

## **Videoclipe, o elogio da desarmonia:**

### **Hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação<sup>1</sup>**

**Thiago Soares<sup>2</sup>**

Universidade Salgado de Oliveira (Universo-Recife)  
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

**Resumo:** O artigo que apresentamos visa explorar o videoclipe a partir de três conceitos: o do Hibridismo, da Transtemporalidade e do Neobarroco. Para dialogarmos tais elementos conceituais, nos remetemos aos constituintes da linguagem do videoclipe e trazemos referências históricas e revisões bibliográficas de autores que já apontaram marcos da história deste gênero audiovisual. Cientes de que o videoclipe ainda carece de uma sistematização no seu estudo acadêmico, apresentamos este artigo como forma perceber como a constituição de sua linguagem abre brechas para novos estudos acerca deste gênero.

**PALAVRAS-CHAVES:** Gêneros audiovisuais; Significação nas Mídias Audiovisuais;  
Videoclipe

Quando nos remetemos ao videoclipe, estamos tratando de um conjunto de fenômenos de criação nos meios de comunicação de massa angariados na idéia do hibridismo. Como gênero televisual pós-moderno que é, o videoclipe agrega conceitos que regem a teoria do cinema, abordagens da própria natureza televisiva, ecos da retórica publicitária e dos sistemas de consumo da música popular massiva. Este artigo visa lançar mão de três conceitos (hibridismo, transtemporalidade e neobarroco) para uma apreensão do videoclipe não apenas como uma eficaz ferramenta de rearticulação da linguagem televisiva, mas, sobretudo, percebendo como a formatação do que podemos chamar hoje de linguagem videoclíptica, na verdade, passa por uma historiografia que, apesar de certa linearidade, bebe da fonte de inúmeros outros processos comunicativos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Mestre em Teoria da Literatura pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), especialista em roteiro cinematográfico pela EICTV-Cuba e professor da Universidade Salgado de Oliveira (Universo), no Recife. Autor do livro *Videoclipe – O Elogio da Desarmonia* (LivroRápido, 2004).

## Videoclipe, o elogio da desarmonia

O videoclipe é um gênero televisivo tal qual as ficções seriadas, os telejornais e as telenovelas. Quando tratamos de gênero, precisamos destacar: algo deve estar categorizado num gênero a partir de elementos de linguagem estabilizadores de determinada categoria. Ou seja, quando lidamos com aspectos estabilizadores de gênero, falamos em balizas, em noções que norteiam determinada linguagem. Portanto, é comum, nos pegarmos observando: “mas nem sempre é assim”. Procede: nem sempre é assim. Mas, há certos balizamentos que nos indicam o caminho de quase- sempre-é- assim. Estamos nos apoiando, portanto, nos conceitos de gênero e na idéia do “quase”. Trazendo à tona afirmativas de que “quase- sempre” acontece dessa maneira.

Proseguindo: por associar música, imagem e montagem<sup>3</sup> no encadeamento de imagens, o videoclipe acabou se transformando num poderoso instrumental de divulgação de artistas da música pop. A popularização do videoclipe deu-se, sobretudo, nos anos 80 através da criação da Music Television, a MTV – uma emissora de televisão primeiramente a cabo e depois aberta dedicada a exibir ininterruptamente videoclipes. A própria nomenclatura que define o videoclipe já nos apresenta uma característica: a idéia de velocidade, de estruturas enxutas. A princípio, o clipe foi chamado simplesmente de número musical. Depois, receberia o nome de *promo*, numa alusão direta à palavra “promocional”. Só a partir dos anos 80, chegaria finalmente o termo videoclipe. Clipe, que significa recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual.

Temos delineada uma primeira característica do videoclipe: a noção de recorte, pinça ou grampo. As imagens que ilustram o videoclipe são “amostras para vendagem”, portanto, devem ter rápido “prazo de validade”. Consumir logo antes que estrague, parece ser a norma. Além deste princípio, o de possuir imagens rápidas e instantâneas, o videoclipe pode ser caracterizado por uma noção de ritmo. O ritmo das imagens. Em alguns momentos, o que vai se destacar no videoclipe não é especificamente sua natureza fotográfica (imagética), mas sim, uma relação de grafismo visual e rítmico.

---

<sup>3</sup> O ritmo no videoclipe pode não vir expresso exclusivamente através da edição (montagem). Há videoclipes como os da cantora Björk ou do grupo Massive Attack, por exemplo, que não trazem “cortes”. Isto demonstra que o videoclipe é uma mídia extremamente plural, onde diversas formas de linguagens se imbricam.

