o videoclipe como gênero e produto audiovisual

**Resumo**

**O presente artigo visa o entendimento da história do videoclipe, para só então entendê-lo como gênero e produto audiovisual. Abrangendo suas características técnicas, através de seu desenvolvimento junto a evolução tecnológica em que vivemos, e sua consolidação como objeto de divulgação no mercado fonográfico atual. Na qual a partir do livro de Arlindo Machado e de artigos relacionados à área da Comunicação Social, pretende-se compreender como o videoclipe se consolidou como um gênero e um produto audiovisual.**

**Palavras-chave:** videoclipe; história; inovação; conceitos técnicos; audiovisual.

**ABSTRACT**

This article intends to achieve the understanding of the history of music videos in advance of interpreting them as audiovisual products and even as part of the genre. It aims to do it by covering its technical characteristics through the technological evolution we are inserted in along with analyzing its consolidation as a marketing tool for the current phonographic industry. Based on Arlindo Machado's book and on selected Social Communication related articles we aim to understand how music videos were consolidated as a genre and an  audiovisual product.

**Keywords:** music video; history; innovation; technical concepts; audiovisual.

1. INTRODUÇÃO

No âmbito geral, o videoclipe é produzido para divulgar o CD de um artista que terá como destaque uma música, do mesmo, chamada de *single* ou música de trabalho. Podendo ser produzido em uma narrativa linear ou não, o videoclipe começou a ser pensado em 1950 com Elvis Presley e posteriormente com as “promos” dos Beatles. Porém, foi somente em 1975 com a banda Queen que o gênero teve a sua estreia definitiva.

Nos início da década de 1980 nos Estados Unidos, foi fundada a primeira emissora voltada totalmente para exibição de videoclipes. A MTV foi pioneira na inovação, consumo e distribuição do videoclipe não só nos EUA mas em todo o mundo. No Brasil, a Rede Globo, através do Fantástico também já exibia videoclipes em sua programação de domingo. Não só divulgando mas também produzindo os mesmo.

A MTV Brasil, inaugurada na década de 1990, além de estrear a televisão segmentada no país, bem como renovar a distribuição e consumo de videoclipe, também trouxe novos gêneros musicais para a cultura popular brasileira, tornando o rock e o pop mais conhecidos pela massa da população, em um país onde o sertanejo dominava.

De 1990 em diante, o videoclipe evoluiu tecnicamente em muitos sentidos. Sendo considerado um curta-metragem com valor estritamente promocional, conduzido por uma música na qual esta pode ou não ter relação com as imagens exibidas, utilizando recursos sincrônicos entre melodia, voz e imagem e, com tecnologias de edição e captação de imagem que beiram à uma produção de cinema.

Para tanto, ele ainda tem um valor estritamente monetário, visto que é pensado para divulgação de um artista, nas plataformas digitais, como Youtube, Spotify e Deezer, no rádio e/ou na televisão. Todavia, o produto videoclipe está se inovando em linguagem, técnica e divulgação alcançando cada vez mais público e sendo cada vez mais propagado na sociedade contemporânea.

1. METODOLOGIA

Para realizar o presente artigo foi utilizado o método de pesquisa descritiva com a finalidade de analisar a classificação do videoclipe como produto e gênero audiovisual através de um profundo estudo do videoclipe, a partir de uma revisão bibliográfica composta por especialistas e autores da área. A pesquisa, será baseada em autores como Thiago Soares, Laura Corrêa e Jeder Junior entre outros especialistas da área.

Começando pelo contexto histórico ao qual o videoclipe foi concebido, pelo acréscimo de som ao cinema juntamente com a videoarte, o trabalho analisará o caminho evolutivo do videoclipe como produto e gênero audiovisual. Passando não somente pela história mas também pelos conceitos e gêneros, para enfim abordá-lo como fruto de uma convergência midiática.

Para tanto, foi feita uma pesquisa bibliográfica para se compreender de que forma e como o videoclipe se transformou no valioso produto de divulgação e valorização do artista e sua obra. Tornando-se assim não somente um contemporâneo objeto de tecnologia mas também de grande valor histórico e cultural.

Por fim, este artigo têm caráter particularmente acadêmico com a finalidade de se entender o propósito do videoclipe como gênero e produto audiovisual cruzando, assim, informações de artigos e livros da área para entendimento do assunto, e melhor conclusão deste artigo

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

**3.1 História e Influências**

A sequência histórica de surgimento da palavra impressa de Gutemberg ao cinema, culmina no surgimento das chamadas “fotografias animadas”. Na qual, o teórico Nöel Burch afirma que rapidamente, cineastas da época, constataram a necessidade de um acompanhamento sonoro às imagens projetadas na tela.

