**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**
**CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS**
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**
**CURSO DE CINEMA E AUDIOVISUAL**

AMANDA MENDES
MARCOS DA SILVA SANTOS

# Podcast Pirulito POP - O desenvolvimento dos clipes musicais nas perspectivas da cultura pop

**Memorial Descritivo**

São Cristóvão - SE
2023

AMANDA MENDES
MARCOS DA SILVA SANTOS

# Pirulito POP - O Desenvolvimento dos Videoclipes Musicais nas Perspectivas da Cultura Pop

## Memorial Descritivo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe, para a obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual, sob a orientação do Prof. Dr. Leonardo Pastor Bernardes Rodrigues.

São Cristóvão - SE
2023

AMANDA MENDES
MARCOS DA SILVA SANTOS

**Pirulito POP - O Desenvolvimento dos Videoclipes Musicais nas Perspectivas da Cultura Pop**

Aprovado (a) em: _____

Banca Examinadora:

_____

Dr. Leonardo Pastor Bernardes Rodrigues
Orientador (DCOS/UFS)

_____

Dr. Mário César Pereira Oliveira
(DCOS/UFS)

_____

Dr. Danielle Panfertieff de Noronha
(Membro Externo)

*A todos os passos e tropeços que nos fizeram chegar até aqui.*

## DEDICATÓRIA E AGRADECIMENTOS DE MARCOS

Para Everton (in memoriam), meu primo, que de onde estiver, sei que estaria orgulhoso de mim e festejaria mais uma vitória na minha vida. Sinto uma imensa saudade e amor por ele.

Agradeço a todas as pessoas que colaboraram para esse momento acontecer. À Mainha, vulgo Dona Gal, sem a força dessa mulher, esse momento não existiria. Mesmo com todas as intempéries da vida e a falta de valorização de sua profissão, ela viu seu filho se formar em um curso, algo que seria inimaginável para ela. Ela trabalhou muito para garantir que os estudos fossem prioridade em minha vida. A essa mulher, devo a vida. Aos meus irmãos e irmãs, que mesmo à distância, serviram de referência e exemplo de força para que eu continuasse essa jornada tão louca e difícil: Muriel, Mariane e Maria Eunice. Aos meus outros irmãos que escolhi para a minha vida, Amanda, Eric e Lara, que sempre me dão colo e conforto quando preciso desabar. Com eles, consigo recarregar todas as minhas energias para assim voltar a ser forte e continuar caminhando.

Aos meus colegas e amigos que ganhei durante este curso, Juliana, Diandra, Tiko, Teko, Edu, Mony, Caio, são minhas referências que sempre levarei comigo e que nunca esquecerei. Aos meus amigos e colegas de trabalho, Gustavo, Michael, Bea e Triz, com eles minha vida se torna mais leve, aprendo e cresço profissionalmente e pessoalmente. Aos meus amigos da minha cidade que vivem a mesma loucura que eu, Kassia e Duda vivenciamos momentos incríveis e noites agitadas que sempre estarão marcadas quando eu pensar nessa caminhada. Ao meu amigo Diogo, que mesmo distante de mim foi responsável por acalentar meu coração às vezes ansioso e um pouco deprimido. Aos meus amigos de Tucano, cidade natal, Mari Ramos, Yrllan, Sara, Sannin, Tati, Felipe, Charles, Maria Antonia, Deff, Eduardo que mesmo de longe torceram e me desejaram sorte e prosperidade.

A todos os professores e professoras que fizeram esse momento ser possível, eu agradeço em especial, Leonardo Pastor que dedicou um tempo da vida dele para embarcar nesse projeto, foi paciente e dedicado, sempre dando dicas muito pontuais. Finalizo essa dedicatória agradecendo a minha companheira e melhor amiga, Amanda, sem ela nada disso aqui faria sentido, obrigado por topar e desenvolver nossas loucuras e por estar comigo nesse momento muito importante.

## DEDICATÓRIA E AGRADECIMENTOS DE AMANDA

Para minha avó, dona Linda, a paixão da minha vida, um dos meus maiores apoios para que eu entrasse e me mantivesse na universidade, infelizmente não verá em corpo, mas com certeza deve estar vibrando comigo e muito orgulhosa. Saudades eternas, vó!

Agradeço infinitamente a todos que contribuíram para a minha chegada até aqui. A Deus que me sustentou e me segura em seu colo mesmo nos momentos mais difíceis.

Aos meus pais, Edna e Wellington, que sempre me tiveram como prioridade em suas vidas, derramaram cada gota de suor para que eu pudesse ter as oportunidades que eles não tiveram e me fortaleceram a manter meus sonhos vivos. À eles que sempre me mostraram o valor do estudo e da bondade,  os amo e os celebro imensamente. Ao meu irmão e melhor amigo, Pedro, que me leva para cima e nunca me deixa sozinha ou triste, te admiro imensamente, irmão.

Ao meu amor, Allan, que me levanta nos momentos mais difíceis, que é meu braço direito e esquerdo, que me cuida e ama como ninguém. Obrigada, meu bem por seguir nessa jornada comigo.

Ao meu amigo, Markinhos, que foi meu suporte não somente neste trabalho, mas desde 2018 quando a vida foi maravilhosa comigo e te trouxe até mim. Aos meus amigos que são casa e família, Wendell e Kassia, por me fazerem sentir conforto e felicidade e não desistirem de mim, mesmo quando passo meses sem responder no WhatsApp. Saudades imensas!

À Juliana, Tiko, Dudu, Breno, Diandra, Mony, Gustavo, Caio e Teko que são minha fonte de inspiração e admiração eterna. Vocês estão sempre no meu coração!

A Tepha, que mesmo distantes, segue sendo minha melhor amiga e a maior referência que eu tive pra decidir estudar cinema e ir para Aracaju. Você é inspiradora demais e sempre te amarei.

A minha comadre e fotógrafa favorita, Gabriela e meu afilhado Dendê, que têm sido minha maior sorte de 2023, meus alívios, assistencia, café com canela e abracinhos, mesmo nos dias ruins, obrigada por tanto minha amiga, sem o nosso encontro, esse projeto teria sido muito mais difícil de se finalizar.

A minha referência, a artísta da família e o maior talento que conheço, Thata, que é gigante e me inspira sempre a ser melhor.

## RESUMO

A linguagem audiovisual é incrivelmente versátil e tem a capacidade de transcender barreiras culturais e fronteiras geográficas. Essa característica também é compartilhada pelo podcast, que, apesar de sua relativa juventude como formato de mídia, demonstrou ser altamente adaptável e capaz de explorar uma variedade de tópicos. Neste trabalho, nossa missão é explorar a vasta linguagem do podcast para lançar luz sobre um formato de mídia quase tão jovem quanto ele: o videoclipe.
Vamos traçar conexões entre as maravilhas e contradições da cultura pop por meio da história do videoclipe. Este projeto consiste em uma temporada de seis episódios de um podcast, juntamente com o episódio piloto já gravado. Em cada episódio, oferecemos uma análise aprofundada de diversas temáticas que entrelaçam a cultura pop e o videoclipe, tudo isso apresentado através de nosso olhar e experiências pessoais.



**Palavras chave:** Cultura POP; videoclipe; música; Indústria cultural; Podcast; MTV; Televisão.

## LISTAS DE FIGURAS

Figura 01- A Hard Day's Night ……..……..……29

Figura 02 - Clipe de Bohemian Rhapsody……30

Figura 03 - premiação do VMA (1984)...…..……..……..33

Figura 04 - Não Inviabilize.....…….….42

Figura 05 - Para tudo……..……....42

Figura 06 - Um Milkshake chamado Wanda …….……..……42

Figura 07- Gravações dos brutos do episódio piloto……..43

Figura 08 - Programa Zencastr durante a gravação……..44

Figura 09 - Reunião de ajustes do primeiro corte……..……....45

Figura 10 - Primeira reunião para ouvir os áudios brutos com o editor……..45

Figura 11 - Prints da timeline de edição……..….46

**SUMÁRIO**

Introdução ..... 10

1. Podcast como veículo de comunicação informativa ..... 14

2. Perspectivas da Cultura POP e o desenvolvimento do videoclipe ..... 19

2.1 Indústria Cultural e sua relação com a cultura POP ..... 19

2.2 Arte no contexto das mídias ..... 23

2.3 MTV e a potencialização do videoclipe ..... 27

3. Podcast Pirulito POP - o desenvolvimento dos clipes musicais nas perspectivas da cultura pop ..... 34

3.1 Concepção do projeto ..... 34

3.2 Etapa de pré-produção do projeto ..... 38

3.2.1 Concepção da estética visual ..... 41

3.3 Etapa de produção do podcast ..... 42

3.4 Etapa de edição e pós produção ..... 45

3.5 Divulgação e postagem do episódio ..... 47

Considerações finais ..... 47

Referências ..... 49

Apêndices ..... 51

A: Bíblia contendo argumentos ..... 51

B: Roteiro do episódio piloto ..... 56

C: Identidade visual ..... 70

D: Link do primeiro episódio ..... 70

## Introdução

O videoclipe é a mídia que dita muitas realidades e uma delas foi o que definiu nosso maior contato com a música, assim como a cultura pop nos escancarou a paixão pelo audiovisual. A cultura pop é uma parte significativa das nossas vidas, moldando nossas referências, gostos e até mesmo nossas identidades. Ela é alimentada por uma infinidade de influências, mas uma das mais poderosas é o meio audiovisual, que inclui a televisão e, mais recentemente, a internet.

