma experiência nova de uso da música e da imagem que vai, inclusive, encontrar um amplo espaço na videoarte a partir dos anos 1960. Mas é, sobretudo, um gênero artístico que começa a evidenciar uma das principais características do videoclipe: a despreocupação em seguir a narrativa clássica.

**Videoclipe e narrativa**

Como afirmado no início deste trabalho, a não-linearidade narrativa é uma importante característica do videoclipe e vários estudos já apontaram isso. Em geral, como fazem Coelho (2003) e Carvalho (2006), os estudos analisam os vários tipos de narrativas presentes no videoclipe numa tentativa de evitar que o gênero seja visto como um audiovisual desprovido de sentido. Em muitos casos, afirma-se que há vários videoclipes que seguem a narrativa clássica ou boa parte dela, como se a linearidade narrativa fosse sinônimo de inteligibilidade. Ocorre que, como bem pontua Vernallis (2007), a descontinuidade do videoclipe é, na verdade, uma de suas características estruturais mais importantes, e é ela uma das grandes responsáveis para que o gênero seja reconhecido enquanto tal. Indo além, a autora afirma que a descontinuidade narrativa das imagens do videoclipe pode servir para que a atenção recaia sobre a música, ou seja, ela teria uma função estrutural intrínseca ao gênero relacionada à música que lhe deu origem.

Ainda quando Oskar Fischinger e vários outros artistas inseriam no imaginário social a ideia de que músicas poderiam ter imagens, a partir dos anos 1930 novas experiências se aproximaram ainda mais da narrativa singular que o videoclipe vai apresentar. Primeiramente, como afirma Rodrigo Barreto (1930) os *short films*, pequenas filmagens de três a oito minutos feitas em estúdio e com a presença do cantor, oferecem uma forma diferente de consumo musical: aliando-a ao cinema, já que os *short films* eram veiculados antes dos filmes. O formato chegou a veicular apresentações de cantores como Billie Holiday e Bing Crosby, mas a partir da Segunda Guerra Mundial, deixou de ser produzido. Amy Herzog (2007), por sua vez, lembra que a *Panoram Soundie*, também chamada apenas de *soundie*, pode ser considerada uma das primeiras

experiências audiovisuais de massa em que uma música recebia imagens e, mais do que isso, o intérprete da canção se apresentava enquanto tal. Durante sete anos, a Sounding Distributing Corporation distribuiu cerca de duas mil cabines musicais em bares, estações de trem e outros pontos públicos dos Estados Unidos nos quais o usuário depositava 10 centavos de dólar e assistia à apresentação de algum artista e de sua música através de uma tela. Os vídeos tinham poucos minutos de duração e abarcavam uma grande variedade de gêneros musicais que iam desde *swing*, baladas românticas e música *country* até cantores de *jazz*, havaianos e latinos. Ao contrário do que ocorria com outras *jukebox*, ao colocar a moeda na *soundie*, o usuário não escolhia a música que queria ouvir; isso ficava a cargo da própria máquina, que veiculava os vídeos em *looping* ou, deslocando a expressão de Raymond Williams da televisão para as *soundies*, em fluxo. Esse tipo de consumo de vídeos musicais é bastante parecido ao que se viu na televisão, uma vez que nos anos 1980 e 1990 o telespectador praticamente não tinha autonomia para escolher o videoclipe da programação televisiva, e este era veiculado num fluxo contínuo.

Em geral, o conteúdo veiculado nas *soundies* se limitava a performances simples do cantor ambientadas em cenários com poucos detalhes e, com o início da Segunda Guerra Mundial, conflitos com união de músicos e concorrência com outras formas musicadas de entretenimento, a experiência não se sustentou. Mas o seu razoável sucesso demonstra que já estava enraizada socialmente uma nova experiência de consumo musical complementada pelo audiovisual, e isso pelo menos 10 anos antes da televisão começar a se tornar hegemônica. Se com os *short films* o espectador era levado a consumi-los se quisesse assistir ao filme, as *soundies* possibilitaram um consumo espontâneo por parte do consumidor. Além disso, em termos de linguagem, as *soundies* incentivaram uma forma bastante específica de "descrição" musical: a maior parte dos vídeos narra a canção e o artista aparece dublando e interpretando o que a letra diz[7], um elemento extremamente comum das narrativas dos videoclipes contemporâneos. Nas *soundies*, o artista é o foco da câmera e não há necessidade de seguir a narrativa clássica. Com isso, o ouvinte podia ter uma experiência ampliada em relação ao que as rádios e os vinis ofereciam, visto que o artista aparecia em ação.

