

# Os videoclipes do BRock de 1986 sob uma perspectiva tecno(contra)cultural

Ananda Zambi de Albuquerque, Tiago Ricciardi Correa Lopes

Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil

**Resumo:** Durante os anos 1980, o rock brasileiro — ou “BRock” — se tornou um relevante porta-voz em favor do fim da ditadura civil-militar. Para além da esfera musical, o universo cultural do BRock foi também tributário de sua dimensão visual, uma vez que artistas dependiam de encartes, cartazes, fotos, vídeos, roupas e outras materialidades para divulgação de seu trabalho e consolidação de sua identidade. Nesse contexto, o formato videoclipe se tornava um marco da visualidade do BRock desse período. Neste artigo, pretende-se analisar as audiovisualidades do rock brasileiro dos anos 1980 em videoclipes lançados em 1986, ano mais próspero do movimento BRock, sob uma perspectiva tecnocultural, baseada nos conceitos de Fischer (2013) e Shaw (2008), através do método cartográfico benjaminiano. As análises evidenciam as características principais da visualidade dos videoclipes em questão, apresentadas aqui em três coleções: urbanidade, performatividade e factualidade.

**Palavras-chave:** Contracultura, Tecnocultura, Rock Brasileiro, Videoclipe, Cartografia.

**Abstract:** During the 1980s, Brazilian rock — or “BRock” — became a relevant spokesperson in favor of the end of the civil-military dictatorship. In addition to the musical sphere, the cultural universe of BRock was also tributary of its visual dimension, once artists depended on posters, photos, videos, clothes and other material to publicize their work and consolidate their identity. In this context, the video clip format became a landmark of BRock’s visuality of that period. In this article, we intend to analyze the audiovisualities of Brazilian rock from the 1980s in video clips released in 1986, the most prosperous year of the BRock movement, from a technocultural perspective, based on the concepts of Fischer (2013) and Shaw (2008), through the Benjaminian cartography. The analyses highlight the main characteristics of the visuality of the video clips in question, presented here in three collections: urbanity, performativity and factuality.

**Keywords:** Counterculture, Technoculture, Brazilian Rock, Video Clip, Cartography

O surgimento do *rock* está diretamente ligado à construção da cultura jovem, quando a insatisfação e o inconformismo com o comportamento e com o modo de vida vigente tomavam conta dos *baby boomers*, a grande geração nascida depois da Segunda Guerra Mundial, nos anos 1950 e 1960. A valorização de um ideal adolescente, junto à explosão demográfica, causou grande mobilização no mercado consumidor, fazendo com que surgisse uma demanda especial para esse tipo de público. O *rock'n'roll* nasceu nesse contexto: a guitarra elétrica, sua marca registrada, representava a necessidade de se expressar — seja na maneira de se comportar ou de se comunicar — com ousadia e criticidade. O desenvolvimento do *rock* no Brasil seguiu uma cronologia parecida, com os primeiros registros do gênero datando dos anos 1950. Mas foi nos anos 1980, 30 anos depois, que o ritmo no país adquiriu características mais definidas e que a cultura jovem, favorecida pela abertura econômica e pela expansão da indústria cultural no Brasil, se consolidaram.

Na sua história e nos seus princípios, o *rock* traz consigo a forte característica de contestar os padrões culturais vigentes, agregando sentimentos subversivos, não só no que diz respeito a questões políticas como também da expressão da sexualidade e da rejeição aos valores da classe média (MERHEB, 2012). Segundo Rodrigo Merheb, “a experimentação com novas tecnologias, sonoridades e letras de comentário ou incitamento à rebelião garantiu ao *rock* seu lugar na história como linha auxiliar dos movimentos sociais que confrontavam o establishment” (2012, p. 14).

O ritmo trazido pelo *rock* — e por outros gêneros musicais que derivaram a partir dele — é um importante elemento da contracultura, que pode ser definida como ruptura ou “tradição de romper com a tradição” (MERHEB, 2012). Ela surge como um questionamento às normas hegemônicas de costumes — comportamento social, religião, sexo, instituições sociais e padrões estéticos. A contracultura teve seu auge nos anos 60, com o movimento *hippie* (e quando a Guerra Fria estava no seu ápice), e na década de 70, com o surgimento do *punk*.

No Brasil, tanto Os Mutantes quanto os tropicalistas, por exemplo, flertavam com a contracultura. O movimento contracultural foi um importante elemento de enfrentamento à ditadura civil-militar, que durou de 1964 a 1985. (PORFÍRIO, s.d.) Nesse sentido, o *rock* brasileiro dos anos 1980 — ou “*BRock*”, termo criado pelo jornalista Arthur Dapieve para designar esse *rock* que adquiriu feições brasileiras — se tornou um grande porta-voz do fim de um período de censura e repressão. (KUHN; ALVES; BRUTTI; WOLTMANN, 2017)

Para além da Inglaterra e dos Estados Unidos — principais berços do estilo musical —, o *rock* se desdobrou e se adaptou em dezenas de países nos cinco continentes, misturando-se com sonoridades locais. O BRock, por exemplo, tornou-se um nicho peculiar por agregar diversos gêneros musicais, como a *new wave*, o *punk*, o *pop*, o *ska*, etc. Em depoimento a Marcelo Leite de Moraes para o livro *Madame Satã, o templo do underground dos anos 80*, o músico Akira S acredita que as bandas de *rock* nacional tinham um estilo próprio, e houve coisas que só aconteceram no Brasil. (DE MORAES, 2006)