Neste documento, apresentaremos um projeto prático experimental de um episódio piloto[1] de um podcast, e também, uma espécie de bíblia de série[2] que contenha nela a informação do que será desenvolvido ao decorrer da produção deste produto, no qual mergulhamos fundo na intersecção entre a cultura pop e o mundo audiovisual. Nossa jornada nos levará por uma linha histórica que começa com a cultura televisiva, explorando como a televisão influenciou e moldou a cultura pop ao longo das décadas. Em seguida, examinaremos o papel essencial da internet como um meio contemporâneo que continua a desempenhar um papel vital na construção da cultura pop.

No primeiro capítulo, é apresentado o macro do projeto em que é discutido o desenvolvimento histórico do podcast no mundo e sua perpetuação no Brasil, além de como utilizá-lo como veículo de informação para práticas educativas, pontuamos todas as informações cabíveis para entender como o seguimento do podcast foi relevante para que tenhamos escolhido esse formato para prosseguir com o projeto.

As discussões propostas no segundo capítulo definem os conteúdos que são tranformados em temas do nosso projeto experimental, por se tratar de um podcast que pauta a cultura pop e suas problemáticas. Neste capítulo, apresentamos uma discussão que se inicia com entendimento do termo da indústria cultural, críticas e esvaziamentos que são atribuídos a ela , logo após, traremos uma contraproposta a todos esses questionamentos, tentamos aqui não tratar essa discussão de forma binária, e sim, apresentar outras proposições discursivas sobre as artes que surgem aos meios midiáticos, mas que fogem de definição óbvia e purista que não leva em consideração sua pluralidade, falaremos sobre o desenvolvimento da televisão

[1] Apêndice D (p. 71)

[2] Apêndice A (p.51)

como veículo de comunicação e de gêneros audiovisuais que surgem em meio a essa veiculação, no final do capítulo, apresentamos o videoclipe como o exemplo direto de um gênero audiovisual presente que se encaixa nessa dinâmica, representando uma forma de arte que merece uma análise mais aprofundada.

O terceiro capítulo discorre em tópicos todo o processo de concepção deste projeto e como ambos os artistas chegaram até o que é apresentado no podcast Pirulito Pop. Para a realização desse produto se fez necessário a criação de um roteiro[3] detalhado do primeiro episódio piloto, além também da criação de bíblias de série para a organização das ideias centrais.

Um ponto importante a se citar, é que este podcast não se limita apenas a fatos históricos e análises frias; também incorporamos opiniões populares e do senso comum, tornando a discussão acessível a todos. Afinal, a cultura pop é uma experiência compartilhada e todos têm algo a dizer sobre isso. Também compartilharemos nossas próprias perspectivas e opiniões, tornando cada episódio uma conversa envolvente sobre a cultura pop e o audiovisual.

É impossível introduzir este projeto, sem mencionar o motivo principal que nos trouxe até aqui. O encantamento pela cultura pop e o videoclipe fundamentou a nossa amizade e esse é um projeto muito antigo, discutido há anos de como gostaríamos de idealizar. Poder compartilhar sobre temáticas que constituem grande parte de nossas personalidades e como podemos reconhecer essa relevância, é um grande desejo nosso.

Algo que nos fez construir o nosso senso de crítica artística deve muito ao momento que compartilhamos coisas tão particulares e tão parecidas que sempre perpassa a cultura pop de uma forma geral, por conta dela nossos mundos se encaixaram, o que possibilitou construirmos uma amizade tão longa e verdadeira. Nesse sentido, descobrimos que o audiovisual era o ponto principal que permitia que acessássemos esses conteúdos, então, porque não atentarmos sobre isso?

A primeira ideia surgiu quando queríamos construir um podcast no qual pudéssemos falar sobre os lançamentos diários de videoclipes da música pop brasileira e internacional, percebemos que ao relacionar a cultura pop ao videoclipe, não poderíamos trazer pontos de vistas tão bem construídos se não

[3] Apêndice B (p.56)

conseguíssemos entender toda história dessas artes e em qual estrutura social que ela se encontrava.

Nosso podcast, "Pirulito POP", não é apenas uma exploração do audiovisual na cultura pop, mas também uma aventura pelo tempo e espaço. Queremos levá-los em uma viagem fascinante, onde fatos históricos se misturam com opiniões e discussões contemporâneas, tudo cuidadosamente roteirizado para manter os ouvintes envolvidos e entretidos durante nossos episódios de 50 a 70 minutos.

Através do áudio queremos que o ouvinte possa sentir e compreender o universo da cultura pop e que possa reconhecer o gênero videoclipe. Nossa abordagem é a combinação perfeita de informação e diversão, onde a estética sonora é tão importante quanto o conteúdo que compartilhamos.

Nossa maior intenção é criar uma atmosfera descontraída e amigável com comentários leves e risos, enquanto exploramos temas sérios e cativantes. Queremos que os ouvintes se sintam como se estivessem em uma conversa animada com amigos, enquanto mergulham nas nuances da cultura pop e do audiovisual.

Nossos episódios são fundamentados em pesquisas acadêmicas, mas também em nossas próprias experiências pessoais como entusiastas da cultura da POP. Essa combinação nos permite oferecer um conteúdo embasado e autêntico, enriquecendo nossas discussões e fornecendo uma perspectiva única ao longo da temporada.

O processo de escolha para a realização de um podcast foi na verdade quase um longo acaso, nós tínhamos uma ideia de produzir conteúdo sobre nossas paixões em comum desde 2018, quando nos conhecemos. Inicialmente falamos sobre produzir vídeos no YouTube, mas com os percalços da vida e a pandemia do COVID-19, acabamos nos afastando. Com a volta da normalidade pós-pandêmica, retomamos nossa amizade e percebemos como coincidentemente havíamos começado a consumir podcast assiduamente e notamos também como esse novo formato cresceu durante 2020 e 2021, isso acabou nos trazendo outra referência da adolescência que compartilhamos, em que ouvíamos muita Rádio FM, calhou que na mesma época tivemos uma matéria de produção sonora no curso e uma das

opções ofertadas foi produzir um podcast e então surgiu uma nova paixão em comum na nossa amizade. Além disso, através de uma simples pesquisa, ficou notável para nós como a mídia podcast cresceu e desenvolveu-se, e com isso originou-se uma nova demanda de novos formatos para serem levados até ela. De acordo com o PodPesquisa[4], de 2020 e 2021, houve um crescimento de até 100% nas produções de podcast nas plataformas digitais, durante a pandemia do COVID-19. E também é relevante a flexibilidade da produção de podcast, nele há a possibilidade de realização de qualquer gênero narrativo e isso se encaixou muito com a nossa necessidade de comunicar sobre temas específicos misturando a pesquisa acadêmica com uma linguagem mais fluida, nossas opiniões e vivências pessoais.

Por fim, acreditamos que construir um programa que ressalte a importância da cultura da MTV nas nossas vidas, desvenda muito sobre nossos gostos e motivações no caminho das artes, tudo em volta dessas memórias nos faz refletir sobre como acessamos a cultura de uma forma geral, antes de chegarmos a construir um gosto particular atravessamos o massivo, como pessoas sem muito acesso por falta de dinheiro. Os veículos massivos como televisão, internet e dvd 's foram nossas formas de construir gostos e consequentemente definir nossa personalidade artística.