Como afirmam Barreto e Herzog, o advento da Segunda Guerra Mundial e o aparecimento da televisão foram cruciais para o desaparecimento dessas experiências. Todavia, tendo em vista que outros formatos de entretenimen-

to musical e audiovisual, como o rádio e o cinema, continuaram mesmo no período pós-guerra e durante o crescimento da televisão, propõem-se ampliar essa justificativa. Em que medida, nesse sentido, a televisão de fato "roubou" o espaço de formatos como *soundies* e *short films*?

Norma Coates (2007) analisa a consolidação do rock como fenômeno cultural e a importância que a televisão teve nesse contexto. De acordo com a autora, logo que a televisão começou a ser considerada uma tecnologia relevante de comunicação, ou seja, bastante vendável, os programas de auditório se instalaram e obtiveram muito sucesso. Ela lembra que o dia 6 de janeiro de 1957, quando Elvis Presley se apresentou pela terceira vez no antológico *The Ed Sullivan Show*, é considerado o nascimento do rock na televisão mundial. A partir desse período, a música popular massiva, liderada pelo rock, começou a ser exaustivamente veiculada na televisão, e isso teve um enorme impacto no crescimento do rock, que dava seus primeiros passos, e da música massiva em geral. A presença de artistas de rock nos programas televisivos ocorreu, ainda de acordo com Coates, devido à enorme aceitação do público para com esses artistas, sobretudo do público adolescente. Tanto que o próprio Ed Sullivan não gostava de Elvis e chegou a afirmar publicamente que jamais convidaria o cantor "imoral" para seus palcos. Isso até ver sua audiência migrar para o concorrente *The Steve Allen Show* quando Elvis se apresentou ali e ajudou o programa a ficar em primeiro lugar na audiência.

O sucesso da união entre televisão e rock firmou um pacto simbólico entre as gravadoras e as emissoras de televisão. Se a audiência era significativa, ambas as instituições ganhavam com isso. E se até o momento os formatos de vídeos musicais estavam apenas sendo testados, na televisão o teste se mostrou mais do que eficaz. E essa aceitação tem menos relação com a tecnologia e mais com a aceitação do público, que finalmente encontrou um formato de exposição de seus artistas preferidos que poderia ser consumido no conforto do lar e de forma gratuita. As apresentações dos grupos de rock na televisão foram muito importantes para que o público se acostumasse a consumir música pela televisão, o que foi essencial para a consolidação do videoclipe anos mais tarde. Além disso, outro elemento pode ser adicionado à linguagem que o videoclipe vai incorporar a partir das apresentações desses artistas nos programas de auditório: o *close* de câmera com destaque para o vocalista e para os demais integrantes das bandas. Coates afirma que quando Elvis começou a se apresentar na televisão, Ed Sullivan ficou tão chocado com o excesso de rebolado do cantor que

obrigou seus cinegrafistas a filmarem sua performance apenas da cintura para cima, numa tentativa de "proteger" as famílias norte-americanas do apelo sexual de Elvis. Com isso, percebe-se que em várias apresentações, as câmeras focam demoradamente o rosto do vocalista ou a performance de bateristas e guitarristas, recurso que se tornou comum não apenas nas apresentações de músicos na televisão, mas principalmente nos videoclipes[8].

Com a consolidação da música na televisão, ainda houve tentativas de transformar os vídeos musicais em algo a ser contemplado coletivamente em ambientes públicos. Nos anos 1960, por exemplo, nasceram as *scopitones*. De fabricação francesa, cada uma dessas máquinas abrigava 36 títulos de vídeos filmados em 16 mm. A estética dos vídeos, bem mais complexa que a das *soundies*, tem vários elementos que o videoclipe vai absorver, como a presença constante de coreografias e o artista encarando a câmera, ou seja, o espectador. Em 1964, descreve Herzog (2007), a empresa Chicago Tel-A-Sign começou a fabricar *scopitones* em solo norte-americano. Apesar desse investimento, contudo, a experiência não se mostrou eficaz e, no final da década de 1960, elas já não faziam mais sucesso. Até hoje, os videoclipes são consumidos em bares, festas, casas noturnas e outros ambientes exteriores às residências, mas é interessante observar que esses usos não se tornaram hegemônicos[9].