A consolidação desse gênero musical afetou não só o aspecto sonoro, mas também a visualidade da época, nas suas mais variadas formas. Para além da esfera musical, o universo cultural do rock, apesar de estar fortemente apoiado nas mensagens de contestação direcionadas ao público através do som, é também tributário de sua dimensão visual, já que artistas dependem de encartes, cartazes, fotos, vídeos, roupas e outras materialidades para divulgação de seu trabalho e consolidação de sua identidade. Neste contexto, o videoclipe apresenta-se como um importante marco histórico da visualidade do *BRock*, tanto para o ecossistema da música quanto para o ecossistema da mídia. O videoclipe “é um produto de uma época, circunscrito num contexto cultural” (SOARES, 2013, p. 30-31), cujo formato midiático evidencia a tecnocultura audiovisual do momento, ao mesmo tempo em que a modifica.

Segundo Ariane Holzbach, foi nos anos 1980 que o videoclipe se consolidou, com o surgimento da Music Television (MTV) nos Estados Unidos, quando o formato se tornou relevante e interessante para vários meios, já que o clipe ajudou a indústria da música a se reinventar, unindo diferentes mídias, como cinema, televisão e rádio FM (HOLZBACH, 2014). Assim, “a consolidação do videoclipe nos anos 80 evidencia de que maneira os usos e materialidades das mídias naquele período definiram um complexo processo de convergência cultural e como as relações entre as diferentes mídias impactaram situações sociais vigentes” (2014, p. 342). Enquanto nos EUA os videoclipes se desenvolveram principalmente através das *jukeboxes*, ou seja, de máquinas eletrônicas que tocam músicas (e, dependendo do equipamento, mostram imagens aleatórias durante a canção) quando inseridas moedas ou fichas, aqui no Brasil o formato audiovisual se aprimorou de maneira bastante influenciada pela televisão, que sempre foi muito musical no país desde seu surgimento e que foi seu principal meio de divulgação. Apesar de seus precursores, o videoclipe não está

conflagrado em padrões, ao contrário, oferece um importante espaço de experimentação audiovisual, possibilitando que também se possa fazer, através de seus variados formatos, arte de vanguarda, rompendo com padrões hegemônicos e, seguidamente, vinculando-se ao conceito de contracultura.

Também, o videoclipe foi importante para o desenvolvimento de novas linguagens, principalmente audiovisuais, exercendo papel fundamental não só na evolução tecnocultural do vídeo como também no ecossistema da indústria musical, fazendo com que se intensificassem os processos de circulação, produção e consumo de discos e se firmasse uma identidade visual do rock brasileiro dos anos 1980.

Apesar dos videoclipes no Brasil surgirem oficialmente nos anos 1970, com a chegada do programa *Fantástico*, da Rede Globo, que se tornou o principal produtor de clipes no momento e com uma qualidade nunca antes vista no país, foi nos anos 1980 — principalmente na segunda metade da década — que seu volume de produção aumentou, aliado a uma popularização do aparelho televisivo, do lançamento de discos de trilhas sonoras de novelas e da maior profissionalização e segmentação da indústria musical brasileira. Além disso, em 1986, a inflação do país diminuiu, o que gerou um aumento do poder de compra da população brasileira e, inevitavelmente, estimulou o consumo de bens culturais. Assim, sob essas circunstâncias, o *BRock*, que já era um dos gêneros musicais mais populares no país na época, viveu seu auge neste período, produzindo alguns de seus discos mais bem-sucedidos e, conseqüentemente, promovendo a profissionalização de vários âmbitos do rock brasileiro, dentre os quais a da produção de videoclipes, que se tornaram mais qualificadas tanto em termos tecnológicos quanto discursivos.

Neste artigo, propomos lançar um olhar tecnocultural sobre os videoclipes, buscando compreender como tecnologia e cultura se articulam e se modificam reciprocamente. Tal abordagem toma como objeto de interesse um conjunto de videoclipes de *rock* nacional dos anos 1980. O ano de 1986 foi escolhido como marco temporal de referência por reunir uma série de características e condições que serão detalhadas mais adiante, que o tornam o ano mais frutífero do *BRock* ao longo da década de 1980.

Dessa maneira, considerando a relevância do *rock* para o movimento contracultural brasileiro, propomos analisar videoclipes do gênero desse período, tendo em vista elaborar um pensamento sobre uma possível tecno(contra)cultura brasileira alicerçada na visualidade desse formato

audiovisual. Esta análise se dá através do método cartográfico proposto por Walter Benjamin. O corpus deste estudo é constituído por nove videoclipes dos seguintes artistas e bandas: Os Paralamas do Sucesso, Titãs, RPM, Lobão, Ira!, Engenheiros do Hawaii, Legião Urbana, Capital Inicial e Camisa de Vênus, contemplando músicos de diversos estados do país e de diversos portes, considerando a categorização em divisões proposta por Arthur Dapieve (2015), numa tentativa de tornar a pesquisa mais rica e plural.