[4] Podpesquisa: É a primeira pesquisa do Brasil focada exclusivamente na cadeia produtiva de podcast produzida pela Associação Brasileira de Podcasters. Link: https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultado-ATUALIZADO.pdf

## 1. Podcast como veículo de comunicação informativa

A origem do podcast está associada ao blog, estabelecendo uma relação entre essas tecnologias que perdura até os dias atuais. Portanto, é razoável afirmar que a fase inicial da história do podcast é marcada pelo surgimento dos primeiros blogs. Nos anos 2000, surgiu de maneira natural a ideia dos *audioblogs*, que consistem na disponibilização em formato MP3 de gravações em áudio relacionadas aos conteúdos das postagens. Essa abordagem aproximava-se da dimensão educacional dos blogs, oferecendo uma nova forma de apresentar informações aos usuários por meio de arquivos de áudio.

Adam Curry, ex-VJ da MTV e responsável pela materialização do podcast, dedicou 4 anos de sua vida a desenvolver a estrutura do que conhecemos hoje como Podcast, nos anos 2000 esse ainda não era o nome dado para esse formato de comunicação, — na época denominado *iPodder* — ele mobilizava para incluir áudios digitais em *softwares* de assinatura digital por demanda, o sistema desenvolvido por ele era chamado *enclosure.*

No entanto, não conseguiu levantar apoio para utilizar essa ferramenta, ele acabou seguindo por outros caminhos para a elaboração do formato e o principal intuito tornou-se transformar em áudios de fácil acesso através de assinaturas por demanda, além de disponibilizá-los com facilidade em *blogs.*

A ferramenta ainda era considerada muito instável, de acordo com Eugênio Paccelli Aguiar Freire (2017), Curry acreditava em um tipo de desenvolvimento livre desse formato, então o liberou em um código aberto para que pessoas de fora pudessem contribuir efetivamente com o progresso do que viria a se tornar o Podcast. Essa atitude foi fundamental para o estabelecimento desse formato como uma “tecnologia livre” (FREIRE, 2017), o que segue até hoje sendo importante para a propagação e popularização dessa linguagem. Aqui está um dos motivos pelo qual o podcast tomou caráter categorizador com o amplo interesse de pessoas em produzir conteúdos. O modelo de distribuição aberta é a principal razão para esse acontecimento, pois permite que qualquer pessoa consiga compartilhar o áudio de forma independente, o que permitiu que educadores e criadores de conteúdo explorassem uma variada gama de possibilidades criativas para informar o público que surgiu nessa relação de ouvir áudio online. Essa flexibilidade abriu caminho

para a criação de programas educativos, palestras, discussões acadêmicas, tutoriais e uma infinidade de outros conteúdos que podem ser facilmente acessados e consumidos por qualquer pessoa interessada.

Segundo Karla Michelle de Meneses Caeiro Braga (2018), quando analisa no viés da mídia como a internet, coloca que o acesso amplo tomado por um público é possível por conta de uma estratégia de divulgação através de sites relacionados ao conteúdo de interesse do público. É uma estratégia eficaz para alcançar um público-alvo específico e envolvido. Ao associar o podcast a um site que já compartilha informações relevantes para o público, você está aproveitando o interesse existente e direcionando a atenção dos visitantes para o conteúdo de áudio relacionado por meio de "chamadas" ou menções, cria uma sinergia entre os dois formatos, isso não apenas ajudava a aumentar a visibilidade do podcast, mas também permitia que os ouvintes já engajados com o site descobrissem e experimentassem o conteúdo em formato de áudio. Esse formato de relação é muito interessante para estabelecer uma comunidade em torno de um interesse em comum, na tentativa de multiplicar os consumidores que viram ouvintes para o podcast.

> Note-se que a interação entre o produtor e o consumidor de conteúdo passa a ser muito mais frequente e intensa, pois este receberá o conteúdo veiculado por aquele sem qualquer necessidade de visitas frequentes ao site para verificar se há novo conteúdo disponível. O conteúdo chega até o ouvinte, o que acaba “fidelizando o cliente”. (BRAGA, 2018, p. 04)

Atualmente, essa relação de consumo do podcast está muito atrelado às plataformas de streaming, como Spotify, Deezer, Youtube e etc, que reforçam esse consumo, já que possuem um grande investimento nesse formato desde o crescimento que houve do mesmo na época da pandemia do COVID-19. Outra relação de consumo que há é o fato de que a maioria dos criadores de conteúdo na internet acabaram aderindo a esse formato e os espectadores desses criadores acabaram consequentemente consumindo esses novos produtos.

O *podcast,* por ser uma mídia com um formato novo, ainda encontrava alguns obstáculos em seu uso, isso decorrente de diversos fatores, mas o principal, de

acordo com Braga (2018), era a falta de popularização desse meio, fazendo com que consequentemente um grande público desconhecesse da existência dessa mídia. No entanto, isso é um obstáculo vencido nos dias de hoje, já que, como citado acima, o podcast se encontra mais difundido através das plataformas e dos criadores de conteúdo digital.

No passado, isso ocorria principalmente na população acima dos 35 anos, pois, de acordo com uma pesquisa realizada entre ouvintes de podcast em 2014, conhecida como PodPesquisa[5], é analisado que o perfil da maioria dos ouvintes tinha a idade média de 25 anos. A autora afirma que “Esse dado é relevante, pois, por meio dele, é possível notar que boa parte dos ouvintes está na faixa de idade em que a educação está mais presente: “no ensino médio e no ensino superior, ou seja, a média de idade reforça a possibilidade de aplicação da mídia na educação, em especial nos níveis médio e superior.” (BRAGA, 2018, p. 5)

É interessante observar como o Brasil acompanhou de perto o surgimento e a evolução dos podcasts desde o início. Isso demonstra a rápida adoção de novas mídias e tecnologias de comunicação pelo público brasileiro, bem como a capacidade de criar conteúdo original e diversificado. Assim como Lúcio Luiz (2010), analisa os primeiros podcasts brasileiros, que se assemelhavam a programas de rádio ao vivo, que refletiam a simplicidade e a natureza experimental desse formato na época. À medida que a popularidade dos podcasts cresceu e mais pessoas aderiram a essa forma de mídia, houve uma diversificação significativa nos temas, estilos e abordagens de produção.

De acordo com os autores Lucio Luiz e Pablo de Assis (2010), em 2005, ocorreu a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), um evento pioneiro no Brasil dedicado ao podcasting. Foi realizado nos dias 2 e 3 de dezembro em Curitiba/Paraná, com a organização de Ricardo Macari e o apoio de Eddie Silva, um podcaster, e a cervejaria Kaiser. Atualmente, o evento faz parte do Fórum de Mídias Digitais e Sociais. Durante a PodCon 2005, também foi

[5] Disponível em: http://www.podpesquisa.com.br.

estabelecida a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), com Maestro Billy, um podcaster, sendo eleito por unanimidade como presidente.

O *"podfade"*, que se refere ao fim de vários podcasts, ocorreu em 2005 e afetou tanto o Brasil quanto o resto do mundo, pois muitos podcasts deixaram de ser produzidos por uma variedade de razões, levando a um declínio temporário na cena de podcasting. Isso afetou projetos como o Prêmio Podcast e novas edições da PodCon, que tiveram que ser adiados devido ao declínio na produção de podcasts na época (ASSIS E LUIZ, 2010). No entanto, o podcasting se recuperou e continuou a crescer nos anos seguintes, tornando-se uma mídia popular e diversificada com uma ampla gama de programas e conteúdos disponíveis.

Em meados de 2006, com poucos remanescentes da "primeira geração" de podcasters ainda publicando, vários novos podcasts surgiram e a mídia voltou a ter um crescimento. Esse crescimento se intensificou a partir de 2008, quando o Prêmio iBest, um dos principais prêmios brasileiros voltados para a internet, incluiu a categoria "podcast" para julgamento exclusivo por voto popular. O vencedor dessa categoria foi o Nerdcast, seguido por Rapaduracast e Monacast, todos representantes dessa "nova geração" de podcasts. O Nerdcast começou em 2006, o Rapaduracast também em 2006, e o Monacast em 2008 e todos eles ainda são produzidos regularmente até hoje. Isso demonstra a vitalidade e o crescimento contínuo do podcasting no Brasil.

No entanto, é possível notar que novos programas surgiram, inspirados em formatos de rádio voltados para o público jovem. Essa abordagem combinava humor, habilidades técnicas e uma abordagem descontraída que atrai um público amplo. A inclusão de trilhas sonoras e efeitos sonoros pode adicionar um elemento adicional de entretenimento e imersão aos podcasts, tornando-os mais atraentes para os ouvintes.