As técnicas relativas as imagens evoluíam progressivamente, porém as técnicas relativas ao som avançavam vagarosamente. Em 1877 foi criado o fonógrafo, porém foi só entre 1911 e 1913 que houve um consenso de que a música é o acompanhamento ideal para as imagens. Na metade do século 20 a Warner Brothers e a Fox Film apresentariam aparelhos que melhor sincronizavam som e imagem.

Ao perceber a necessidade do acompanhamento sonoro para as imagens, os estúdios Disney produzem na década de 1940 o desenho animado Fantasia, onde observa-se a sincronicidade de música e imagem. Os anos de 1950 ficaram conhecidos pelos números de musicais na tv e do cinema, que começaram a conquistar números para a indústria fonográfica, surgindo nessa década Elvis Presley, que estrelaria diversos musicais e documentários de shows.

Em 1964 é marcado pelo lançamento do filme A Hard Day’s Night dos The Beatles. A banda, já na época fazia alguns vídeos de divulgação que eram denominados “promos”, há certa controvérsia sobre a classificação das mesmas como videoclipe tendo em vista que os vídeos da banda eram usados para que a mesma pudesse aparecer em mais de um programa de tv. No ano de 1975 a banda Queen lança o primeiro videoclipe: Bohemian Rhapsoly. Na qual, os estudiosos afirmam que esse é o primeiro videoclipe produzido intencionalmente com o objetivo de divulgar a banda.

Na década de 1975 o Fantástico da Rede Globo, exibe o primeiro videoclipe no Brasil, sendo a música América do Sul com interpretação de Ney Matogrosso escolhida. A década de 1980 marcada por programas de videoclipe no Brasil, na qual a TV Manchete, TV Record, TV Gazeta, TV Cultura, SBT Rio, TV Bandeirantes e a Rede Globo eram as emissoras que produziam estes programas.

Os primeiros esboços de videoclipe feitos no Brasil foram concebidos no Recife, na qual artistas como Alceu Valença e a banda Ave de Sangria gravaram os primeiros vídeos.

Com o advento do videocassete, o consumo de música é transformado na década de 1980, e assim a indústria fonográfica é, finalmente, agregada a indústria audiovisual. A estreia da MTV nos Estados Unidos, consolida ainda mais o gênero visto que o conteúdo da emissora é 100% dedicado à música e com uma linguagem voltada ao público jovem. A MTV chega ao Brasil na década de 1990, com a exibição do videoclipe de uma versão remix da música Garota de Ipanema e apresentado pela apresentadora Astrid Fontenelle, a filial brasileira adere a proposta de sua matriz apresentando uma música que representa a cultura brasileira mas com produção contemporânea.

O surgimento da internet atrapalha o crescimento da MTV bem como de outras tv’s segmentadas do ramo musical, porém deixa mais homogêneo o acesso a videoclipes. Sendo o popular site de vídeos Youtube reconhecido mundialmente pela fácil acessibilidade à videoclipes nacionais e internacionais.

Mas como afirma (Corrêa 2007), 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. Podendo-se assim compreender como, pelo menos no Brasil, a emissora não conseguiu prender a atenção do público, que já vibrava com o surgimento da internet.

Pode-se por fim concluir que a concepção do videoclipe começou com uma revolução no modo de ouvir música. Passando a estimular todos os sentidos através da visão e tornando-se quase obrigatório para um artista sua produção. Onde, sua dinâmica de formação causa um impacto direto na divulgação da música e/ou cd de determinado artista, influenciando diretamente seu desempenho em charts especializados e participações em programas de tv, por exemplo.

* 1. **Conceito e performance no videoclipe**

O videoclipe é considerado um pequeno filme, cuja duração pode ou não estar ligada à duração de sua respectiva música. Podendo ainda ser considerado uma mensagem visual da canção, o videoclipe foi inicialmente criado para fins de divulgação do artista e atualmente se impõe como uma fração importante da arte musical do músico.

Sua produção não abrange somente aspectos visuais e sonoros, como também cenário e figurino. A imagem do clipe também pode ser linear ou fragmentada, ter ou não haver com a música e pode ser real ou gráfica. E a ligação de tons sonoros também poder estar ou não sincronizada com a imagem. O conceito de performance no videoclipe abrange todos estes aspectos, que serão apresentados a seguir.

Soares (2014, p.3) afirma que:

interrogar de que forma o videoclipe se constrói como uma performance sobre a canção significa apontar para a compreensão de que: 1. a performance é uma forma de reconhecimento conceitual de algo previamente disposto; 2. articula-se, na dinâmica performática, um princípio fundamental na música popular massiva: a voz, que culturalmente reconhecida, impele determinada codificação imagética de gestual de rosto e aspectos corpóreos; 3. deve-se compreender a materialidade plástica do som como passível de ser performatizada, localizando esta problemática na dinâmica sinestésica; 4. performatizar uma canção é entender que trata-se de uma dinâmica inscrita no terreno dos gêneros musicais; 5. a performance da canção implica na localização de cenários inscritos na expressividade dos produtos.