## **1. A tecnocultura audiovisual**

Esta investigação apoia-se no marco referencial teórico que circunscreve e embasa a perspectiva das audiovisualidades e da tecnocultura, trabalhados na linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Essas abordagens buscam compreender como os produtos audiovisuais midiáticos, convencionais ou não, se configuram com base em uma cultura que se desenvolve de acordo com a evolução da técnica. Neste texto, especificamente, o recorte enfoca a tecnocultura audiovisual videoclíptica.

A tecnocultura consiste, segundo Debra Shaw (2008), na investigação da relação entre tecnologia e cultura, visando compreender como ela interfere no cotidiano e nas estruturas sociais, políticas, econômicas e culturais nas quais vivemos, ou seja, na forma de experienciar o mundo e a vida num todo. Martin Lister (2009) acrescenta ainda, em *New Media: A Critical Introduction*, que a sociedade sempre foi constituída por seres humanos, máquinas e ferramentas, o que faz com que o desenvolvimento de técnicas e atualizações de objetos ocorra, muitas vezes, em conjunto com mudanças culturais, econômicas, sociais e comunicacionais. Neste último aspecto, a tecnocultura se faz presente nas materialidades midiáticas e nos usos e apropriações praticados por esses produtos e pelos seus espectadores.

Apesar da tecnocultura existir desde a pré-história, foi na modernidade — principalmente a partir do final do século dezoito — que houve uma forte aceleração no desenvolvimento de novas tecnologias “que mudaram os padrões de trabalho e vida social e influenciaram instituições culturais e sua expressão em formas de arte como pintura, arquitetura, dança, teatro e literatura” (SHAW, 2008, p. 3), cuja evolução gera uma espécie de acúmulo de memória e de retroalimentação constante. Em se

tratando do aspecto artístico no geral, pode-se concluir que ele não proporciona apenas prazer e entretenimento, mas também reflete as mudanças culturais ocorridas e representa o estado do conhecimento de mundo da época correspondente (SHAW, 2008). Restringindo às materialidades audiovisuais, Shaw acrescenta que o estudo desses objetos, como cinema e televisão, é importante não apenas porque são meios onipresentes atualmente, mas também porque “qualquer diagnóstico das condições contemporâneas deve levar em conta a ampla influência dessas tecnologias e seus efeitos em todos os outros aspectos da cultura” (SHAW, 2008, p. 4), reforçando ainda mais a importância do estudo da tecnocultura.

No audiovisual, existe um devir que se atualiza em diversos formatos, suportes e mídias: a audiovisualidade (FISCHER, 2013). Ela é uma virtualidade, ou seja, uma potência que se atualiza e se concretiza no audiovisual, este englobando não só formatos mais tradicionais, como por exemplo o cinema, mas também o vídeo, a televisão, a fotografia, o som, as mídias digitais, os jogos, as redes sociais, entre outros. (KILPP, 2015) O grupo de pesquisa Audiovisualidades da Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv) pensa o audiovisual sob três dimensões: a técnica, a discursiva e a cultural. Enquanto a primeira visa procurar e analisar essas potenciais qualidades audiovisuais em produtos frequentemente não reconhecidos como tal, inspirado em conceitos propostos por Eisenstein e Bergson, a segunda compreende o audiovisual como um campo de convergência de formatos, suportes e tecnologias, o que desencadeia mudanças na técnica, no discurso, na circulação, no consumo e em outros âmbitos (KILPP; MONTAÑO, 2015). A terceira dimensão se preocupa com a linguagem, com suas configurações, usos e apropriações, onde “são estudados e analisados os construtos audiovisuais como modos singulares de expressão e significação da experiência do mundo” (KILPP; MONTAÑO, 2015, p. 35).

Apoiados nos pressupostos teóricos que embasam os conceitos de audiovisualidades e tecnocultura, nosso olhar nesta investigação sobre o *rock* brasileiro dos anos 1980 busca compreender, sobretudo, sua potência audiovisual e discursiva, bem como sua relevância para promover e reforçar movimentos de contracultura que se intensificaram no país naquele período.

## 2. A contracultura e o *rock*

A contracultura consiste num conjunto de ações que visa questionar ou enfrentar os padrões culturais e sociais vigentes, manifestada no âmbito estético e no intelectual. Ela pode ser compreendida tanto como um evento histórico quanto como um estado de espírito contestador capaz de estar presente em qualquer época.

Segundo Carlos Alberto Messeder Pereira, a contracultura como um fenômeno histórico foi um movimento social libertário radical que colocava em xeque as questões políticas e comportamentais vigentes na época, além de valores centrais da cultura ocidental, como por exemplo a racionalidade científica. Para além da mudança estética, evidenciada por cabelos compridos e roupas coloridas, a contracultura foi um movimento catalisador em todo o mundo, mas principalmente nos Estados Unidos e na Europa nas décadas de 1950 e 1960, quando se fortaleceu uma cultura marginal, em que eram debatidos assuntos relacionados a “novas maneiras de pensar, modos diferentes de encarar e de se relacionar com o mundo e com as pessoas” (PEREIRA, 2009, p. 8). Exemplos desses questionamentos são acerca da individualidade, do misticismo e de drogas alucinógenas. Essas críticas eram feitas não só dentro de casa, mas também nas escolas, nas ruas, em instituições e dentro de movimentos sociais (PEREIRA, 2009).