Em 2008, ocorreu a primeira edição da PodPesquisa, que foi a primeira ação voltada para analisar o perfil dos ouvintes brasileiros de podcast. A pesquisa inicial contou com 436 respostas. No ano seguinte, em 2009, a pesquisa foi realizada novamente e recebeu 2.487 questionários válidos, indicando um crescente interesse

e participação da audiência brasileira no meio do podcasting (LUIZ E ASSIS, 2010, p. 5 ).

Segundo dados retirados do PODPESQUISA (2021), indicam que no início da pandemia de COVID-19, houve uma queda na audiência de podcasts, que foi sentida por muitos produtores e refletida nos números. Enquanto em outros países essa queda começou a se reverter a partir do final de abril de 2020, no Brasil, os piores meses foram entre o final de abril e o final de maio de 2020. O retorno no Brasil foi impulsionado, principalmente, pelos podcasts que também são transmitidos pelo YouTube, atingindo o pico em novembro de 2020. O crescimento na audiência de podcasts nas plataformas foi relatado, variando de 16% a 100%, mas esses números precisam ser validados por pesquisas específicas. Com base nos dados de ouvintes em 2019, estima-se que o Brasil atualmente tenha entre 20 milhões e 34,6 milhões de ouvintes de podcasts.

A produção de programas de qualidade, independentemente do estilo, requer um esforço contínuo, criatividade e dedicação por parte dos produtores. À medida que mais pessoas descobrem o potencial dos podcasts como meio de comunicação, é provável que continuemos a ver uma variedade de programas surgindo, desde os mais leves e descompromissados, até os mais informativos e educacionais. O podcasting é um meio versátil que pode atender a uma ampla gama de interesses e estilos, e isso é parte do que o torna tão cativante e dinâmico.

Atualmente, os podcasts conquistaram definitivamente o coração dos brasileiros, e isso fica evidente ao analisarmos o DataReportal[6] de 2023. O Brasil desponta como líder mundial no consumo desse formato, com impressionantes 42,9% dos usuários de internet na faixa etária de 16 a 64 anos ouvindo podcasts semanalmente. Uma estatística que ressalta o quão enraizado está esse hábito na cultura brasileira.

Em média, as pessoas em todo o mundo dedicam cerca de uma hora diária à apreciação de podcasts, tornando-os uma parte essencial de suas vidas. As projeções da eMarketer são igualmente impressionantes, apontando para a

[6] DataReportal: pesquisa global aprofundada no meio digital, é usada, desde 2011, como uma das principais fontes de dados para entender o comportamento humano com a internet. Fonte: https://v4company.com/blog/marketing-digital/global-overview-report-2023.
Disponível em:
https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-online-audio-captures-more-of-our-attention

expectativa de que, até 2024, um quarto da população global já tenha aderido a essa forma de conteúdo auditivo.

À medida que o consumo de conteúdo em formato de vídeo continua a crescer, surge uma nova tendência empolgante: os videocasts. Essas transmissões ao vivo dos podcasts em desenvolvimento compartilham algumas características fundamentais. Normalmente, reúnem mais de dois participantes, todos com seus fones de ouvido e microfones cuidadosamente posicionados sobre uma ampla mesa, em um cenário meticulosamente preparado para a ocasião.

## 2. Perspectivas da Cultura POP e o desenvolvimento do videoclipe

### 2.1 Indústria Cultural e sua relação com a cultura POP

O início da pesquisa da fundamentação do nosso projeto nos leva a uma análise crítica da indústria cultural como um meio de compreender a estrutura e a formação histórica das questões que serão abordadas neste podcast. Isso nos permite entender a lógica pela qual aplicamos nossas análises aos modelos de criação e percepção de um dos formatos de arte e cultura pop.

A indústria cultural é um conceito fundamental que nos ajuda a entender como as artes eram produzidas, distribuídas e consumidas dentro do contexto das mídias. Essa relação muitas vezes se encaixa nos modelos capitalistas de produção, e o termo "indústria cultural" foi introduzido por pensadores como Theodor Adorno e Max Horkheimer em seu livro "Dialética do Esclarecimento" de 1947.

Adorno e Horkheimer questionam a padronização e esquematização que começa a surgir com a popularidade das artes e afirmam que esse fato se relaciona a um modelo de consumo em série, tal qual máquinas em fábricas, ou seja, toda a produção perde seu valor artístico e torna-se somente um tipo de comércio. Em síntese, os autores também definem a indústria cultural dessa maneira, algo massivo, plastificado, “não arte”, padrões que surgem originalmente das necessidades dos consumidores, o que explica o motivo de serem amplamente aceitos, através disso, as produções perdem seu conteúdo e tornam-se importantes somente pelo valor de público que podem carregar, e quais poderes executivos podem favorecer com tal feito, sendo assim, uma dinâmica de ação mútua que se

conecta a uma lógica de comércio que desfavorece as funções artísticas. Nesse sentido, o poder de escolha é pertencente majoritariamente aos executivos e as suas propagações e não ao valor artístico de fato.

> Tudo está tão estreitamente justaposto que a concentração do espírito atinge um volume tal que lhe permite passar por cima da linha de demarcação entre as diferentes firmas e sectores técnicos. A unidade implacável da indústria cultural atesta a unidade em formação da política. As distinções enfáticas que se fazem entre os filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que com sua utilidade para a classificação, organização e computação estatística dos consumidores. (ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p. 58)

A indústria cultural se desenvolveu através de modelos de reprodução baseados em estruturas moldadas pela relação entre a arte e as massas, com isso fora possível a delimitação de manobras arquitetadas por profissionais que notam nessa relação um formato de construção estética e abrangente que permitiu a fácil recepção de um público geral. Funcionando como clichês, essas fórmulas puderam assim ser facilmente reproduzidas.

Outro ponto muito citado pelos autores é a crítica ao cinema com som, assim como os clichês, eles dizem que esse formato de arte é derivado da indústria cultural e que seu principal objetivo é a extensão da realidade do espectador. afirmam que depois da chegada desse novo formato de cinema, a vida real e a ficção se tornaram unificadas e prolongadas entre si, fazendo com que o público não consiga diferenciar o real do fantasioso, de certa forma, perdendo o senso crítico.

Juntamente com o clichê, que por repetição, já se sabem todos os pontos e reviravoltas de um filme, torná-lo uma extensão da vida real faria com que o espectador continue estagnado em sua classe, reforçando os ideais dos grandes monopólios. Desta forma, o indivíduo torna-se descartável e cada vez mais universal, sendo tolerado somente enquanto sua identidade como única não está sendo cogitada:

> Quanto maior a perfeição com que suas técnicas duplicam os objectos empíricos, mais fácil se torna hoje obter a ilusão de que o mundo exterior é o prolongamento sem ruptura do mundo que se descobre no filme. Desde a súbita introdução do filme sonoro, a reprodução mecânica pôs-se ao inteiro serviço desse projecto. A vida não deve mais,

> tendencialmente, deixar-se distinguir do filme sonoro. (ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p. 59)

De certa forma, a evolução da arte, para Adorno e Horkheimer, tem mais a ver com uma relação de desenvolvimento em conjunto do capitalismo tardio, todos os processos que são ditas como evoluções técnicas, são arquitetados para facilitar a recepção de um público-alvo. A publicidade é uma das linguagens que possibilita a perseverança de um acesso da arte, que torna-se mais amplo, muitas ações foram tomadas para que a arte conseguisse derrubar as barreiras das classes e que possibilitasse os acessos, que antes eram restritos à públicos ninchados. Ela facilita que o consumidor tenha acesso à mercadoria, esses custos fornecidos pelo mercado acabam retornando para a própria publicidade.

Durante as guerras, as publicidades de produtos que não eram mais fornecidos, continuaram sendo produzidas, no entanto, o desejo de demarcar ideologicamente através desse meio se mantinha, e mais importante que a repetição do nome de um produto, era reforçar a função da sua ideia. Ao momento em que ela vai se desenvolvendo, enquanto ferramenta da indústria cultural, houve um cuidado maior com os cenários preenchidos por imagens de logotipos, estabelecendo uma preocupação com a perpetuação de uma ideia ligada à ideologia de consumo.

