

A invenção do videoclipe: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual

Por Guilherme Gama
Orientação: Prof. Bruno César dos Santos

O livro “A invenção do videoclipe - A história por trás da consolidação de um gênero audiovisual” foi escrito pela Mestre em comunicação Ariane Diniz Holzbach, professora adjunta de Mídia da UFF.

Publicado em 2016, o livro tem a proposta de aplicar um novo olhar sobre os videoclipes dentro da atualidade e cultura, com o objetivo de contar a história a partir de três eixos de análise. O primeiro eixo se resume à formação do estado da arte do videoclipe, a segunda é sobre a consolidação a partir da criação da MTV nos Estados Unidos em 1981, e a terceira disserta sobre a consolidação das suas principais convenções narrativas.

Sendo uma revisão crítica, existe a análise de diversos pontos de vistas de autores que já escreveram sobre o assunto, agregando pesquisas prévias sobre o tema.

A primeira parte do livro explora o aspecto mercadológico da indústria dos videoclipes, e explora diversos subtítulos e temas como a descartabilidade do produto causada pelo mercado capitalista e seu imediatismo, padrões sociais e estéticos presentes, consequências de acontecimentos históricos na indústria cultural, e até mesmo as narrativas não lineares dos videoclipes.

Colocando o nome de tal parte da dissertação como “o videoclipe como um não-objeto”, a autora contrasta os aspectos a serem analisados dentro do capítulo. Afirmando sobre sua consolidação na indústria do entretenimento, a autora inicia citando o objetivo da obra em uma escrita coerente e confiante, nos preparando para o que está para ser discutido em seguida.

O conteúdo se inicia a partir da letra da música Money for Nothing, lançada pela banda britânica Dire Straits em 1985, comentando sobre sua crítica baseada no padrão mercadológico e estético da MTV, que de acordo com a banda, não valem nada. É interessante a discussão a partir de pontos tomados pela autora, pois a afirmação de que o videoclipe funciona essencialmente como mercadoria, a partir do conceito de reflexão musical da indústria é explorada em peso no capítulo, citando grandes escritores da área de estudo como Theodor Adorno e Max Horkheimer, que complementa seu texto de forma coesa e rica.

Porém, esse fator acaba por alongar o capítulo, por recheiar o texto com explicações de termos e opiniões desses autores, com pouco acréscimo de conteúdo próprio da autora, mesmo que seja um texto mais expositivo e explicativo.

Na parte dois, começa a análise do processo de consolidação do videoclipe lidando com a reconfiguração musical do gênero no decorrer de sua existência. A autora aborda temas interessantes como quem foi a *Variety*, a crise da reconfiguração da música, a oportunidade em que a MTV se encontrou durante tal processo, a importância dos videoclipes para gravadoras, rádios e vídeos domésticos, a presença dos VJs na emissora, a relação com a rádio FM e até mesmo o conflito da falta de diversidade racial nos clipes da MTV.

Porém, o grande destaque do capítulo se dá pela discussão sobre a MTV, já que disserta sobre a crise das gravadoras a partir do surgimento de novas tecnologias como a TV por assinatura, o vídeo doméstico e a transmissão via satélite, o que reconfigurou a estrutura da indústria no começo dos anos 80. A partir daí, indica a influência da revista *Variety* dentro do mercado de videoclipes, alfinetando as grandes gravadoras e apresentando a nova realidade do mercado. A partir dessa informação, se inicia a história da grande MTV dentro do cenário musical-cultural.

Quinze minutos antes da meia noite, no dia 31 de julho, nasce a MTV com imagens do lançamento do ônibus espacial Columbia, quase prevendo a grandeza que alcançaria e dando o próximo primeiro grande passo para a indústria cultural dos videoclipes. O capítulo IV já se inicia dissertando sobre como a MTV surgiu a partir das cinzas da decadência do mercado no início dos anos 80, se destacando do cenário padrão da mídia ao trazer para a televisão algo que as gravadoras não trouxeram para as rádios, novidades musicais.

O ponto em que se inseriu a MTV, desbravando um cenário comumente generalista como a televisão com um programa voltado para um público específico, era perigoso, mas a emissora sabia como lidar. É sem dúvidas uma parte muito rica do livro que explica muito bem a importância da emissora na consolidação do gênero videoclipe, dividindo bem a influência e a explicação das razões do fenômeno, como o aprofundamento da técnica arriscada e revolucionária de criar conteúdos para nichos específicos como jovens dos Estados Unidos e seu beneficiamento sob a escassez nas músicas da rádio FM voltadas a esse público.

O canal cresceu exponencialmente a ponto de hoje ser presente em mais de 140 países diferentes em volta do globo, levando a cultura do videoclipe para todos os cantos do mundo, consolidando ainda mais o produto que um dia foi subestimado por especialistas da época.

A segunda parte do livro é baseada nos fatos e na história existente da cultura do

videoclipe, com menos teorias externas, deixando a leitura mais leve e agradável com um conteúdo completo e cheio de informações de extrema importância para o tema, porém, peca ao não explorar com mais calma o ponto de vista do público em relação à situação da MTV, já que possuem um papel ativo no processo de consolidação e consumo do produto. A indústria cultural estadunidense era muito rica em 1980, e ainda deixa suas influências 40 anos depois. Uma noção maior sobre o público jovem da época pudesse enriquecer mais uma obra tão importante como essa.

Na terceira parte do livro é discutido a consolidação do videoclipe como um gênero, explorado em dois capítulos. O primeiro tem como objetivo compreender como se deu a instituição da noção de gênero na cultura audiovisual, já o segundo, analisa o MTV Video Music Awards (uma das maiores premiações da indústria da música internacional) de um ponto de vista sociocultural, mostrando que os elementos dessa premiação envolvem uma série de padrões e resultados da consolidação do videoclipe pela MTV.