O processo de surgimento e transformação do *rock* está intimamente ligado ao movimento contracultural dos anos 1960, tendo em vista que ambos se desenvolveram juntos e têm como princípios o questionamento e a quebra de paradigmas e contam com uma participação juvenil muito forte. Nessa época, o *rock 'n' roll*, ritmo essencialmente negro que surgiu após a Segunda Guerra Mundial, ligado à dança e ao entretenimento, acabou se transformando na expressão máxima de descontentamento e rebeldia do jovem, unindo música (ou arte) com comportamento: “É a chamada juventude transviada, com suas gangs, motocicletas e revoltas contra os professores nas salas de aula. São os ‘rebeldes sem causa’ tão retratados, não importa se justa ou injustamente, pelos filmes da época e encarnados na figura de James Dean” (PEREIRA, 2009, p. 9-10). Mas a ideia de juventude aqui posta não está relacionada apenas à idade — apesar da população dos EUA na época ser formada majoritariamente por jovens —, mas sim a um espírito juvenil (2009).

Com o passar dos anos, o *rock 'n' roll* se transformou em rock, ou seja, em um tipo de música mais contemplativa e política, e foi embranquecido (DUNN, 2021). Para José Adriano Fenerick, enquanto o *rock 'n' roll* é um gênero musical, de forma a cumprir as expectativas de seu público, o *rock* é uma atitude, uma forma cultural, uma arte autônoma em que o experimento é um aspecto crucial e necessário (FENERICK, 2021).

Apesar de já haver uma espécie de movimento contra-hegemônico desde os anos 1950 com os *beatniks* — geração de poetas, músicos e artistas estadunidenses que adotavam um estilo de vida antimaterialista, cujos principais expoentes são Jack Kerouac, Allen Ginsberg e William Burroughs —, o momento considerado chave para a consolidação da contracultura como um movimento legítimo e da renovação do rock como um reconhecido e proposital meio de questionamento político e social foi o encontro entre os Beatles e Bob Dylan em 1965 nos Estados Unidos (FENERICK, 2021). Os primeiros eram (e são) o maior fenômeno *pop* do mundo; o segundo, veio da *folk music* e de um histórico de músicas de protesto (principalmente na época do movimento dos Direitos Civis). A partir daí, nos anos seguintes, foram realizados grandes e históricos festivais de rock, como o de Monterey, o de Woodstock e o de Altamont. Neles, foram revelados artistas como Jimi Hendrix e Janis Joplin (PEREIRA, 2009). Dito isso, o *rock* se tornou um tipo de manifestação artística própria da contracultura, que também pode ser compreendida como a postura de enfrentamento à cultura convencional, podendo se manifestar em qualquer tempo, em diferentes épocas e situações (PEREIRA, 2009).

No Brasil, houve um forte desenvolvimento de linguagens e canções originais cantadas em português para o *rock'n'roll*, mas a transição para o *rock* ocorreu com a Tropicália, movimento vanguardista com orientação contracultural (FENERICK, 2021). Segundo Pedro Duarte em *Tropicália ou Panis et Circencis* (2018), o Tropicalismo, criado por músicos e escritores como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Tom Zé, Gal Costa, Os Mutantes, Nara Leão, Rogério Duprat, Torquato Neto e José Carlos Capinam foi um movimento que buscava refletir criticamente sobre a formação do país, utilizando o trabalho estético e audiovisual, como as músicas — que misturavam rock, samba, MPB, psicodelia e outros gêneros musicais —, as roupas, os shows, os instrumentos, etc., como uma forma de reflexão cultural e política (DUARTE, 2018) em meio à ditadura militar instaurada em 1964. Em 1967, Gilberto Gil fez uma apresentação no III Festival da TV Record que representou uma resposta

a essa contestação. O artista tocou a música *Domingo no Parque* com o trio de *rock* progressivo Os Mutantes — formado por Sérgio Dias, Arnaldo Baptista e Rita Lee (que viria a ser considerada, posteriormente, como a rainha do *rock* brasileiro) —, o que gerou muitas vaias, mas mais ainda aplausos. Segundo Carlos Calado em *Tropicália: a história de uma revolução musical*, foi a primeira vez que guitarras elétricas entraram no palco de um festival de MPB (CALADO, 2008). Em 1968, mesmo ano em que foi promulgado o Ato Institucional nº 5, o mais restritivo da ditadura militar brasileira, foi lançado *Tropicália ou Panis et Circencis*, um dos álbuns mais representativos da contracultura brasileira.

Além da Tropicália, outros artistas brasileiros se tornaram referência com relação a um novo *rock* brasileiro e a uma expressão artística contestatória. Um deles é Raul Seixas, um dos patriarcas do gênero musical, para o jornalista Arthur Dapieve. O baiano iniciou a carreira no final dos anos 1950 fazendo *rock* iê-iê-iê com Os Panteras, espécie de Jovem Guarda de Salvador (DAPIEVE, 2015), mas foi nos anos 1970 que Raulzito se estabeleceu misturando *rock'n'roll* com ritmos nordestinos e abordando temas provenientes do misticismo, como por exemplo a Sociedade Alternativa, filosofia que prega a liberdade irrestrita, como o próprio artista canta na música de mesmo nome: “Faz o que tu queres / pois é tudo da lei”, frase inspirada nos dizeres do ocultista Aleister Crowley.