> A publicidade converte-se na arte pura e simplesmente, com a qual Goebbels identificou-a premonitoriamente, l'art pour l'art, publicidade de si mesma, pura representação do poderio social. Nas mais importantes revistas norte-americanas, Life e Fortune, o olhar fugidio mal pode distinguir o texto e a imagem publicitários do texto e imagem da parte redacional. Assim, por exemplo, redacional é a reportagem ilustrada, que descreve entusiástica e gratuitamente os hábitos e os cuidados com o corpo de uma personalidade em evidência e que serve para granjear-lhe novos fãs, enquanto as páginas publicitárias se apoiam em fotos e indicações tão objectivas e realistas que elas representam o ideal da informação que a parte redacional ainda se esforça por atingir. (ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p. 77)

Apesar de o conceito de indústria cultural ser importante para que possamos compreender e pensar cultura atualmente, destaca-se como necessário o ponto defendido por Thiago Soares (2014) para ponderar outra perspectiva de cultura para além do que é conduzido por Adorno e Horkheimer. Soares (2014), propõe uma discussão que interliga o marketing de produtos com expressões artísticas, numa

percepção que aceita como essa relação aproxima os consumidores, na tentativa de visibilizar o produto e distingui-lo dos demais, em uma sociedade pautada na midiatização das artes, essas estratégias construídas como discursos marketeiros, criam uma ligação profunda com o público, na tentativa de promover quase que imperceptivelmente sua marca, na busca de uma exposição de uma mercadoria desenvolvida pelas imagens.

Portanto, os produtos da cultura pop se destacam com o desenvolvimento histórico das mídias, esses processos tensionam gradativamente mais a própria relação de marketing, produção e consumo. Agora o interessante na busca por exposição é criar um produto diferenciado que conecte emocionalmente os receptores de forma não só artística, mas comercial.

De forma geral, o autor discute os espaços em relação aos espectadores, em um mundo cheio de logos de marcas que podem influenciar a conexão delas com os objetos e relacionar que esse contato seja automaticamente vinculado às marcas, ou seja, o nosso lazer também acaba se tornando refém desse fluxo. Isso se torna particularmente evidente quando consideramos exemplos como a Times Square, que muitos adolescentes e jovens adultos aspiram a visitar, sendo uma das avenidas mais famosas do mundo. No entanto, ao chegar lá, percebe-se que é simplesmente uma ampla rua repleta de anúncios publicitários em painéis exteriores. Esse fenômeno não se limita apenas à comercialização de produtos, mas também abrange a mercantilização de espaços públicos, tradições populares e até mesmo a própria natureza humana no contexto global.

> Esta relação se daria não somente diante de bens duráveis, em que estaria clara a associação entre matéria e disposição simbólica, mas também diante de bens intangíveis. Marcas se apropriando de espaços públicos, de festividades populares, de formas de ser e estar no mundo. A nossa preocupação aqui não se dá diante da ideia utópica de que “seria melhor se não fosse assim”, pressupondo entender que havia uma cultura, digamos, mais “pura” quando esta estava menos enraizada com o marketing avassalador da contemporaneidade. (SOARES, 2014, p. 41)

Nessa abordagem, a análise da cultura POP, atualmente, não se limita à categorização da arte como "pura" ou "não pura". Em vez disso, ela reconhece a arte como uma esfera intrinsecamente ligada ao marketing. No entanto, é ainda

mais intrigante investigar as complexas tensões que surgem. Para alcançar essa compreensão, é necessário fazer uma análise mais profunda das estratégias empregadas e do papel desempenhado na sociedade. Isso implica em compreender como os processos de mercantilização e expressão artística se entrelaçam, investigando cuidadosamente seus pontos de intersecção.

## 2.2 Arte no contexto das mídias

Arlindo Machado, em seu livro Arte e Mídia (2007), busca entender o processo dessa perspectiva onde questiona o entendimento de arte dentro dos seus desenvolvimentos midiáticos. Em sua tese, ele busca movimentos construídos através das artes contemporâneas, no desejo de entender como a obra de arte altera seus sentidos, na perspectiva da indústria cultural, na cultura digital e suas reproduções. Nesta perspectiva, ele compreende a arte em total processo de mutação, não colocando em questão a categorização da arte, pois não existe, através desse ponto de vista, dizer que há uma cultura elevada e uma subcultura inferiorizada, ele entende que o contexto comercial e o industrial não inviabiliza a criação artística, sendo assim essa arte possui uma “aura” única.

Ainda nessa discussão, Machado deixa veementemente claro como na atualidade é impossível a definição do que seria uma boa arte ou arte ruim, já que com a chegada da “pós modernidade”, a distinção entre níveis diferentes de cultura não é tão precisa, já que a arte, comunicação e as mídias se entrelaçam. Contudo, ele também pontua a importância da discussão e crítica sobre a “indústria do entretenimento de massa” (MACHADO, 2007, p.27), mas sempre lembrando que a mesma não pode ser lida num único formato, em virtude de ser tão múltipla e nem um pouco maniqueísta, pode oferecer diversas faces e as encarando que um artista pode introduzi-la “com diversas alternativas de qualidade.” (MACHADO, 2007, p. 27). Assim, não há como subjugar a arte através dessa ótica, já que o autor considera que cada tipo da mesma foi e é produzida de acordo com os recursos, meios e demandas disponíveis em suas épocas, desta forma seria, inclusive, completamente tolo e anacrônico comparar uma arte rupestre ou uma escultura renascentista com uma glitch arte ou um videoclipe, por exemplo.

Outra questão colocada pelo autor critica o apontamento generalizado que se deu ao poder questionador e criativo dessas novas artes digitais, ele nega que a arte precisa necessariamente concordar com o modelo que a rege, inclusive, algumas categorias das artes contemporâneas utilizam de ferramentas que vão contra a lógica industrial imposta e isso abre um leque de possibilidades criativas e críticas sobre o campo das mídias.

> Com as formas tradicionais de arte entrando em fase de esgotamento, a confluência da arte com a mídia representa um campo de possibilidades e de energia criativa que poderá resultar proximamente num salto no conceito e na prática tanto da arte quanto da mídia - se houver, é claro, inteligências e sensibilidades suficientes para extrair frutos dessa nova situação. (MACHADO, 2007, p. 27)

A interação entre a arte e os meios contemporâneos é complexa, moldada pela disseminação da tecnologia e pelas transformações nas formas de exibição. A arte se tornou mais acessível a públicos diversos, muitas vezes sem conhecimento específico, gerando uma ampla gama de interpretações. Essa nova realidade traz uma dualidade na arte atual que é ao mesmo tempo informativa e crítica, integrada e questionadora. Os artistas exploram uma variedade de meios e plataformas, aproveitando o alcance global proporcionado pela mídia.

À medida que a arte deixa espaços como museus e galerias e se expande para a esfera pública da televisão, internet, discos e ambientes urbanos, seu status e alcance sofrem transformações. consumida por multidões vastas e variadas, difíceis de caracterizar, ela adquire uma nova relevância e oferece oportunidades empolgantes para a integração social. No entanto, essa mudança também traz desafios, a interação com um público amplo pode gerar interpretações diversas e a exposição pública pode afetar a autenticidade e profundidade da experiência artística. Em resumo, com essa movimentação em espaços restritos para locais públicos, sua natureza evolui, abrindo novas possibilidades para a sociedade. Contudo, isso também traz considerações sobre como a arte é apreciada e percebida.

E é no berço destes questionamentos, que a crítica cultural começa analisar as técnicas surgidas nesse movimento permeado pela midiatização das artes. Jeder Janotti (2015) vai dizer que críticos culturais vão utilizar o termo *cultura pop* para

demarcar um período de surgimento de movimentos artísticos que surgem com características desenvolvidas nos ambientes midiáticos, nesse sentido, ele permite uma discussão sobre pop até mais profunda que isso, quando diz que o gênero pop redefine e transforma a concepção da cultura popular ao disseminar, por meio da cultura midiática, uma variedade de manifestações culturais, como filmes, séries, músicas e quadrinhos (JANOTTI, 2015).

O fato é que a natureza da discussão de cultura pop, demarca confluência entre o que se é popular/tradicional, que diferencia caracteristicamente quando abrangido em uma esfera midiática e o que se é produzido no meio da indústria cultural que têm característica seriada e de produção massiva.