São abordados temas como a discussão do termo gênero em diversas esferas, a música popular massiva, a história das premiações do VMA, o papel dos mestres de cerimônia e o próprio objetivo da última parte da obra, como o VMA é um reflexo da consolidação do videoclipe como gênero.

Em uma análise profunda sobre o VMA, dividida entre três fases selecionadas pela autora. A primeira disserta sobre a fase clássica, onde refere-se ao momento de criação das categorias do evento, onde através da crença de que o videoclipe é um produto complexo para ser julgado como geral, são criadas diversas categorias para que os videoclipes sejam julgados de acordo com características musicais, de produção, finalização e performance que se encontram enquanto produto. No processo de andamento do evento durante os anos, diversas características foram retiradas e criadas para suprir a necessidade da complexidade do formato.

A segunda fase diz respeito à fase musical, que configura a criação e problematização de novos parâmetros que ultrapassam os já definidos na fase anterior. Com sua duração de duas décadas, serviu para lidar de uma forma mais simples e completa com os quesitos de avaliação do videoclipe, aprofundando a noção de que se basearia na experimentação e concedendo ao mesmo a ideia de relação entre os gêneros da música popular massiva. A fase foi importante para uma reformulação da forma de julgar as produções, as classificando de acordo com seus gêneros musicais, já que cada uma lidava de forma parecida através do mesmo gênero, na tentativa de separar por um tipo diferente de linguagem.

Quando entra em questão a discussão da fase fragmentada, é comentado sobre o distanciamento da MTV em relação à o próprio gênero que se consolidou, já que categorias como “melhor direção de arte” e “melhores efeitos especiais” foram extintas e novas categorias não diretamente relacionadas ao videoclipe foram acrescentadas,

transgredindo o próprio conceito criado pela emissora, afetando a credibilidade do evento, mesmo que algumas dessas decisões tivessem sido consideradas anos depois. A partir daí a autora afirma que a emissora já havia desconsiderado a excelência na produção de videoclipes, dando espaço maior para plataformas grandes como o Youtube tomar a posição de importância no mercado, inaugurando uma nova etapa para a MTV e para o próprio videoclipe, a fase de independência de produção, e artistas já não eram mais vinculados ou dependentes da gigantesca emissora de televisão.

Apesar do declínio, a autora conclui com o argumento de que a exploração profunda dos videoclipes através do VMA durante diversos anos, criando um evento onde se pudesse julgar videoclipes por categorias distintas, torna o videoclipe um produto consolidado pela própria indústria e pelo público que o consome, e que configurou-se como um espaço de produção para gêneros distintos, moldando padrões, classificações e definindo um maior protagonismo na cultura musical, de maneira em que finalmente seu fenômeno é valorizado pela indústria cultural.

Com uma conclusão coesa e certa, a autora consegue completar seu objetivo principal. As informações com dados certos e sua forma de escrita garantem uma máxima compreensão do momento e da importância da existência da MTV e do próprio VMA, fazendo com que o leitor tenha uma base teórica maior sobre a influência do videoclipe nos dias de hoje. Entretanto, um aprofundamento maior na era pós MTV iria entregar uma noção maior sobre o que é o videoclipe nos dias de hoje, já que a há grandes mudanças desde o momento que a emissora deixou seu legado como segunda opção, com o advento da internet e de mídias sociais.

Em síntese, livro em si se demonstra essencial para uma análise minuciosa e um maior aprofundamento das questões históricas do videoclipe na sociedade e na indústria cultural. Um grande recorte aprofundado sobre os maiores estudos existentes sobre o produto, contrastando a visão mercadológica e a artística, citando por diversas vezes a MTV, que teve um papel fundamental para a grande presença de diversos tipos de produções audiovisuais relacionadas à música, com seu posicionamento na indústria

É interessante a forma de análise que a autora escolheu para abordar o assunto, dividindo o tema em 3 partes, fica claro o objetivo e as intenções da escrita e em nenhum momento o tema é abordado de uma forma rasa, pelo contrário, é explicado muito bem.

Todavia, esse se torna um dos problemas do livro. Como se trata de uma grande obra dada a partir de estudos já existentes, com o tempo a autora se aprofunda demais em detalhes. Como por exemplo, abordando a concepção estética-visual dos videoclipes a partir da visão de Arlindo Machado, e sobre seu ponto de vista, afirmando que devido de a grande presença da vídeo-arte e influências cinematográficas, o videoclipe não é um produto, mas sim um derivado.

Tais aprofundamentos não agregam corretamente ao assunto, já que logo em seguida ela considera os pontos não abordados pelo autor da crítica, invalidando a base argumentativa. Tal ação alonga uma leitura já pesada pela quantidade de base teórica, e acaba por desviar a atenção do leitor.

A obra também carece de aprofundamento nas questões da importância do consumidor dentro da indústria do videoclipe, que por sua vez influenciavam na estética e aspectos da própria musicalidade de cada artista, causando assim uma modulação de padrões ou inovações do gênero. Além disso, uma exploração maior do cenário nacional seria interessante para a criação e contextualização do Brasil na história da consolidação, mesmo que em um parágrafo apenas, já que a MTV esteve e está presente nas televisões brasileiras, e foi um fenômeno no começo dos anos 90, quando chegou ao Brasil.

Apesar desses detalhes, a obra é um excelente recorte de estudos existentes que, mesmo sendo poucos, se complementam de forma essencial para a história mundial do videoclipe, fazendo com que a afirmação na contracapa do livro seja totalmente verdadeira, uma leitura indispensável.