Então, no final da década de 1970 e início dos anos 1980, em meio a retomada “lenta, gradual e segura” da democracia no país segundo o General Ernesto Geisel, apareceram no Brasil duas vertentes do *rock* que surgiram concomitantemente e são muito diferentes entre si, mas são duas das principais influências do *BRock*: o *punk* e a *new wave*. Enquanto o primeiro se baseia na filosofia do DIY (“Do it yourself”, ou “Faça você mesmo” em tradução livre), autorizando as pessoas a tocarem instrumentos mesmo sem saber, de compassos rápidos, ruidosa e crua e transmitindo mensagens questionadoras e de protesto, o segundo consiste num gênero musical mais pop e alegre, refletindo também na identidade visual, com o abuso de cores.

Em 1985, de 11 a 20 de janeiro, aconteceu a primeira edição do *Rock in Rio*, um dos primeiros grandes festivais do Brasil que colocou o país na rota dos shows internacionais, feito até então inédito. Com estrutura de ponta e com apoio das gravadoras, das rádios e da imprensa, ele levou ao Rio de Janeiro grandes nomes do *rock* mundial do momento, como Queen, Scorpions, Iron Maiden, AC/DC e Yes, e foi um importante painel para o *BRock*, onde se apresentaram Blitz, Barão Vermelho,

Kid Abelha & Os Abóboras Selvagens e Os Paralamas do Sucesso. No dia 15 de janeiro, ou seja, concomitantemente ao festival, foi eleito o primeiro presidente civil desde 1964. Assim, a sensação que vigorava era a de que “tudo acontecia pela primeira vez e ao mesmo tempo” (ALEXANDRE, 2014), gerando uma sensação de entusiasmo com o futuro.

### **3. 1986: O ano de ouro do *rock* brasileiro**

Um ano após a redemocratização do país, em 1986, o Brasil vivia um momento de otimismo com o momento de abertura política e após a instauração do Plano Cruzado, uma mudança de moeda numa tentativa de parar a inflação, congelando e tabelando preços e salários. Segundo Ricardo Alexandre, quando o cruzado entrou em vigor, houve um aumento no poder de compra e no número de novos consumidores no mercado por causa da aparente estabilidade econômica: “À reboque, a música *pop* nacional viveu seus tempos de maior prosperidade” (2014, p. 266). A venda de discos cresceu exponencialmente e o gênero musical era o que mais tocava nas rádios, transformando o gênero em um *big business*, ou seja, em um grande negócio (ALEXANDRE, 2014).

Consequentemente, por parte dos artistas e da indústria musical, havia menos insegurança e mais pretensão de se fazer um trabalho mais “adulto”, “sério”. Com isso, surgiu a necessidade de uma maior sofisticação do *rock* brasileiro. Aliado a uma maior profissionalização e segmentação da indústria fonográfica nos 1980 provocadas pelas revoluções tecnológica e informacional, o *BRock* — e a música brasileira em geral — acabou produzindo suas obras mais bem-sucedidas e cultuadas, como os discos *Cabeça Dinossauro*, dos Titãs; *Selvagem?*, d’Os Paralamas; *Vivendo e Não Aprendendo*, do Ira!; *Rádio Pirata ao Vivo*, do RPM; *Dois*, do Legião Urbana; *Pânico em SP*, dos Inocentes; *Lulu*, de Lulu Santos; entre outros.

### **4. Uma análise dos videoclipes do *BRock* sob um viés tecno(contra)cultural**

A cartografia benjaminiana, método escolhido para ser utilizado neste trabalho, é colocada em prática através do mapeamento, adaptando o procedimento realizado na geografia ao espaço urbano, das metrópoles, buscando encontrar, através da ação do *flâneur* — figura inspirada no personagem

criado pelo escritor Charles Baudelaire —, que procura, caminhante à deriva, referências afetivas e subjetividades que muitas vezes estão escondidas, mas que também constituem a identidade daquele lugar. Dessa forma, o narrador benjaminiano visa “tornar familiar o que é estrangeiro e, ao contrário, estranho o que é familiar” (CANEVACCI, 2004, p. 105). O ato busca organizar os objetos empíricos em constelações, coleções e dissecações, levando em conta o agenciamento de sentidos, considerando também as afecções do pesquisador. Entre os motivos da escolha deste método, estão a possibilidade de, através dele, pensar as audiovisuais como paisagens técnicas pelas quais o pesquisador/observador percorre para construir a análise. Além disso, a cartografia evidencia as imagens dialéticas, ou seja, que apresentam uma coalescência de tempos e, conseqüentemente, tensões entre elas, o que pode ser aplicado na investigação das audiovisuais produzidas no ano de 1986 no Brasil, já que o país passava por um período de transição política, cultural e, portanto, audiovisual.