*“Muitas vezes, se critica o clipe por sua montagem demasiado rápida, seus planos de curtíssima duração e o encavalamento de diversas tomadas dentro do mesmo quadro. (...) As imagens do clipe têm sido tão esmagadoramente contaminadas pelas suas trilhas musicais que acaba sendo inevitável sua conversão (...) numa calculada, rítmica e energética evolução de formas no tempo.” (MACHADO, 2001: 178)*

Percebemos que estamos lidando com uma mídia audiovisual constituída por imagens “pinçadas”, “recortadas” e que estas imagens não precisam necessariamente “durar” na tela. É a tônica de uma mídia galgada na velocidade das imagens, naquilo que já nasce fadado a ter um fim. As imagens videoclípticas são assim: fruto de um eterno devir. Elas parecem feitas para serem “cortadas”, editadas, montadas, pós-produzidas. Estamos lidando com a idéia da montagem, que teve no cineasta russo Sergei Eisenstein, o seu maior entusiasta. É a montagem, sua técnica e reverberação que escolhemos como diretriz desta primeira reflexão acerca do videoclipe, como forma de estabelecimento daquilo que chamamos de “elogio da desarmonia” (para usarmos um termo do teórico Gillo Dorfles). São as unidades constituintes do clipe, suas justaposições e conflitos de planos que poderão gerar uma primeira inferência acerca desta mídia.

Como atesta Jacques Aumont, “a montagem consiste em três grandes operações: seleção, agrupamento e junção – sendo a finalidade das três operações obter, a partir de elementos a princípio separados, uma totalidade que é o filme.” (Aumont, 1995: 54). “Montemos” de forma justaposta esta assertiva de Jacques Aumont a uma outra: “A justaposição de dois planos deve assemelhar-se a um ‘ato de criação’: cada corte deve gerar um conflito entre dois planos unidos, fazendo com que na mente do espectador surja um terceiro conceito que será precisamente aquilo que Eisenstein chama de *imagem*” (LEONE; MOURÃO, 1987: 51).

Vejamos que as assertivas tratam de assuntos vizinhos: se a primeira agrega uma noção de “união” de planos, do plano como um elemento capaz de gerar um significado harmônico e totalizante; a segunda refere-se a Eisenstein trazendo uma noção de montagem como desmembramento, corte, ruptura, gerando também um significado que pode ser totalizante, mas certamente não será harmônico. O fim mantém-se: a concepção de algo que, metonímico (a parte), chega ao todo. Mudam os meios: harmonia *versus* desarmonia. Como estamos lidando com balizas de gênero, ficamos com a desarmonia geradora, o

conflito como elemento pulsante da obra. Elegemos as forças internas da obra, através da montagem, como os elementos capazes de fazer com que o material artístico seja, substancialmente, fruto de um “choque criativo”. Para Eisenstein, “o próprio pensamento lógico, considerado como arte, apresenta um (...) mecanismo dinâmico”. Ele continua:

*“(...) a montagem é o meio de desdobrar o pensamento por meio de partes filmadas singulares. Mas, de meu ponto de vista, a montagem não é um pensamento composto de partes que se sucedem, e sim um pensamento que nasce do choque de duas partes, uma independente da outra (princípio “dramático”). [grifos do autor]” (apud ALBERTA, 2002: 85)*

A teoria de Eisenstein é marcadamente formalista na sua concepção de entendimento do filme enquanto algo estrutural, regido por forças. O próprio cineasta se atém com afincos a identificar os pormenores constitutivos da obra cinematográfica, resgatando assim o princípio do método da imanência textual (no caso, aqui, o “texto cinematográfico”). O quadro fílmico, para Eisenstein, é uma célula de montagem, uma molécula e a noção de conflito vai estar no âmbito de sua articulação.

*“O conflito dentro de uma tese (pensamento abstrato) formula-se na dialética do título, forma-se espacialmente no conflito interno do quadro, - e explode, em intensidade crescente, na montagem-conflito dos intervalos entre os quadros. [grifos e disposição do autor]” (apud ALBERTA, 2002: 89)*

Sobre a noção de intervalo, de espaços entre quadros e sobre a perspectiva do desvio na cultura contemporânea, Gillo Dorfles observa que é preciso exaltar o desvio ou o intervalo como realizadores de um novo valor expressivo. O conceito de intervalo não deve ser tomado como pausa entre estímulos sensoriais, mas a partir de uma idéia da presença de uma possibilidade criativa renovada durante e após as pausas e as interrupções. O mesmo procede para o conceito de desvio: não deve ser encarado como interrupção ou afastamento de um caminho mais tranqüilo,

*“mas também [a partir] da idéia de renovação e reelaboração, enfim tornada possível pela brusca interrupção que terá tido lugar no percurso habitual de um acontecimento artístico. Ambos os fenômenos, por conseguinte, tanto o*

