

# MTV Brasil consolidou o BRock

A MTV Brasil, que estreou em 20 de outubro de 1990, desempenhou papel fundamental na explosão do rock brasileiro durante os anos 1990 e início dos 2000. A emissora não apenas exibia videoclipes, mas se tornou plataforma essencial para a divulgação e consolidação do movimento que ficou conhecido como BRock que explodiu uma década antes com bandas como Barão Vermelho, Paralamas do Sessão, Legião Urbana, Titãs, Blitz e Jid Abelha, entre outras.

A versão brasileira da MTV pavimentou os caminhos de uma

segunda geração de bandas como Chico Science & Nação Zumbi, Skank, Charlie Brown Jr., Jota Quest, O Rappa, Raimundos, Pato Fu e Los Hermanos quer tiveram na emissora - trazida aos países pelo Grupo Abril - um espaço privilegiado para alavancar suas carreiras.

A MTV Brasil promovia eventos como o Rockgol (campeonato de futebol entre bandas), o VMB (Video Music Brasil) e programas especiais que aproximavam artistas do público, criando uma cultura participativa única. A interatividade era marca registrada: telespecta-



*Versão brasileira do canal, a MTV Brasil estreou por aqui em 1990*



*'Sledgehammer', de Peter Gabriel*



*'November Rain', do Guns N' Roses*



*'Smell Like Teen Spirit', do Nirvana*

dominou os videoclipes mais assistidos no Brasil em 2024, enquanto gêneros como gospel, forró e sertanejo também marcaram presença significativa. Revelou-se uma ampla diversidade dos gostos musicais no país e, com ela, a fragmentação das audiências.

O surgimento do TikTok alimentou o debate. A plataforma mudou a forma como músicas se tornam virais e alterou a própria estrutura dos clipes. Agora as narrativas visuais são veiculadas em trechos de 15 a 60 segundos para que possam ser trends e memes. E o clipe tradicional passa a funcionar muitas

vezes como repositório de material para ser fragmentado e recombinação pelos usuários, perdendo sua integridade como obra fechada. Temos aqui uma transformação radical na própria concepção do que significa criar conteúdo visual para música.

Paradoxalmente, enquanto os canais dedicados a videoclipes desaparecem da televisão, a produção de conteúdo visual para música nunca foi tão intensa. Artistas continuam investindo recursos significativos em videoclipes. A diferença fundamental é que esses vídeos não são mais pensados para exibição em

dores podiam votar em videoclipes pelo telefone no programa Disk MTV, ajudando a popularizar as bandas e democratizando o acesso à fama.

Os VJs da MTV Brasil se tornaram verdadeiros ícones culturais, influenciando não apenas o consumo de música, mas também moda, comportamento e linguagem de toda uma geração. Entre os mais memoráveis estava Thunderbird, conhecido por seu estilo irreverente e despojado. Completam a lista Zeca Camargo, Gastão Moreira, Penélope Nova, Fábio Massari, As-

trid Fonetnelle, Fê Paes Leme, Sarah Oliveira, Edgard Piccoli, Maria Paula, Marcelo Adnet, Luisa Mell, Marcos Mion, Didi Wagner, Cazé Peçanha, João Gordo e André Piunti, cada um contribuindo com seu estilo único para a identidade de uma emissora plural que deixa saudades.

A morte dos canais de videoclipes da MTV deixa um rastro de melancolia de uma geração que cresceu tendo o canal como referência cultural central e agora vê desaparecer até mesmo os últimos vestígios daquela experiência. (A. N.)



*'Sabotage', do Beastie Boys*



*'Waterfalls', do TLC*



*'Hey Ya!', do OutKast*

tria musical. A monetização direta através de anúncios nas plataformas digitais raramente cobre os custos de produções elaboradas, forçando artistas e gravadoras a repensarem suas estratégias.

A questão tecnológica também

não pode ser ignorada. A democratização dos meios de produção audiovisual permitiu que videoclipes sejam feitos com orçamentos infinitamente menores do que era possível nos anos 1990, mas também banalizou a linguagem visual. Quando qualquer pessoa com um smartphone pode produzir e distribuir conteúdo audiovisual, o videoclipe perde parte de

seu status como produto cultural diferenciado. E, finalmente, a profusão de conteúdo gerado por usuários, lyric videos, visualizers e outros formatos híbridos embaralha as fronteiras entre o que é e o que não é um videoclipe, tornando a própria definição do formato cada vez mais fluida e contestada.

E fica uma pergunta em aberto sobre o futuro da relação entre música e imagem em movimento. Se o videoclipe como o conhecemos está

morrendo, o que está nascendo em seu lugar? Essa resposta ainda está

sendo escrita nas telas de milhões de smartphones ao redor do mundo.