Com isso, sintetiza-se que performance no videoclipe, é a materialização visual de uma “imagem musical” de determinada música, que possa via a ser reconhecida como fenômeno da cultura popular massiva. O clipe assim, passa uma noção de reconhecimento não só da estrutura plástica da canção, mas também de suas peculiaridades de gêneros e trajetórias do artista (Soares, 2014, p.4).

Assim, compreende-se que a performance configura-se como uma extensão do videoclipe, compondo uma relação sólida entre videoclipe e performance-do-videoclipe, considerando-o assim uma performance visual da canção popular massiva.

**3.3 Gêneros e Classificação**

Segundo Júnior e Soares, (2008, p.100),

gêneros musicais envolvem regras econômicas (direcionamento e apropria- mento culturais), regras semióticas (estratégias de produção e sentido inscritas nos produtos musicais) e regras técnicas e formais (que envolvem a produção e a recepção musical em sentido escrito).

As regras econômicas são visualizadas a partir de uma identificação de uma identificação visual e similar nos produtos. Levando a questionar quais frentes produtoras do conteúdo, relacionando-os de forma a juntá-los em determinado gênero musical. Percebendo-se, à qual gênero o artista transita para assim realizar projeções comerciais para sua música.

Regras semióticas são idealizadas no videoclipe através das estratégias de produção de sentido e expressão de sentido da música. Na qual, por meios dos componentes do videoclipe pode-se compreender alguns juízos de valor e cooptação da música pop. Com isso, a imagem da canção traz noções de autenticidade ou adaptação do conteúdo.

As regras técnicas dizem respeito a captação de áudio e imagem por exemplo, podendo também agregar ainda a edição, movimento de câmera e pós-produção, que assim pode gerar uma continuidade ou corte de quadros. O acréscimo do áudio traz à tona a diferença de tom da voz (agudo ou grave) juntamente com o gênero do artista (masculino ou feminino) e adição de instrumentos musicais.

Júnior e Soares (2008), afirmam assim que não há uma regra geral para a classificação de videoclipes, assim não podemos demarcar o mesmo somente pela forma ou “estilo” musical do artista, mas, sim, pela percepção de suas “formas” e “estilos” na produção do videoclipe.

**3.4 TV musical x Videoclipe**

Para compreender a visualização do videoclipe como um produto precisa-se distinguir dois sistemas produtivos do mesmo, sendo eles a televisão musical e a música popular massiva.

Para Soares (2007), o clipe problematiza os tradicionais números musicais televisivos e suas características ligadas à performance do artista protagonista. Inserindo elementos que caracterizariam um uso mais experimental dos recursos audiovisuais, assim como imbrica uma série de estratégias discursivas atreladas às dinâmicas da indústria fonográfica. Possibilitando, através deste audiovisual, compreender um conjunto de ações que reforcem elementos ligados aos valores dos produtos musicais em circulação.

Sendo assim, identificar o videoclipe como produto de divulgação musical se torna necessário para, assim, incluí-lo em uma lógica de propagação tanto para benefício, do artista como também da gravadora. Deste modo, reconhecer a influência da televisão musical e/ou da música popular massiva se torna fundamental para ter-se fundamentação na construção do videoclipe na história da indústria fonográfica. Transfigurando-se assim como algo essencial na idealização do videoclipe como gênero e produto audiovisual.

A televisão musical unificou de uma forma homogênea o videoclipe em um só meio de comunicação trazendo consigo uma grande variedade de gêneros e estilos de videoclipes. Assim sendo, alcançou um maior reconhecimento de um público-alvo específico e diretamente interessado no videoclipe.

Música popular massiva se define como aquela com um grande espetáculo midiático contemporâneo, seja por sua produção, gênero ou divulgação. Tendo como principal público a massa da população, e que por fim se transforma em um produto uniforme consumido por grande parte da população.

A MTV iniciou seu trabalho na década de 1980 nos EUA e no Brasil somente em 1990. Porém, ainda assim, se tornou pioneira não só na televisão segmentada como também na televisão musical, sendo esta última sua maior fonte de prestígio e sucesso globalmente. Na qual, sua principal função era impulsionar carreiras de jovens artistas, alavancar a popularidade de artistas já conhecidos bem como divulgar o trabalho de ambos através do videoclipe.

Assim, a televisão musical torna-se não somente divulgadora mas influenciadora da música popular massiva. Apresentando novos artistas e divulgando músicas, tendo como moeda de troca o produto videoclipe, que por ser bem produzido e de grande valor monetário repercute na audiência bem como na reputação do artista.

Com isso, tratar o videoclipe como um gênero televisivo e não apenas musical, faz-se essencial para o entendimento de seu valor histórico, midiático e de influência sobre seu público-alvo. Sendo este fundamental para uma boa condução da carreira do artista definindo seus passos na indústria musical.