*intervalo quanto o desvio, podem ser considerados como promotores de nova e diferente possibilidade inventiva.” (DORFLES, 1986: 90)*

O videoclipe agrega, portanto, os conceitos de conflito gerador de idéia, a partir dos estudos de semiótica russa de Eisenstein, além de ocupar um lugar na esfera midiática como um objeto marcadamente desarmônico. E é pelo fato de ser desarmônico que o videoclipe rege tantas noções existentes na sociedade contemporânea. Neste sentido, a desarmonia existente no clipe é integradora de uma máxima da contemporaneidade que, de alguma maneira, “exige” a existência de forças criadoras que vão de encontro ao princípio estático da regularidade. Como já havia atestado Renoir, “a única possibilidade de manter o sabor da arte é inculcar nos artistas e no público a importância da irregularidade. Irregularidade é a base de qualquer arte”. Dessa forma, poderemos estabelecer um diálogo dos escritos de Renoir, Eisenstein e Dorfles com os de Vitor Chklovski no tocante à desautomatização da linguagem como forma de instigar uma atitude reflexiva do leitor/espectador. Chklovski em seu *A Arte como Procedimento* vai defender a desautomatização a partir da dicotomia linguagem poética-linguagem cotidiana, ressaltando que a linguagem poética (desautomatizadora) “chama” pela atenção do espectador, tirando-o de um “ser-aí” estático e convidando-o para um jogo de linguagem. Adentramos, então, no terreno da desarmonia que “é o resultado de uma desarticulação na integração das unidades ou partes constitutivas do objeto, daquilo que é visto. Ela se caracteriza pela apresentação de desvios, irregularidades e desnivelamentos visuais, em partes ou no objeto como um todo”. (GOMES FILHO, 2002: 54)

Todo, partes, recortes, elementos que, juntos, formarão um objeto, na maioria dos casos desarmônico (o videoclipe) – como as relações artísticas na pós-modernidade. O que vai ser relevante para se dar o efeito rítmico, em geral, “movimentador” da desarmonia no videoclipe é a pouca duração da imagem na tela e como esta imagem se articula com sua antecedente e subsequente, de forma a que venha expressa a noção de conflito e estranhamento (desautomatização). O conceito de ritmo, no videoclipe, traz agregado uma outra idéia que precisamos trazer à tona: a descontinuidade.

*“[No videoclipe] tudo muda na passagem de um plano a outro: a indumentária dos intérpretes, o lugar onde se ambienta a canção, a luz que banha a cena, o suporte material (filme ou vídeo de bitolas distintas) e assim por diante. Os*

*planos de um videoclipe (...) são unidades mais ou menos independentes, nas quais as idéias tradicionais de sucessão e de linearidade já não são mais determinantes, substituídas que foram por conceitos mais flutuantes, como os de fragmento e dispersão.” (MACHADO, 2001: 180)*

Falamos deste conjunto de imagens recortadas, descontínuas e detentoras de ritmo, imagens que bailam, ou melhor, pulsam (dependendo da cadência da música utilizada). Tomemos como ponto de intersecção a existência de áreas de convergência no que diz respeito à música, imagem e montagem (edição) no que concerne ao videoclipe. A noção de convergência situa estes três vetores de forças do videoclipe como elementos que, ora poderão dialogar com congruência conceitual, ora, hierarquicamente, poderão se sobrepor conceitualmente a outro elemento.

### **Constituintes da linguagem do videoclipe**

Alguns estudiosos já tentaram detectar especificidades da linguagem do videoclipe, elencando uma série de características técnicas que apareciam na estrutura deste audiovisual. Oscar Landi, J. Wyver, Peter Weibel, Arlindo Machado e Juan Anselmo Leguizamón estão entre os nomes que se preocuparam com a normatização dos elementos visuais constitutivos do videoclipe, deixando um legado para que se entenda de que forma signos usualmente televisivos interagem, por exemplo, com formatos oriundos do cinema. Oscar Landi vai chamar tais características de “sintomas” da constituição da linguagem videoclíptica, não sendo, logicamente, a enumeração dessas características um pressuposto para que se tenha configurado um videoclipe. Consideramos a terminologia “sintoma” utilizada por Landi como fundamental para que consigamos desconstruir o videoclipe, gerando uma abordagem pedagógica do fenômeno. A “colagem” eletrônica, através da inserção de outras naturezas de imagem (vindas, inclusive, de outros gêneros audiovisuais) é apontada como Landi como a “espinha dorsal” de onde se parte a real constituição da linguagem (não só do videoclipe, mas) do vídeo. Aspectos como divisão e simultaneidade nas imagens videoclípticas geram a fragmentação da narrativa e do significado, podendo acarretar em adiamentos de sentido ou um “soterramento” deste sentido (o sentido encontra-se “submerso”, no meio das tramas de imagens “recortadas”). Tais elementos são decisivos para a constituição da não-linearidade de seqüências (LANDI, 1992: 43).