## Considerações finais

O videoclipe é um dos audiovisuais mais intrigantes da atualidade. Isso ocorre não porque ele seja "melhor" ou "pior" que outros produtos culturais, e sim porque quando se comparam os estudos desse audiovisual com outros, como o cinema e o vídeo, percebe-se que, embora proeminentes, ainda são tímidos os estudos que se dedicam prioritariamente ao videoclipe, e isso faz com que pouco se conheça dele. Essa falta de pesquisa talvez tenha como principal consequência o surgimento de juízos de valor que transformam o videoclipe em um produto audiovisual limitado, "esquizofrênico" e desprovido de sentido. Muitas vezes seus elementos mais importantes e que o transformam em um produto único são considerados "defeitos", pouco auxiliando para compreensão do videoclipe na cultura contemporânea.

Este artigo tentou ir de encontro a essa ideia e, para isso, fez uma análise social de surgimento de algumas das principais características que moldaram o videoclipe antes de seu surgimento oficial, em meados da década de 1970. Foi possível perceber que a estrutura desse audiovisual está intrinsecamente

ligada ao desenvolvimento social que começou a se consolidar no século XIX, com destaque para as novas sonoridades e sensorialidades que afloraram nesse período. As novas experiências e necessidades sociais ajudaram a fazer do videoclipe um produto permeado pelo "excesso" imagético, que encontrou na televisão um ambiente propício, rapidamente aceito. Além disso, esse novo ambiente possibilitou que o videoclipe se consolidasse como um audiovisual de narrativa singular – comumente tida como "fragmentada", "acelerada" – e que utiliza o som e a imagem de forma bastante particular, sem hierarquizar nenhum dos dois elementos.

## Notas

1. Parte do artigo foi apresentada no GP Televisão e Vídeo do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2. Segundo os autores (2010: 4): "normalmente engloba-se sob o termo uma série de subgêneros musicais como o noise japonês, o *power electronics*, a primeira onda do movimento industrial, o harsh noise, dentre outros. (...) Embora tais gêneros possuam características que os distinguem, em todos encontramos um mesmo modelo de abordagem sonora, visando atingir o corpo em seus limites de suportabilidade a estímulos auditivos".

3. Rebecca Mcswain (2002) analisa detalhadamente o surgimento e a importância da guitarra elétrica para a música do século XX afirmando que em pouquíssimo tempo (cerca de 20 anos) a guitarra elétrica se tornou elemento fundamental da música pop, especialmente nos Estados Unidos, onde floresceu, e trouxe uma nova sonoridade à música, ajudando a mudar a cultura musical mundial.

4. Dirigido por Alan Crosland e interpretado por Al Johnson, uma estrela da comédia e da música da época, o filme narra a vida de Jakie Rabinowitz, que vai de encontro às tradições de sua família judia e cai no mundo em busca do sonho de ser um famoso cantor de *jazz*.

5. Neste artigo, o cinema é tratado de maneira generalizada e ampla, visto que em alguns de seus gêneros, como os musicais, a música é essencial para transmissão de significado, como ocorre com o videoclipe (Allan, 1990).

6. Algumas de suas principais obras podem ser conhecidas no endereço http://www.oskarfischinger.org/. Acessado em março de 2014.

7. Veja-se, por exemplo, a performance de *Clink! Clink! Another Drink!*, (1942) de Spike Jones and His City Slickers. O vídeo pode ser visto no endereço http://www.youtube.com/watch?v=ijnfdLFhn2o. Acessado em março de 2014.

8. Não se está afirmando que os programas de auditório são os únicos responsáveis pela utilização desses recursos de câmera. Contudo, levando em conta a harmonia entre rock e televisão que está sendo descrita, é possível sugerir que o uso desses recursos na televisão ajudou de forma mais significativa a impulsionar o seu uso nos videoclipes.

9. Atualmente, o consumo dos videoclipes vem sendo reconfigurado, sobretudo em função das novas tecnologias (internet, celular com televisão etc.). Este artigo, contudo, não contempla o sistema contemporâneo de produção e consumo de videoclipes.

**Referências**

ALLAN, Blaine. Musical Cinema, Music Video, Music Television. In: *Film Quartely,* v. 43, n. 3, 1990, p. 2-14.

BARRETO, Rodrigo Ribeiro. *A fabricação do ídolo pop: análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna.* Dissertação de mestrado. UFBA, 2005.