**3.5 A convergência midiática do videoclipe**

Segundo (Médola e Caldas, 2013, p.124)

desde o seu nascimento, sob fortes influências tecnológicas, mercadológicas e artísticas, o videoclipe tem caminhado em um processo evolutivo ao ponto de, atualmente, perder seu status unicamente televisivo, evoluindo para as novas mídias num processo convergente.

Com isso, pode-se perceber que a veiculação do produto videoclipe não só se consolidou na televisão musical como também abriu novas portas em outras plataformas midiáticas. Na qual, as mesmas o agregaram tornando-o mais acessível e democrático.

Dessa maneira, nota-se a convergência como um processo cultural e não apenas tecnológico. Onde, os telespectadores são incentivados ao consumo de informações do seu interesse em meio a diversidade audiovisual contemporânea presente nos mais variados meios de comunicação. Assim, podemos observar que a interatividade é usada não somente na produção mas também no consumo dos mais variados produtos, sejam eles tecnológicos ou não.

Revertendo a convergência para o objeto em análise no presente artigo, a reprodução do videoclipe como produto midiático está intimamente ligada aos sistemas produtivos da música popular massiva. Na qual esta, está diretamente ligada a estratégias de marketing e diretores artísticos das gravadoras. Sendo a canção, intitulada como música de trabalho que todos (artistas e diretores) se voltam, tendo em vista que ela é o principal meio de divulgação do artista e seu álbum fonográfico.

Para analisar o videoclipe de maneira midiática, é necessário considerar o sentido de manifestação da canção bem como sua disseminação e produção. Devendo-se ainda ponderar suas particularidades e suportes para que assim perceba a importância cultural do videoclipe.

Dessa forma, tratar o videoclipe não somente como produto mas como gênero audiovisual, torna-se necessário para uma melhor compreensão da cultura das massas, sejam elas sociais, culturais ou econômicas. Tendo em vista que as mesmas são de extrema importância social na sociedade tecnológica contemporânea.

**4 CONCLUSÃO**

A televisão musical introduziu o videoclipe como um novo gênero e produto audiovisual, e este não somente se tornou um produto de divulgação musical na televisão, mas identicamente na internet. Tornando-se assim um atrativo midiático, em que pode-se não somente divulgar o artista mas ainda produtos comerciais em seus mais variados campos, como: perfume, roupas, carro, comida, cosméticos etc.

Com isso, pode-se compreender que sua narrativa se adaptou à nova era tecnológica, de modo que o acesso ao produto videoclipe se tornou mais fácil e homogêneo, sua produção mais dinâmica e tornando-a assim, mais aberta às novas narrativas audiovisuais.

Dessa forma, faz-se jus tanto a sua história como a sua produção, trazendo novas concepções técnicas e deixando a cultura mundial mais atrativa e acessível. Com efeito, o videoclipe se adaptou as novas narrativas midiáticas de forma que o acesso e a produção do mesmo se tornou mais democrático e difuso.

**REFERÊNCIAS**

CARVALHO, Claudiane. Sinestesia, ritmo e narratividade: interação entre música e imagem no videoclipe. *In*: ícone. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/icone/search/search?simpleQuery=sinestesia%2C+ritmo+e+narratividade&searchField=query>>, 27/08/2019.

CORRÊA, Laura J. Andrade. Breve história do videoclipe. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/resumos/r0058-1.pdf>>. 01/09/2019.

FARO, Paula. Cinema, vídeo e videoclipe: relações e narrativas híbridas. *In*: Revistas da USP. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51215>>, 28/08/2019.

JÚNIOR, Jeder Janotti. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1497>>, 01/09/2019.

MACHADO, Arlindo. Reinvenção do Videoclipe, *In*: MACHADO, Arlindo (ed). *A Televisão Levada à Sério.* 4ª edição. São Paulo: Senac, 2005, 173-196.

MÉDOLA, Ana S. L. D. CALDAS, Carlos H. S. Videoclipe em ambiente de convergência midiática: regimes de sentido e interação. Disponível em: < <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/325>>, 01/09/2019.

SOARES, Tiago. O videoclipe como articulador dos gêneros televisivo e musical. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2007/resumos/R0264-1.pdf>>, 01/09/2019.

SOARES, Tiago. Videoclipe e televisão musical: uma abordagem de gêneros. Disponível em: < <http://www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/SOARES3.pdf>>, 01/09/2019.

SOARES, Tiago. Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: contribuições da semiótica da canção e estudos culturais. Disponível em: < <http://www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/SOARES1.pdf>>, 01/09/2019.

SOARES, Tiago. Construindo imagens de som & fúria: considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclipes. Disponível em: < <http://www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/SOARES2.pdf>>, 27/08/2019.