A manipulação digital de cores e formas pode gerar, no videoclipe, uma artificialidade na composição imagética através de transformações geométricas, destacamentos cromáticos ou efeitos gráficos. Neste sentido, podemos falar de uma proximidade do videoclipe com o conceito de consciência de realidade simulada. Constituintes de edição como a fusão e a sobreposição de imagens acarretam numa dissolução das unidades de planos, com possibilidade de gerar conflitos de ângulos e enquadramentos. Landi se remete também a uma montagem rápida (planos que duram pouco na tela), a uma precisão na edição (corte) e ao uso de iluminação em semelhança com os *spots* publicitários. Tais elementos, logicamente, mais do que inseridos numa estrutura, fazem parte de uma prática comunicacional, gerando, com isso, uma dependência entre forma e conteúdo acarretando numa interdependência contínua.

Como procuramos mapear a linguagem do videoclipe, identificando seus elementos constitutivos, é importante que façamos um trajeto pela relação histórica que se estabelece na idéia de sincronizar música e imagem – o princípio basilar do que veio a se chamar videoclipe. Segundo J. Wyver, desde o início do século XX que as projeções de cinema eram acompanhadas por música. E a escolha da partitura estava relacionada ao teor das imagens apresentadas. Dessa forma, era a partir da imagem que se construía a música – um efeito inverso, se pensarmos como, mais comumente, se produzem os videoclipes atualmente. Entre as décadas de 20 e 30, o jazz, então um gênero musical que tentava alçar sua legitimação, passa a ser um manancial para produção de “números filmados”, sobretudo de artistas como Duke Ellington e Woody Herman. Em 1927, estreou nos cinemas *O Cantor de Jazz*, com Al Jolson, o primeiro filme “cantado” da história do cinema. Foi na década de 40 que o cineasta alemão Oskar Fischinger desenhou a seqüência de abertura de *Fantasia*, da Disney, um filme que viria construir uma relação profundamente sinestética entre música e imagem no desenho animado. A música, executada por diferentes instrumentos e em diversos timbres, reverberava em desenhos abstratos que construía um bailar imagético de acordo com o que era tocado (WYVER, 1992: 77).

A articulação entre as canções e a escolha direta do público veio se sedimentar na metade da década de 40, com o que Raúl Durá-Grimalt chamou de “vitrolas de fichas visuais”, objetos comuns em bares nos Estados Unidos, onde era possível visualizar números musicais em preto e branco a partir da inserção de moedas. As “vitrolas de fichas

visuais” eram um aprimoramento das famosas *jukebox* e continham, efetivamente, um projetor de “diferencial”. Imagens de pés dançantes fundiam-se com cenas de trompetistas e um artista virou uma espécie de símbolo das “vitrolas de fichas visuais”: Bing Crosby. Mas, o “reinado” de tal artefato não duraria muito tempo, pois em 1949, a música galgaria sua cada vez mais incisiva “invasão” na televisão, através do programa *Paul Whiteman’s Teen Club*, na rede norte-americana ABC. A partir de então, já na década de 50, não só a televisão, mas também o cinema passou a exercer importante papel na disseminação dos números musicais, “alimentando” assim, a indústria fonográfica. Números como o de Bill Haley & The Comets cantando *Rock Around The Clock* no filme *Blackboard Jungle*, de Richard Brooks, deram início a uma profícua relação entre cinema e música, que iria consagrar, sobretudo, o nome de um artista: Elvis Presley. Com o montante arrecadado nos filmes de Elvis Presley, o diretor Richard Thorpe (de *Jailhouse Rock*) produziu números musicais voltados efetivamente para divulgação de artistas como Chuck Berry e Little Richard. O cinema, como assegura Durá-Grimalt, foi um dos meios responsáveis pela inserção do rock na esfera do consumo da conservadora sociedade norte-americana (DURÁ-GRIMALT, 1988: 106).