Em *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*, Massimo Canevacci (2004) afirma que a constelação, no contexto cartográfico, é interpretada como um deslocamento de fatos empíricos, da vizinhança ao distanciamento em relação ao sujeito cognoscente (CANEVACCI, 2004). Assim, “da constelação é possível deduzir a trama que liga os fatos empíricos, os quais podem assim se inserir no processo do despertar, da redenção, do acabamento” (2004, p. 113). Maria Filomena Molder (2010), em *Limiares e passagens em Walter Benjamin*, explica como se dá a organização desses agrupamentos: “As ideias são constelações eternas e quando os elementos são apreendidos como pontos em tais constelações, os fenômenos são dispersos e salvos ao mesmo tempo” (2010, p. 37). Já as coleções buscam categorizar os elementos sonoros e imagéticos organizando-os através de agrupamentos que seguem critérios de sentidos e afecções. As dissecações, utilizadas na metodologia das molduras proposta por Suzana Kilpp (2002), consistem em retirar os elementos audiovisuais do fluxo e analisá-las isoladamente em suas paradas, também agrupando-os em territórios de significação e levando em conta o agenciamento de sentidos provocados pelas montagens e pelas sobreposições de suas molduras.

Como procedimento metodológico inicial, desenvolvemos uma cartografia sobre os produtos audiovisuais, a partir da qual foi realizada uma *flânerie* que resultou na coleta de imagens relacionadas ao *rock* nacional dos anos 80, incluindo fotos de bandas e capas de LPs, além de uma pesquisa flutuante pelo YouTube, onde foram encontrados cerca de 30 videoclipes lançados em 1986. Dentre

esses materiais, foram selecionados nove vídeos — *Homem Primata*, dos Titãs; *Revanche*, do Lobão; *Alagados*, dos Paralamas; *Louras Geladas*, do RPM; *Envelheço na Cidade*, do Ira!; *Toda Forma de Poder*, do Engenheiros do Hawaii; *Tempo Perdido*, do Legião Urbana; *Fátima*; do Capital Inicial; e *Só o Fim*, do Camisa de Vênus — os quais tiveram suas imagens analisadas através de capturas de tela. Complementarmente, foram observados aspectos relacionados à história das músicas e dos clipes e ao contexto de sua produção. Com relação às capturas de tela, optamos por não fazer nenhuma edição ou tratamento, a fim de evidenciar características estéticas decorrentes das técnicas utilizadas para a produção dos videoclipes — como, por exemplo, as dimensões das imagens — e eventuais mudanças que ocorreram ao serem colocadas na plataforma de vídeos online.

Até o momento desta pesquisa, foram realizadas algumas coleções preliminares de videoclipes, a partir das quais foram identificadas características em comum, que deram origem aos seguintes agrupamentos temáticos: urbanidade, performatividade e factualidade.

Muitos dos clipes de rock brasileiro lançados em 1986 se passam em ambiente urbano e se inspiram nesse estilo de vida, que tem algumas características como a alta interação entre pessoas; diversidade de perfis, como pessoas de várias idades e classes sociais; alta ocupação de espaços públicos e privados; diversidade de meios de transporte (RENATO, 2011); efervescência cultural; vida noturna; boemia; entre outros aspectos. Como o videoclipe de *Alagados*, dos Paralamas, por exemplo, que foi gravado numa comunidade carioca, ou *Homem Primata*, dos Titãs, que foi gravado em sua maior parte no centro de São Paulo. Um clipe que não foi filmado em externa mas que simula um ambiente urbano e aborda questões que remetem a grandes cidades é o de *Louras Geladas*, do RPM, cuja história acontece numa boate. Outro videoclipe que também se enquadra nessa característica metropolitana é *Revanche*, do Lobão. Aprofundando-se nas coleções aqui organizadas, identifiquei que os clipes pertencentes a esse agrupamento podem apresentar dois tipos de sentidos. O primeiro é a utilização de imagens da cidade como crítica social, em que se encaixam *Homem Primata*, *Revanche* e *Alagados*. Já o segundo abarca como tema principal, tanto na música quanto na imagem, a questão dos relacionamentos amorosos, como em *Louras Geladas*.

FIGURA 1 – Frames de *Alagados*, *Homem Primata*, *Revanche* e *Louras Geladas*



Fonte: Capturas de tela produzidas pela autora.

Observando o primeiro subgrupo, é notável a presença do pessimismo nesses três videoclipes tal qual o sentimento que vigorava na época da ditadura — no caso, na primeira metade dos anos 1980 —, mas também se observa que, enquanto o clipe de *Homem Primata*, apesar de pessimista, se dá sonoramente e visualmente em um tom divertido, o clipe de *Revanche* apresenta como mensagem principal um discurso de revolta, e *Alagados* mostra uma realidade triste, ao mesmo tempo que tem um tom motivacional. No segundo, a música e o clipe falam de um assunto comum às canções e às músicas de *rock* no geral — a paquera —, mas de maneira não romantizada e desmistificada, evidenciando também materialidades da boemia, como bebidas e bordéis, presentes nas grandes cidades, sendo a vida noturna o aspecto das metrópoles que se destaca neste videoclipe.