> Pensado sob o prisma de produtos de alto alcance, e portanto populares midiáticos, o pop foi associado ao que “pipoca”, ao que não se consegue parar de mastigar, devido a “supostos” artifícios das indústrias culturais, uma cultura do bubble gum (chicletes) e da pop corn, guloseimas que se confundem com a fruição e o entretenimento pop.” (JANOTTI, 2015,PÁG.45)

Esse movimento permitiu a uma camada da massa experimentar possibilidades novas de criação como, por exemplo, a *pop art,* que foi um movimento artístico, liderado por um dos grandes artistas, chamado Andy Warhol, que tinha o intuito de buscar um balanço crítico, entre o que se era delimitado enquanto arte tradicional e peças produzidas dentro de um modelo de entretenimento massivo. Porém, Janotti (2015) vai dizer que o valor estético na cultura pop não se limita a uma única direção. Muitas vezes, ele surge tanto das formas artísticas tradicionais, quanto das próprias criações da indústria cultural, como as *graphic novels* que misturam arte e literatura nos quadrinhos ou o "cinema de arte" que explora aspectos artísticos dentro do cinema popular. Podemos afirmar, portanto, que a cultura pop é o encontro de encaminhamentos artísticos nas tensões provocadas entre  o campo da estética e o campo econômico, visto que, suas experimentações validam-se sob os sustentos  da indústria cultural.

Sob a análise de Thiago Soares (2014), é possível destacar que, de fato, existe uma relação de marca e produção que pode ser considerada, de certa forma, danosa, já que grande parte desses produtos trazem consigo uma enorme quantidade de influências comerciais e capitalistas. Este é o ponto central do debate sobre cultura pop: reconhecemos que as experiências e práticas do público são

influenciadas por produtos elaborados sob as normas da indústria cultural. Esses produtos seguem padrões estéticos enraizados no capitalismo, mas também representam um modo de estar no mundo que tenta conciliar as demandas comerciais com a necessidade de legitimidade.

> Destaco que, ao falar de produtos da cultura pop, retiro de cena, na apropriação conceitual que aqui aponto, parte do debate do produto midiático que se filia, por exemplo, a uma tradição da crítica da estética da mercadoria (HAUG, 1997), que aponta a tal estética da mercadoria como um modo, digamos, nocivo de experienciar os objetos que estariam excessivamente codificados pelas relações mercantis e capitalistas. (SOARES, 2014, p. 3)

Soares, traz ao debate a visão de que o estágio em que a sociedade se encontra no capitalismo é tão avançado que seria contraproducente ter um ótica tão binária e limitada sobre a relação de cultura e capital, já que atualmente, os produtos culturais incorporam a influência do capital especificamente relacionado ao marketing e à maneira como as marcas se posicionam dentro da cultura. Ele exemplifica que empresas dos mais diversos nichos apoiam editais para realização de filmes, álbuns musicais, livros, festivais culturais, shows, etc, claramente isso ocorre através de isenção fiscal dos governos, no entanto, mesmo que indiretamente, acaba-se tornando real a forma de experimentação da cultura e da arte.

> Eventos ligados à cultura pop, os festivais de música, de cinema, as feiras literárias, entre inúmeros outros, também contam com apoios governamentais (seja de ordem municipal, estadual ou federal), mas são, sobretudo as marcas que gerenciam, apontam e se ancoram na realização de eventos que são, em si, uma forma de experienciar tanto a cultura quanto um certo sentido imbuído pelas empresas. (SOARES, 2014, p. 41-42 )

O autor revisita as perspectivas da escola de Frankfurt na busca de analisar três relações que são essenciais para entender toda crítica feita relacionada a cultura pop, música pop e o entretenimento, visto que, uma porcentagem de autores julgam as produções feitas a partir desses conceitos como produções fracas de originalidade, cheios de frivolidades e repetição de clichês. É importante perceber que, embora a cultura pop esteja influenciada pelo mercado e pelo capitalismo em aspectos como produção, distribuição e consumo, ainda é válido explorar

abordagens que reconhecem conceitos como inovação, criatividade e reapropriação dentro desse campo cultural. A ideia não é ignorar as situações em que influências comerciais realmente remodelam propostas estéticas, no entanto, é importante identificar oportunidades na lógica de produção das indústrias culturais e da cultura pop que possam abrir espaço para questionamentos estéticos e culturais dentro dos produtos.

### 2.3 MTV e a potencialização do videoclipe

É fundamental destacar a importância da relação entre entretenimento e os diversos gêneros audiovisuais que surgem na televisão, bem como a maneira como esses gêneros estabelecem uma conexão significativa com o público. As performances ao vivo, clipes, vídeos caseiros, etc, criam uma relação que rompe a barreira da televisão e da realidade, como se esses determinados públicos entrassem em comunhão com o universo apresentado no vídeo, que consome todo e qualquer produto apresentado pelos artistas. O videoclipe é um dos exemplos mais palpáveis dessa relação, não apenas serve como divulgação de um produto musical ou artístico, mas que funciona também para moldar pontos de vistas dentro do contexto da cultura pop. Os clipes são popularizados na década de 80 com o canal da MTV e são um dos principais gêneros que fornecem aos espectadores uma espécie de material por meio de suas histórias e imagens, um valor semiótico de maneira compartilhada e globalizada num processo de transnacionalização.

> Em 1981, quando a MTV estreou, a principal estratégia de popularização do videoclipe desenvolvida pelo canal musical diz respeito a esse momento paradigmático vivido pela cultura musical, pois o videoclipe não apenas foi visto como a solução para parte dos problemas da indústria fonográfica; o videoclipe, mais do que oisso, apropriou-se de elementos da cultura musical para se instituir enquanto produto cultural (Holzbach,2013,p.94)

Ainda no contexto dessa discussão, sobre a globalização através desse olhar, Soares (2014, p. 8) cita como a cultura pop pode trazer em voga a sensação de “pertencimento no mundo”, como se existisse um tipo de “comunidade global”, em que apesar das diferenças regionais, ela traz um enfoque para ideais e valores universais que olham para mundo de forma unificada, sem considerar as

individualidades locais. “[...] aponta para normas distintivas e de valores que estão articuladas a ideias transmitidas ao cosmopolitismo, à urbanização, à cultura nocturna.” (SOARES, 2014, p. 8) Em vista disso, é interessante que a construção narrativa do videoclipe trace um desejo para além de decodificar a letra da música, mas que crie uma marca obedecendo uma lógica de mercado para passar a imprimir massivamente a imagem do produto audiovisual.

Deste modo, a cultura pop constrói um imaginário coletivo que gera um grande fascínio a diversos espaços,

> percebamos o quando a cidade de Nova York aciona um imaginário permeado pelo pop. Seja em espaços excessivamente fotografados e documentados como a Times Square, num certo senso de estar no ““centro do mundo” ao transitar pela Broadway, com todas as peças musicais em cartaz ou mesmo de estar em locais que já foram excessivamente filmados e exibidos nos cinemas ou na televisão, circular por aqueles espaços parece nos legar a premissa de que, de alguma forma, somos “cidadãos do mundo”, pertencemos, vivemos de forma comum atrelados a outros sujeitos também situados em outras partes do mundo. (SOARES, 2014, p. 8)

O videoclipe serve como uma representação visual da música e desempenha um papel fundamental em ampliar a visibilidade das obras musicais no cenário global (HOLZBACH, 2016). Isso levanta várias questões sobre como ele se relaciona com outras formas de cultura e como desenvolve suas próprias características narrativas. Popularizado por conta do canal de TV MTV, o videoclipe nasceu na televisão e sua estética e linguagem estavam fortemente ligadas a esse contexto. A televisão exerceu uma influência significativa na indústria cultural, subvertendo as formas de linguagem existentes e permitindo a criação de um novo formato audiovisual que impulsionou tanto a indústria da música quanto a indústria do vídeo. Conforme observado por Arlindo Machado, essa subversão ocorre graças ao poder de mediação da televisão, que estimula o surgimento de novos gêneros audiovisuais e proporciona um espaço para o desenvolvimento da arte. O videoclipe é considerado um gênero "genuinamente televisual" (MACHADO, 2001, p.173), pois, na época, trouxe uma narrativa original inspirada no cinema experimental e se diferenciou das narrativas que a televisão já produzia, como as de cunho jornalístico:

> A última safra de videoclipes está aí para demonstrar que o gênero mais genuinamente televisual cresceu em ambições, explodiu os seus próprios limites e está se impondo rapidamente como uma das formas de expressão artística de maior vitalidade em nosso tempo. (MACHADO, 2001, p. 173)

De acordo com Laura Josani Andrade Corrêa (2007), a década de 50 foi um ano dos mais importantes para os experimentos de música e vídeo, no qual fortaleceram a indústria fonográfica, com filmes musicais que foram lançados no cinema, porém foi no final da década de cinquenta que a televisão britânica lança o primeiro programa destinado a performances musicais.