Foi no final da década de 50, que a Inglaterra viu nascer, na rede de televisão BBC, o programa *6’5 Special*, dedicado a apresentações musicais. Enquanto isso, na França, donos de casas noturnas, para incrementar a “oferta” de seus estabelecimentos, puseram em funcionamento o sistema *Scopitone*, um projetor leve, de 16 milímetros, dedicado a exibir vídeos de artistas em evidência (sobretudo do rock francês). A tentativa não era apenas exibir performances dos cantores, mas respeitar uma espécie de desenvolvimento autônomo entre a imagem e o som. Fazem parte destas experiências exibidas no *Scopitone*, curtas como *Walk on By*, sobre canção de Dionne Warwick, e *Calendar Girl*, com música de Neil Sedaka. A decadência do rock francês e o posterior “domínio” de artistas ingleses e norte-americanos na França fizeram com que as experiências visuais com o *Scopitone* fossem abandonadas, ficando a cargo da televisão e do cinema o vínculo entre a música pop e a imagem. Em 1964, o filme *A Hard Day’s Night*, com os Beatles e dirigido por Richard Lester, veio dar forma ao que Durá-Grimalt chamou de “um antecedente próximo do videoclipe” ((DURÁ-GRIMALT, 1988: 113). A articulação entre canção e edição, o “quadro-dentro-do-quadro”, o sistema de foto-montagem, a mescla de elementos ficcionais



e documentais e um certo grau de imprevisibilidade, fragmentação e dinamismo puseram *A Hard Day's Night* como um objeto, também, que veio compor, do ponto de vista do marketing, uma importante “pontuação” na carreira dos Beatles. Em 1966, os Beatles produziram dois videocliques baseados, respectivamente, nas canções *We Can Work it Out* e *Paperback Writer* e lançaram, já em 1968, o desenho animado *Yellow Submarine*.

O final dos anos 60 foi marcado pelo início da disseminação do sistema portátil de captação de imagem e do uso, cada vez mais freqüente, do videotape pelas emissoras de televisão. Delineou-se, assim, um movimento de vídeo-experimental ou de videoarte, que, inspirado no cinema experimental, problematizou o conceito de televisão comercial partindo em direção a uma legitimação de uma estética da televisão comunitária, trabalhando, sobretudo, com o alicerce da manipulação da imagem (LEGUIZAMÓN, 1997: 26). No Brasil, a TV Viva foi o principal expoente das experimentações com vídeo que popularizariam o conceito de TV comunitária, enquanto que na Argentina, a experimentação no campo do vídeo esteve mais próxima do terreno acadêmico, na Universidade de Buenos Aires (UBA), através da Cátedra La Ferla de Imagen y Sonido. De acordo com Juan Anselmo Leguizamón, a vídeo-experimentação serviu para que, enfim, o vídeo pudesse traçar uma trajetória que o distanciasse da gramática visual do cinema. O vídeo foi utilizado como campo de investigação formal e expressiva, assumindo um forte caráter reflexivo, problematizando o conceito de interação entre planos e rompendo com a pretensa unicidade de uma narrativa audiovisual (LEGUIZAMÓN, 1997: 17). O autor defende, ainda, que tais experimentações foram relevantes para a formação de um novo hábito perceptual no campo do audiovisual, criando novos paradigmas para se falar numa poética do audiovisual. Enquanto isso, as relações entre experimentos artísticos com vídeo e a cada vez mais próxima influência da linguagem publicitária se apresentavam: ao mesmo tempo que o diretor Jean-Luc Godard dirigia o clipe *One Plus One*, com os Rolling Stones, a Coca-cola passava a adotar uma estética musical em seus anúncios utilizando canções populares nos *spots* de TV (WYVER, 1992: 45).

A década de 70 chegou com a produção de um filme a partir do concerto *Live at Pompeii*, do Pink Floyd e com o impulso de vendas acarretado por um videoclipe: em 1975, depois de inúmeras exibições do clipe *Bohemian Rhapsody*, dirigido por Bruce Gowers para o Queen, no programa *Tops of the Pops*, da BBC, o disco do grupo chegou ao topo de

vendas – não impulsionado pela execução nas rádios. Na mesma BBC, o programa *The Kenny Everett Vídeo Show* passou a “concorrer” com o *Tops of the Pops*, tendo início uma salutar disputa pela disponibilização dos vídeos nos programas, que viria a culminar com a percepção da necessidade de um canal que fosse uma espécie de “FM televisiva”<sup>4</sup>. Em 1981, o serviço Nickelodeon do canal a cabo da Warner, que já exibia um programa dedicado aos vídeos musicais chamado *Popclips*, adquiriu a capacidade de exibição na TV em som estéreo, o que proporcionou um território propício à exibição de clipes vinte e quatro horas por dia. Foi assim que, segundo J. Wyver, nasceu a Music Television (MTV), que oficialmente começou a operar em território norte-americano em 1º de agosto de 1981, tendo exibido como primeiro clipe *Video Killed the Radio Star*, com o Buggles<sup>5</sup>.