Outra característica marcante identificada em alguns videoclipes foi a centralidade da performatividade. Praticamente todos os cliques observados têm como protagonistas as próprias bandas, mas algumas narrativas dos videoclipes são constituídas basicamente desse elemento. Exemplos dessa coleção são os cliques de *Envelheço na cidade*, da banda Ira!, e *Toda Forma de Poder*, do Engenheiros do Hawaii. No primeiro clipe desta coleção, a trama é constituída, em sua maior parte, dos integrantes tocando dentro de um salão antigo, em um ambiente pouco iluminado. Essa

ambientação traz uma sensação de maior sobriedade e, aliado à sonoridade mais lírica da canção, a postura dos integrantes enquanto dublam a música é mais contida. Já no segundo videoclipe, o grupo está em um ambiente externo e bem iluminado (gravado de dia), o que propicia uma maior exploração do espaço em cena, e a banda está com vestimentas que, apesar de padronizadas, são mais leves e casuais, dando um tom mais informal. Em consonância com a sonoridade da música voltada para o *ska* e para a *new wave*, os artistas apresentam uma performance mais expressiva e rebelde.

FIGURA 2 – Frames de *Envelheço na Cidade* e *Toda Forma de Poder*



Fonte: Capturas de tela produzidas pela autora.

O terceiro e último aspecto é o da factualidade, em que identifiquei uma frequente utilização de materialidades audiovisuais factuais, como fotos e vídeos de acontecimentos marcantes e de personalidades da história. Em uma verificação inicial, observo que essa coleção também pode ser subdividida em dois grupos: o primeiro apresenta um sentimento de nostalgia, que, apesar de melancólica, carrega uma mensagem principal de esperança. Já no segundo, está presente uma ideia de desilusão, pessimismo e ceticismo. Faz parte da primeira subcoleção o clipe de *Tempo Perdido* do Legião Urbana. Na segunda, encontram-se os clipes de *Fátima*, do Capital Inicial, e de *Só o Fim*, do Camisa de Vênus.

FIGURA 3 – Frames de Frames de *Fátima*, *Só o Fim* e *Tempo Perdido*



Fonte: Capturas de tela produzidas pela autora.

O clipe do Legião consiste no conjunto performando a canção (destaque para a expressiva e nada ortodoxa dança de Renato Russo, que querendo ou não representa uma quebra de padrões) e, na sua frente, uma televisão que mostra fotos de personalidades icônicas da história da música e do esporte, mas principalmente de ídolos do *rock* mundial, alguns já mortos. Assim, o clipe — indo de acordo com a letra da música — trabalha constantemente com a dualidade entre melancolia e resiliência, diferenciando-a, assim, das demais canções da coleção. O segundo subgrupo que engloba o aspecto da factualidade traz uma forte mensagem de desilusão e ceticismo, como em *Fátima*, que declara que não temos mais tempo, que o mundo vai acabar de forma trágica ou que vai piorar, e em *Só o Fim*, em que Marcelo Nova, vocalista do grupo, caminha sobre as dunas com uma expressão de tristeza e desilusão, enquanto são mostradas no vídeo imagens de guerra e destruição, como bombas, tanques de guerra, armas e crianças em situação de pobreza.

## Considerações finais

Este artigo teve como principal objetivo observar como as audiovisuais da tecnocultura se manifestam no rock brasileiro dos anos 1980, buscando investigar os diferentes tensionamentos presentes nas imagens e como elas evidenciam aspectos de contestação e ruptura com padrões culturais vigentes nessa época. Foram observados um conjunto de videoclipes de artistas do *BRock*, lançados no ano de 1986. A seleção desses videoclipes se deu em uma tentativa de dar a ver um panorama geral do movimento musical, levando em conta as singularidades sonoras e imagéticas de cada artista, contemplando bandas de diferentes portes e de diversas regiões do Brasil.

Dessa maneira, buscamos evidenciar o contexto histórico-cultural em que o *BRock* se desenvolveu, enfatizando o viés contracultural desse movimento musical e refletindo sobre como a tecnologia audiovisual disponível no Brasil na época influenciou a produção dos videoclipes de *rock* brasileiro no ano de 1986.

Assim, pode-se observar que, apesar do auge da contracultura ter se dado anos antes do surgimento do *BRock*, é possível identificar resquícios de seus princípios contestatórios no movimento musical, principalmente nas audiovisuais evidenciadas nos videoclipes aqui analisados. Mesmo que a redemocratização do Brasil tenha gerado, primeiramente, uma sensação de futuro próspero, os clipes de *rock* brasileiro lançados em 1986 ainda apresentaram uma mensagem crítica, buscando mostrar imagens que representassem as realidades nacional e mundial. Isso foi possibilitado pela tecnocultura audiovisual brasileira dos anos 1980, que conseguiu atualizar essas imagens de modo a potencializar a capacidade discursiva dos videoclipes do *BRock* e, conseqüentemente, fortalecer o movimento em seu aspecto questionador e de enfrentamento aos valores conservadores.

## REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80*

CALADO, Carlos. *Tropicália: a história de uma revolução musical*. Editora 34, 1997.

MERHEB, Rodrigo. *O som da revolução: Uma história cultural do rock 1965-1969*. Editora José Olympio, 2012.