O ano de 1964 é marcado pelo lançamento do filme "A Hard Day's Night", estrelado por The Beatles e dirigido por Richard Lester. Além do filme, os Beatles também criaram alguns vídeos promocionais, chamados de "promos". Há debates sobre se esses vídeos poderiam ser considerados videoclipes. Apenas em 1975, que se delimitou o que posteriormente iriam ser chamados de videoclipe, essa história começa com o vídeo promocional produzido pela banda Queen chamado *“Bohemian Rhapsody”.* Esse episódio foi datado como a primeira produção videoclíptica, pois esse foi o primeiro produto não performático que tinha a função de divulgar o disco da banda e teve o objetivo alcançado, no qual foi exibido no programa *Top Off the Tops* do canal BBC, assim conseguindo chegar ao topo de vendas e se estabelecendo como um grande sucesso da época.

**Figura 01** : A hard day's night **Fonte**: youtube

*“Top of the Pops”,* foi um programa onde eram divulgadas as paradas de sucesso britânicas de cada semana, inclusive, inicialmente esse era o motivo do

videoclipe não ser considerado um gênero, pois desde o início da sua popularização os vídeos eram somente encartes de divulgação das próprias músicas exibidas nos episódios. Isso foi mudado com a chegada de *Bohemian Rhapsody* em 1975, que quebrou e reinventou os paradigmas do que se era entendido como videoclipe, até então. Esse foi um dos primeiros produtos com uma narrativa construída através da estética juntamente da musicalidade, desta forma, de acordo com Holzbach (2013) e Soares (2013), esse foi considerado um dos primeiros de todos os videoclipes enquanto gênero, pois trouxe uma grande inovação, já que a banda Queen, trabalhou o lançamento do *single* em conjunto com o videoclipe, sendo a música com foco nas rádios e o video na televisão, assim demarcando a entrada do videoclipe no mercado musical.

**Figura 02**: Clipe de Bohemian Rhapsody **Fonte:** retirado do youtube

A proporção que a indústria da música e do cinema havia alcançado foi muito importante para entender esse ocorrido, pois movimentos culturais e artísticos da música começaram a investir nessa nova proposta de audiovisual, consequentemente, trazendo públicos que consumiam esses artistas para a televisão. Uma das coisas mais interessantes a se questionar durante o entendimento da indústria musical, ao se apropriar desse audiovisual novo, é que todos os movimentos surgiram numa “lógica pop” (SOARES, 2014) de consumo e produção, a partir do momento em que as bandas procuram visibilidades. Acontece que, com o surgimento desses canais, passaram a adentrar em uma onda de consumo de mídia que não estava só ligada a música puramente artística, mas que ganhava um valor reprodutivo no surgimento das performances visuais e posteriormente os videoclipes.

A televisão era uma mídia muito interessante para essa demanda citada, pois na época do surgimento do videoclipe, essa tecnologia teria alcançado um nível quase global e a expansão da televisão fazia com que o telespectador desenvolvesse um sentimento que é chamado de transnacionalização[7] (HOLZBACH, 2013). O imaginário social era construído através do alcance que as mídias tinham, que só ganhavam mais força com a expansão da TV no mundo, significa dizer, que se constrói uma cultura de popularização de um determinado produto, não só no país mas também no mundo. A forma de consumo deste aparelho foi tão bem recebida pelo público, que os consumidores desses conteúdos começaram a adaptar a sua condição de vida a um estímulo de pertencimento que universalizou valores impostos em seu conteúdo musical e de clipe.

O videoclipe é, de fato, uma manifestação cultural que se desenvolve na intersecção entre o contexto capitalista da indústria do entretenimento e as aspirações artísticas. Essa tensão entre o comercial e o artístico dá origem a uma variedade de abordagens estéticas e narrativas nas produções. Enquanto, muitos videoclipes são concebidos para promover artistas e músicas, há também aqueles que exploram a criatividade, a experimentação visual e a narrativa simbólica de maneiras únicas. Sendo assim, o gênero do videoclipe se estabelece como uma forma de arte complexa, capaz de transmitir mensagens, evocar emoções e até mesmo, questionar as próprias convenções da mídia e da cultura de massa.

Em 81, com a estreia do canal MTV (*Music Television*), o consumo de música é transformado, já que os espectadores tinham acesso aos videoclipes 24 horas por dia, por ter se tornado um canal de televisão aberta. A MTV revolucionou a noção de entretenimento da época, quebrando paradigmas, possuindo uma programação completamente focada em um tipo de conteúdo e tocando em temas que eram negligenciados pelas outras emissoras e pela imprensa de forma geral.

Ariane Holzbach (2013), faz uma análise sobre como a mídia recebe a MTV e o videoclipe na televisão, ela vai buscar artigos de revistas influentes como *Variety* relacionando como consumo de música estava sendo enfraquecido em ambientes como o rádio. Outros dispositivos técnicos como Walkman, fita cassetes e até mesmo videogames, criavam tensões sobre a maneira de reinventar a forma de se

[7] Transnacionalização: Processo pelo qual algo ultrapassa as fronteiras nacionais, englobando mais do que um país.

escutar música, isso provocou a indústria musical a procurar novos meios de criar e solucionar essa crise. Foi nesse momento, em que o videoclipe se mostrou eficaz na televisão, comprovando que não se tratava apenas de um novo gênero, mas de uma resposta que essa indústria precisava para se movimentar.

> A Variety vai mostrar que o videoclipe foi peça-chave na reconfiguração da cultura musical de então, ajudando a solucionar uma série de problemas enfrentados por ela, especialmente pelas rádios, pela indústria fonográfica e pelas jukeboxes, além de ter sido importante na popularização do vídeo doméstico. A análise da Variety levará em conta todas as matérias publicadas sobre videoclipe e/ou MTV entre agosto de 1981, quando a MTV estreou, e janeiro de 1986, quando o videoclipe não mais foi tratado como novidade pela revista e quando os temas passaram a se repetir, totalizando 340 textos. (HOLZBACH, 2013, p.97)

O fato é que, nesse momento da história o videoclipe era visto como um espaço de disputa de interesses para explorar e pesquisar, tudo isso devido ao surgimento da MTV, que se popularizou absurdamente e criou um novo campo na comunicação e nas mídias, com ela surgiram diversas experimentações de vídeo embasadas no que se apresentava como performance e apresentações ao vivo, chamadas de “MTV Unplugged”, que ficaram famosas e eram cortados como clipes e reproduzidos durante a programação.

Segundo a autora, na conjuntura de uma reconfiguração midiática, o videoclipe se estabeleceu como um resultado direto dessa movimentação, não se mostrando somente como um novo tipo de mídia, mas também revitalizando os formatos de mídia pré-existentes a ele. Esse movimento intensificou a interação entre esses formatos midiáticos, criando um ambiente onde a tecnologia converge e que “em última instância, reforçou mudanças de comportamento então em curso, como a adoção de uma atitude mais ativa por parte da audiência em relação às mídias.” (HOLZBACH, 2013, p. 97). Mas, é importante ressaltar que a MTV começa a desenvolver projetos que ajudam a aprimorar ferramentas para caracterizar o videoclipe como um gênero audiovisual, a partir do momento em que criam o VMA (*Video Music Awards*) em 1984, uma premiação voltada exclusivamente para o videoclipe, que reforçou o entendimento estético do produto e como pesquisar esse novo modelo, além de também de apaziguar as relações do canal com as gravadoras. Consequentemente, os vídeos finalistas e ganhadores das categorias passaram a ser mais prestigiados, não somente dentro do próprio canal, mas nas

mídias como um todo. Com o tempo, a emissora lapidou o VMA de tal forma que começou a ser “considerado a maior premiação de videoclipe do mundo.” (HOLZBACH, 2013)

**Figura 03**: premiação do vma (1984) **fonte:** retirado do youtube

Arlindo Machado (2000), chama atenção para os videoclipes que surgem através de referenciais de segmentos cinematográficos e vídeo-artísticos, propagando a ideia de que este produto audiovisual consegue alcançar uma noção da música pop com características alternativas, — já que ambos os produtos estão intrinsecamente relacionados — isso ocorre através de realizadores que são também do cinema e da videoarte. Cita em seu texto uma série de autores que ajudam a caracterizar a linguagem audiovisual nos clipes ajudando a identificá-los como gênero a partir disso, Andy Warhol, Spike Jonze, Spike lee, Michel Gondry, Gus Van Sant, David Fincher, Martin Scorsese, entre outros. Esse movimento colaborou para que pudéssemos ver uma série de questionamentos artísticos sendo atribuídos ao videoclipe e ganhando uma proporção de massa, através de uma linguagem, imagens mais elaboradas e pensadas juntamente da música, não como um produto além dela, puxando diversas características do campo artístico e conseguindo se definir enquanto objeto.