Em 1983, o videoclipe adquiriu um novo *status* como divulgador de um produto que não era o disco de um determinado artista. Depois que Adrian Lyne finalizou seu então novo filme *Flashdance*, o próprio diretor faz um clipe de três minutos que serviu de “material de divulgação” da obra, inaugurando, assim, uma nova técnica de mercado: promoção de um filme “casada” com clipe, disco, livro, etc. Os anos 80 se delineavam, assim, como profundamente importantes num ordenamento das relações entre a indústria fonográfica, cinematográfica e televisiva. Ainda em 1983, foi produzido o clipe *Thriller*, dirigido por John Landis para canção de Michael Jackson, que além de reforçar a independência da imagem sobre a canção (o tempo de duração do vídeo é maior que o tempo de duração da música), se tornou o mais vendido *homevideo* até então (WEIBEL, 1987: 22). Em junho daquele ano, foi criado o *American Video Awards*, uma premiação para clipes que serviria de “incentivo” para acirrar ainda mais a disputa das redes de televisão pela exclusividade do material exibido – fazendo com que a MTV assinasse, inclusive, contrato de exclusividade com gravadoras como a Sony. Em 1985, o vídeo musical passou a integrar um projeto de ajuda internacional com o *USA for África*, que lançou o especial *We Are The World*. A perspectiva mais “universal” da MTV fez com que

---

<sup>4</sup> O termo, que se refere à Music Television (MTV), foi empregado por Raul Durá-Grimalt. Para mais informações, consultar: DURÁ-GRIMALT, Raul. *Los Videoclips – Precedentes, Orígenes y Características*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 1988.

<sup>5</sup> É relevante citar que a criação de um canal exclusivo para vídeos musicais acompanhou uma tendência do gênero musical do cinema para a televisão. No final dos anos 70 e início dos 80, houve uma grande proliferação de filmes musicais no cinema norte-americano: *American Graffiti* (1973), *Os Embalos de Sábado à Noite* (1977), *Abba – O Filme* (1977), *Grease – Nos Tempos da Brilhantina* (1978), entre outros (WYVER, 1992: 56).

se criem novas “praças” para a emissora. Dessa forma, em 1987, teve início, com o clipe *Money For Nothing*, sobre canção do Dire Straits, as atividades da MTV Europa.

No final dos anos 80 e início dos 90, começaram as insinuações de censura na MTV. Artistas negros acusavam a emissora de racismo por exibir maciçamente vídeos de artistas brancos. A emissora voltou a ser acusada de banir o clipe *This Note's For You*, dirigido por Julien Temple (do filme *Absolute Beginners*), sobre canção de Neil Young, de sua programação. Em 1990, nova história de censura: Madonna lançou o vídeo de *Justify My Love*, que foi proibido de exibição (por seu teor erótico) tanto na MTV quanto na BBC. Aproveitando-se da proibição, Madonna utilizou o cerceamento como estratégia de venda e comercializou o clipe em formato de *vídeo-single*<sup>6</sup>. A cantora viria utilizar a MTV nas suas estratégias promocionais, ao dar um beijo na boca das cantoras Britney Spears e Christina Aguilera, no *Vídeo Music Awards 2003*, depois da baixa repercussão nos Estados Unidos de seu CD *American Life*.

Foi em 1990 que a MTV Brasil iniciou suas atividades exibindo como primeiro videoclipe *Garota de Ipanema*, na voz (e imagem) de Marina Lima. A MTV Brasil, além de proporcionar a disseminação do que podemos chamar de uma cultura videoclíptica no País, veio fomentar a produção de clipes de bandas nacionais. Artistas como Paralamas do Sucesso, Skank, Titãs, Charlie Brown Jr., entre outros, cientes do potencial mercadológico dos videoclipes, se “associaram” a então produtoras publicitárias para iniciar a disseminação de uma cultura imagética do clipe. Espelhando-se no *Video Music Awards* norte-americano, foi criado, em 1995, o *Vídeo Music Brasil (VMB)*, numa tentativa de “aquecer” a disputa entre clipes nacionais “mais ousados e criativos”. Neste terreno, a Conspiração acabou se destacando por seus inúmeros prêmios no VMB.

---

<sup>6</sup> O *vídeo-single* seria um derivado do *single* – CD que vem com uma faixa que vai ser “trabalhada” na divulgação do álbum nas rádios e, em geral, contém, além da comumente referida “música de trabalho”, alguns remixes e versões inéditas.

## Híbrido, transtemporal e neobarroco

Uma abordagem historiográfica do videoclipe tem a função de atestar que a especificidade da linguagem do vídeo talvez seja não ter especificidade. Em outras palavras: se é possível estabilizar a dinâmica das articulações na criação a partir do vídeo, este sustentáculo é o do hibridismo.