_____. Do contexto produtivo às obras: autoria, campo e estilos nos videoclipes. In: SERAFIM, José Francisco (Org.). *Autor e autoria no cinema e na televisão*. Salvador: EDUFBA, 2009.

BERCHMANS, Tony. *A música do filme: tudo o que você gostaria de saber sobre a música de cinema*. São Paulo: Escritura Editora, 2006.

CARVALHO, Claudine de Oliveira. *Narratividade videoclipe: interação entre música e imagem nas três versões audiovisuais da canção "One", do U2*. Dissertação de mestrado. UFBA, 2006.

COATES, Norma. Elvis from the waist up and other myths: 1950´s music television and the gendering of rock discourse. In: BEEBE, Roger e MIDDLETON, Jason (Orgs.). *Medium Cool: music videos from soundies to cellphones.* Duke University Press, 2007.

COELHO, Lilian Reichert. *As relações entre canção, imagem e narrativa nos videoclipes.* XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

GOODWIN, Andrew. *Dancing in the distraction factory*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

HERZOG, Amy. Illustrating music: the impossible embodiments of the jukebox film. In: BEEBE, Roger e MIDDLETON, Jason (Orgs.). *Medium Cool: music videos from soundies to cellphones*. Duke University Press, 2007.

KAPLAN, E. Ann. Feminismo/Édipo/Pós-modernismo: o caso da MTV. In: KAPLAN, E. Ann (Org.). *O mal estar no pós-modernismo: teorias, práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

LUSVARGHI, Luiza. *De MTV a Emetevê. Pós-modernidade e cultura mcworld na televisão brasileira*. São Paulo: Editora de Cultura, 2007.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

MCSWAIN, Rebecca. The Social Reconstruction of a reverse salient in electric guitar technology: noise, the solid body, and Jimi Hendrix. In: BRAUN, Hans-Joachim (Org.). *Music and technology in the twentieth century. Baltimore and London*. John Hopkins Univ. Press, 2002.

MORITZ, William. *Optical Poetry: The Life and Work of Oskar Fischinger.* Indiana University Press, 2004.

PRYSTHON, Ângela. *O videoclipe, ou a forma cultural do pós-modernismo*. In:

SOARES, Thiago (Org.). *Videoclipe: o elogio da desarmonia*. Recife: Livro Rápido, 2004.
SALLES, Filippe. *Imagens musicais ou música visual: um estudo sobre as afinidades entre o som e a imagem, baseado no filme Fantasia (1940), de Walt Disney.* Dissertação de Mestrado, PUC-SP, 2002. Disponível em http://www.mnemocine.com.br/filipe/tesemestrado/. Acessado em março de 2014.
SENNETT, Richard. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. São Paulo: Cia das Letras, 1988.
SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHERNEY, Leo e SCHWARTZ, R. (Orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna.* São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 115-147.
SOARES, Thiago. V*ideoclipe: o elogio da desarmonia*. Recife: Livro Rápido, 2004.
VERNALLIS, Carol. Strange people, weird objects: the nature of narrativity, character, and editing in music videos. In: BEEBE, Roger e MIDDLETON, Jason (Orgs.). *Medium Cool: music videos from soundies to cellphones*. Duke University Press, 2007.
WILLIAMS, Raymond. *Television, technology and cultural form*. 2 ed. London: Routledge, 1990.

**Resumo**

Tendo em vista que boa parte das pesquisas descrevem mas pouco problematizam as origens do videoclipe, o artigo pretende preencher parte dessa lacuna contando a história social de surgimento desse gênero audiovisual. Além de analisar alguns dos acontecimentos históricos considerados fundamentais para dar base ao que o videoclipe se tornou a partir dos anos 1970, o trabalho vai analisar as origens de algumas das principais características estruturais do videoclipe: a sua veia televisiva, a sincronização bastante específica entre som e imagem e o desenvolvimento da sua narrativa particular.

**Palavras-chave**

Videoclipe – Televisão – História do audiovisual.

**Abstract**

Given that much of the researches merely describe the origins of the music video instead of make a discussion about it, the article attempts to fill part of this gap by telling the social history of the emergence of this audiovisual. In addition to reviewing some of the historical events considered essential to give the basis that the music video became from the 1970s, this paper will examine the origins of some of the main structural characteristics of it: its television side, the very specific synchronization between sound and image, and the development of its particular narrative.

**Keywords**

Music video – Television – History.