CAMISA de Vênus - Só O Fim - Clip Original Remasterizado. *YouTube*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=841V5AjZOX0>>. Acesso em 13 jun 2022.

CANEVACCI, Massimo. Walter Benjamin, o antropólogo das metrópoles In: *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 2004.

CAPITAL Inicial - [1986] Fatima (Video Clip). *YouTube*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KHRGvHJHEcA>>. Acesso em 13 jun 2022.

DAPIEVE, Arthur. *BRock: o rock brasileiro dos anos 80*. Editora 34, 2015.

DE MORAES, Marcelo Leite. *Madame Satã: O templo do underground dos anos 80*. Lira, 2006.

DUARTE, Pedro. *Tropicália ou panis et circencis*. Editora Cobogó, 2020.

DUNN, Christopher. Prefácio. In: FENERICK, José Adriano (org.). *Nas trilhas do rock: contracultura e vanguarda*. 1. ed. Curitiba: Appris, 2021. p. 7-10.

ENGENHEIROS Do Hawaii - Toda Forma de Poder (Clipe Oficial 1986). *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mN6a1D7aUJk>>. Acesso em 12 abr. 2022.

FENERICK, José Adriano (org.). *Nas trilhas do rock: contracultura e vanguarda*. Curitiba: Appris, 2021.

FISCHER, Gustavo Daudt. Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisuais. *Para entender as imagens: como ver o que nos olha*, v. 1, p. 41-54, 2013.

HOLZBACH, Ariane Diniz. Convergência na cultura musical: O videoclipe como sintoma da “revolução” analógica dos anos 80//CONVERGENCE ON MUSICAL CULTURE: THE MUSIC VIDEO AS A SYMPTOM OF THE ANALOGUE “REVOLUTION” OF THE 80S. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, v. 12, n. 2, p. 340-359, 2014.

IRA! - Envelheço na cidade (original - 1986). *YouTube*. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=2Xmu0I\\_nhpw](https://www.youtube.com/watch?v=2Xmu0I_nhpw)>. Acesso em 12 abr. 2022.

KILPP, Suzana. *Ethnicidades televisivas*. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

KILPP, Suzana et al. *Tecnocultura audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

KUHN, Lucas Bortolini et al. O ROCK, A CONTRACULTURA E A DEMOCRACIA BRASILEIRA. *La Saeta Digital: Investigación Jurídica*, março, 2017. Vol. 2. No. 1. Disponível em <<https://www.unae.edu.py/ojs/index.php/invjuridica/article/view/30>>. Acesso em 22 out. 2021.

LEGIÃO Urbana - Tempo Perdido (Video Clipe Oficial). *YouTube*. Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=SAIOfCg1F\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=SAIOfCg1F_E)>. Acesso em 13 jun 2022.

LISTER, Martin et al. *New media: A critical introduction*. Routledge, 2009.

OS PARALAMAS do Sucesso. Alagados/ De Frente Pro Crime (Video Clip). *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o7N76QdXc6E>>. Acesso em 12 abr. 2022.

PEREIRA, Carlos Alberto M. *O que é contracultura*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1985. (Coleção Primeiros Passos).

PORFÍRIO, Francisco. *Contracultura*. Mundo Educação. Disponível em <<https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/contracultura.htm>>. Acesso em 19 out. 2021.

RENATO. O conceito de Urbanidade. *Urbanidades: Urbanismo, planejamento urbano e planos diretores*. 25 set 2011. Disponível em: <<https://urbanidades.arq.br/2011/09/25/o-conceito-de-urbanidade/>>. Acesso em 4 jul 2022.

REVANCHE - Lobão - Clipe Original - Ano 1986 (HQ). *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=glu-soXiYYE>>. Acesso em 12 abr. 2022.

RPM Loira Gelada 1986 (Video Original). *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KKXZS7rdXAk>>. Acesso em 12 abr. 2022.

SHAW, Debra Benita. *Technoculture: The key concepts*. Routledge, 2020.

SOARES, Thiago. *A estética do videoclipe*. Editora da UFPB, 2013.

TITÃS (Oficial). #tbtTitãs 1986 - Homem Primata [TBT]. *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5OrdXHiO1Qo>>. Acesso em 12 abr. 2022.

## **SOBRE OS AUTORES**

Ananda Zambi de Albuquerque é mestranda em Ciências da Comunicação, com ênfase em Mídias e Processos Audiovisuais, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e bacharela em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Integra o grupo de pesquisa Audiovisualidades e Tecnocultura: comunicação, memória e design (TCAv). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4679-7356>. E-mail: [anandaza94@gmail.com](mailto:anandaza94@gmail.com)

Tiago Ricciardi Correa Lopes é docente da Escola da Indústria Criativa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), atuando nos níveis de graduação e pós-graduação. É pesquisador colaborador no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Linha de Pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais / Grupo de Pesquisa Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv). Desenvolve pesquisas na área de Comunicação sobre temas relacionados à tecnocultura digital e audiovisual. Possui graduação em Publicidade e Propaganda pela ESPM-Sul, mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação pela UNISINOS. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1743-1707>. E-mail: [tricciardi@unisinis.br](mailto:tricciardi@unisinis.br)