*O vídeo é um sistema híbrido; ele opera com códigos significantes distintos, parte importados do cinema, parte importados do teatro, da literatura, do rádio e, mais modernamente, da computação gráfica, aos quais acrescenta alguns recursos expressivos específicos, alguns modos de formar idéias ou sensações que lhe são exclusivos. (MACHADO, 1997: 190)*

O que Arlindo Machado chama atenção é para o fato de que só é possível falar em uma especificidade da linguagem do vídeo a partir de numa nova forma de articular. Se André Bazin já chamava o cinema de “linguagem impura” (pois agregava códigos do teatro, da dança, da literatura, rearticulando-os), o vídeo leva esta experiência ao extremo. Com a fácil mobilidade das câmeras, o vídeo não só acelerou (ainda mais) o processo de cognição do espectador, como impôs uma nova experiência do ver em sintonia com distorções, recortes e limitações típicas deste aparato técnico. Como observa Arlindo Machado,

*uma semiótica das formas videográficas deve ser capaz de dar conta do fundamental hibridismo do fenômeno de significação na mídia eletrônica, da instabilidade de suas formas e da diversidade de suas experiências, sob pena de reduzir toda a riqueza do meio a um conjunto de regras esquemáticas e destituídas de qualquer funcionalidade. (MACHADO, 1997: 192)*

Chamamos atenção, portanto, para a percepção da esfera videográfica (onde se insere o videoclipe), para além de um fenômeno formal, além, portanto, de uma estética fragmentária, propondo a perspectiva de que o videoclipe é, antes de tudo, um fenômeno cultural. Para Néstor Garcia Canclini, o videoclipe é um elemento da contemporaneidade que presentifica a hibridização cultural, provocando, sobretudo, uma ruptura com o conjunto fixo de arte-culta-saber-folclore-espaço-urbano. Junto às histórias em quadrinho, aos videogames, às fitas cassetes e às fotocopiadoras, o videoclipe, ainda segundo Canclini,

seria responsável por uma não só não-hierarquização dos fenômenos culturais, mas também por uma banalização dos bens culturais simbólicos que se reconheciam “intocáveis” (CANCLINI, 1998: 174).

Nestes pressupostos de ruptura a partir do cruzamento entre o erudito, o popular e o massivo, abolindo suas fronteiras, podemos perceber a partir dos conceitos de Canclini que o videoclipe é um gênero televisual deliberadamente transtemporal, ou seja, imagens promovem uma mescla de épocas distintas, convivendo de uma forma marcadamente diegética. A transtemporalidade no videoclipe promove, assim, a inserção de referências de época, anulando uma suposta hierarquia do passado sobre o presente. A transtemporalidade tem a função de se articular às formas narrativas presentes no videoclipe, propondo a junção do antigo como forma não só de reverência, mas, sobretudo, de negociação do passado com o presente. A transtemporalidade pode ser percebida em clipes que achatam a aparente distância entre os conceitos que regem a criação deste gênero audiovisual. Figurino e direção de arte “históricos” podem propor uma negociação com o passado através do conceito de requinte, classicismo e glamour. Parte da tradição bárbara evocada na imagética dos grupos de *heavy metal* também encontra ressonância no conceito de transtemporalidade apontado por Canclini. Trata-se do deslocamento e convivência de tradições e, sobretudo, renovação de preceitos simbólicos, que encontram uma nova forma de atuar na contemporaneidade. O deslocamento de espaços e tempos para uma nova dinâmica articulatória – para percebermos a amplitude dos conceitos de Canclini – já foram propostas por artistas plásticos como Duchamp e Margritte. Por isso, cabe questionar de que forma a reorganização sígnica se insere no audiovisual e como estão situados os quadros de negociação entre o que insere e o que é inserido.

O hibridismo no videoclipe proclama também uma espécie de estética da homenagem, inserindo, portanto, a discussão do clipe na dinâmica dos conceitos de intertextualidade e dialogismo postulados por Julia Kristeva e Mikhail Bakhtin, respectivamente. Ora, se estamos falando sobre um gênero cuja estabilidade se dá a partir do conceito de hibridismo, propomos também a diluição do conceito de plágio, do “que veio primeiro”, sendo cabível a idéia de que, em muitos casos, não se sabe de onde partiram as idéias no audiovisual. O videoclipe, nesta perspectiva, apresenta-se para ser “usufruído” na sua efemeridade, sendo visto como algo que é dotado de uma cultura do agora e onde

certos preceitos da inserção de elementos de linguagem funcionam como um catalisador daquilo que podemos chamar – remetendo-nos a um conceito do filósofo Antônio Cícero – do *agoral*. O *agoral*, assim como a contemporaneidade, se configuram em pontos de vista. Dessa forma, o videoclipe se localiza em algum lugar no *agoral*, a partir da perspectiva de que este lugar de onde é enunciado o clipe está em relação a outro (um passado ou um futuro), criando, assim, novas instâncias articulatórias de linguagem. O videoclipe, como já propôs Juan Anselmo Leguizamón, proclama o agora, evidencia os desgastes da história do audiovisual.

Postulamos o videoclipe como um fenômeno tipicamente pós-Pop Art, mesclando experiências cotidianas e formas artísticas. Ao unir inúmeras ferramentas que poderiam se contrapor ou se “chocar”, notamos que o videoclipe aponta o desejo por uma estética, talvez, galgada no êxtase da superficialidade, remontando-nos a uma espécie de cultura do escombo, da ruína e do desperdício, propondo, portanto, como já advertiu Omar Calabrese, um prazer através da série, da repetição, do gozo desta série e do mesmo. O mais do mesmo. Neste sentido, é melhor se remeter a Omar Calabrese, ao definir que o neobarroco

*encontra-se na procura de formas – e na sua valorização -, em que assistimos à perda da integridade, da globalidade, da sistematicidade ordenada em troca da instabilidade, da polidimensionalidade, da mutabilidade. É por isso que uma teoria científica que diz respeito a fenômenos de flutuação e turbulência, e um filme que concerne a mutantes de ficção científica são aparentados: porque cada âmbito fala de uma orientação comum do gosto. Não se descobriu a ordem do caos, não só por não se poder fazê-lo, como, e principalmente, porque interessa pouco. (CALABRESE, 1987: 10)*

O clipe localiza-se naquilo que o próprio Calabrese pontua como prazeres neobarrocos, evocando, assim, uma dinâmica das fissuras do desejo pela completude, quando tudo que o clipe pode oferecer é o incompleto, o corte, o rasgo. É preciso perceber o videoclipe: a) como este instrumental de comunicação que integra os conceitos do que é híbrido, reorganizando postulados culturais aparentemente bem estruturados e sendo, em si, um elemento negociador dos produtos culturais; b) como o evidenciador de uma estética da transtemporalidade, que permite não só perceber os próprios desgastes do audiovisual, mas também se tornar referência de um ponto de vista, de um local discursivo no tempo; c)

como um objeto neobarroco, na medida em que seu consumo está articulado a princípios como prazer, série e fruição – ou o videoclipe como um instrumental comunicativo que proclama a superfície das referências intertextuais, dos restos comunicacionais e do êxtase do agora.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERTA, François. *Eisenstein e o construtivismo russo*. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.
- AUMONT, Jacques et al. *A estética do filme*. Campinas: Papirus, 1995.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 1998.
- CALABRESE, Omar. *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70, 1987.
- CARVALHO, Vânia. *História, arte e indústria do videoclipe*. Recife, 1992. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Pernambuco. 37 f.
- CHKLOVSKI, Viktor. *A arte como procedimento*. In: EIKHENBAUM et al. *Teoria da literatura – formalistas russos*. Porto Alegre: Editora Globo, 1978. p. 39-56.
- CÍCERO, Antônio. *O agoral*. In: CÍCERO, Antônio. *O Mundo Desde o Fim*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995. p. 171-177.
- DORFLES, Gillo. *O elogio da desarmonia*. Lisboa: Edições 70, 2001.
- DURÁ-GRIMALT, Raul. *Los videoclips – Precedentes, orígenes y características*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 1988.
- EISENSTEIN, Sergei. *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.
- LA FERLA, Jorge. *El medio es el diseño*. Buenos Aires: Ediciones Universitarias UBA, 1996.
- LANDI, Oscar. *Devórame otra vez – Qué hizo la television con la gente, qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta, 1992.
- LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo. *Videoclips – Una exploración en torno a su estructuración formal y funcionamiento socio-cultural*. Santiago del Estero, 1997. 117 f. Tese. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Santiago del Estero.
- LEONE, Eduardo; MOURÃO, Maria Dora. *Cinema e montagem*. São Paulo: Ática, 1987.
- GOMES FILHO, João. *Gestalt do objeto*. São Paulo: Escrituras, 2002.
- GOODWIN, Andrew. *Dancing in the Distraction Factory – Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.
- MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas: Papirus, 1997.
- \_\_\_\_\_. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.
- MACHADO, Arlindo (org.). *Made in Brasil – Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.
- SCHNAIDERMAN, Boris. *Prefácio*. In: EIKHENBAUM et al. *Teoria da literatura – formalistas russos*. Porto Alegre: Editora Globo, 1978. p. IX-XXII.
- TUDOR, Andrew. *Teorias do cinema*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- WEIBEL, Peter. *Videos musicales: Del Vaudeville al Videoville*. Madrid: Telos, 1987.
- WYVER, J. *La imagen en movimiento*. Valencia: Filmoteca Generalitat Valenciana: 1992.