O videoclipe teve um crescimento “qualitativo” (MACHADO, 2000) nas produções visuais e se permitindo a novas possibilidades de criação e exploração do mesmo, se equiparando à música e outros gêneros artísticos. “Em lugar de uma galeria de retratos animados de astros e estrelas do mercado fonográfico, o videoclipe passa agora a ser encarado como uma forma autônoma, na qual se

podem praticar exercícios audiovisuais mais ousados.” (MACHADO, 2000, p. 176). Com isso, as imagens que ilustravam o intérprete em um formato totalmente propagandista, não são mais interessantes, o que importa nesse momento é a visualização da montagem que é possível no clipe.

Outra percepção tida na análise de Machado (2000), é que os videoclipes se tornam cada vez menos plastificados, imprimem cada vez menos a imagem engessada pelos modelos publicitários, dando espaço para uma linguagem que explora texturas e estéticas. Isso se manifesta na estética visual dos videoclipes, que frequentemente adotam uma imagem "suja", mal iluminada, desfocada e granulada. A estabilidade da câmera é comprometida, com movimentos bruscos e tremidos que desafiam os padrões estabelecidos. Todas as normas convencionais são subvertidas, e o visual muitas vezes se transforma em manchas irregulares, brutais, inquietantes, mas também intrigantes.

Essa abordagem representa uma ruptura deliberada com o acabamento polido e controlado do passado, buscando uma estética mais crua, instintiva e visceral. Essa rejeição das regras tradicionais do "bem fazer" não apenas desafia as convenções estabelecidas, mas também abre espaço para novas formas de expressão e criatividade, dando aos videoclipes contemporâneos uma sensação de autenticidade e impacto emocional.

# 3. Podcast Pirulito POP - o desenvolvimento dos clipes musicais nas perspectivas da cultura pop

## 3.1 Concepção do projeto

Com base nos produtos culturais que inspiraram este projeto, surge um questionamento fundamental sobre a cultura e nossa relação com o que consumimos. O Podcast Pirulito Pop propõe uma abordagem abrangente que vai além da estética superficial dos meios de comunicação. Ele visa analisar os interesses da indústria cultural em criar fórmulas de sucesso para o entretenimento de massa.

Este podcast não tem medo de adotar uma abordagem mais detalhada sobre a cultura pop. Ele se lança na missão de explorar questões que frequentemente são deixadas de lado. Nosso objetivo é lançar um olhar analítico sobre elementos disseminados na cultura pop e, ao mesmo tempo, revelar as contra proposições muitas vezes negligenciadas. Vamos discutir questões normalmente abordadas quando se trata de entretenimento, buscando uma compreensão mais profunda de nossa relação com a cultura popular e suas implicações. Vamos seguir uma linha do tempo que abrange a evolução da cultura televisiva e, em seguida, destacar o papel fundamental da internet na formação da cultura pop contemporânea. Além disso, o podcast pretende incorporar opiniões populares e perspectivas do senso comum na discussão. Isso permitirá que os apresentadores compartilhem suas próprias opiniões dentro do contexto da cultura digital em constante transformação.

Cada episódio, com uma duração média de 45/80 minutos, será cuidadosamente planejado e roteirizado para garantir que nosso ouvinte fique completamente imerso e envolvido com o tema em discussão. Nossa equipe se reúne semanalmente para analisar as pesquisas e leituras feitas nas últimas duas semanas, elaborando ideias e roteiros para os próximos episódios. Queremos proporcionar uma experiência informativa e envolvente.

O nome "Pirulito POP" foi cuidadosamente escolhido para representar a essência deste projeto. Ele incorpora a sensação nostálgica dos sabores e experiências da adolescência, criando um elo com o passado que nos permite explorar os elementos da cultura pop desde aquela época. A palavra "Pirulito" evoca a ideia de prazer na degustação, lembrando-nos dos doces sabores da infância. Já o termo "POP" tem um duplo significado: faz referência às janelas informativas da internet, conhecidas como "POP UP", e também está ligado à própria cultura pop. Essa combinação única representa a proposta do podcast de proporcionar uma análise agradável e informativa da cultura pop, enquanto nos transporta para momentos especiais do passado.

Os episódios terão suas bases nas pesquisas acadêmicas, entrelaçadas com as vivências e experiências pessoais dos participantes enquanto admiradores da

cultura de POP. Isso proporcionará um conteúdo mais embasado e ao mesmo tempo autêntico, trazendo uma visão única para as discussões propostas ao longo da temporada.

O primeiro episódio do podcast é o piloto do projeto experimental que apresentaremos finalizado nos apêndices juntamente com roteiro transcrito. Nesse mesmo episódio, o "Pirulito POP" explora a história do videoclipe, desde suas origens no cinema e na videoarte até sua ascensão como um gênero audiovisual influente. Os apresentadores destacam o papel da televisão, especialmente da MTV, na popularização do videoclipe. O episódio também introduz questões críticas sobre o videoclipe como arte e produto comercial, além de sua conexão com a cultura pop e seu impacto nas referências culturais de diferentes gerações. O episódio termina com agradecimentos aos ouvintes e a divulgação das redes sociais do podcast. Este episódio piloto prepara o terreno para os próximos temas a serem discutidos na temporada.

No segundo episódio do "Pirulito POP", exploraremos a forte conexão entre o videoclipe, o cinema e a cultura pop. Com a MTV surgindo nas décadas de 80 e 90, o videoclipe ganhou independência como forma de arte, moldando não apenas a música, mas também a cultura e o cinema. Exemplos de filmes e séries que incorporam elementos do videoclipe, como "Corra, Lola, Corra" e "Euphoria", ilustram como essa forma de arte influenciou o cinema contemporâneo. Além disso, videoclipes frequentemente absorvem referências do cinema, criando uma relação criativa e recíproca.

No terceiro episódio, exploraremos a expansão da televisão no mundo a partir da segunda metade do século XX. A televisão se tornou um dos principais meios de comunicação de massa, disseminando informações, entretenimento e cultura para um público cada vez maior, promovendo a troca de culturas e influenciando a construção de narrativas culturais globais. Destacamos a chegada da MTV Brasil em 1990 como um marco na cultura televisiva do país. A emissora introduziu um formato inovador de programação voltado para música e entretenimento para jovens, com os videoclipes em destaque. A MTV Brasil rapidamente conquistou uma audiência cativa e se tornou um símbolo da cultura

pop no Brasil. Exploramos os primeiros programas e artistas que contribuíram para a proposta do videoclipe no Brasil, buscando uma estética nacional dentro desse gênero. Também refletimos sobre a evolução da arte no país, desde os primeiros filmes caseiros em 16mm, documentários e ensaios com abordagem performática. Analisamos figuras como Raul Seixas e Maria Bethânia, que tiveram impacto na cena da música popular brasileira.

No quarto episódio, iremos adentrar em uma discussão mais profunda sobre como as pessoas se identificam com videoclipes. Essa identificação pode ser influenciada por uma série de fatores, incluindo experiências de vida, interesses culturais, valores pessoais, idade, gênero, orientação sexual e o contexto sociopolítico em que cada indivíduo está inserido. Vamos explorar como a popularidade do videoclipe, da cultura pop e da MTV desempenhou um papel fundamental na formação da personalidade e caráter de muitas pessoas, e como essa influência continua até os dias atuais. Para respaldar nossos argumentos e criar uma conexão mais próxima com nossos ouvintes, também apresentaremos relatos de indivíduos que cresceram na mesma época em que esses elementos culturais estavam em alta. Suas experiências e perspectivas proporcionarão uma visão ainda mais rica sobre o impacto dos videoclipes em diferentes pessoas e comunidades.

No quinto episódio, falaremos sobre como o videoclipe nasceu na era da televisão e moldou sua estética de acordo com esse contexto. A televisão exerce grande influência na cultura e criou uma nova forma de expressão audiovisual. Porém, nos anos 2000, a internet e as redes sociais transformaram a maneira como consumimos música e vídeos. A cultura digital emergiu, permitindo um consumo mais personalizado e direto, alterando profundamente a indústria do entretenimento. O surgimento dessas culturas digitais deu origem a sites que permitem o compartilhamento de imagem-áudio fragmentado, o que resultou em um novo fluxo de consumo. Nessa nova era digital, a maneira como as pessoas consomem e interagem com conteúdo audiovisual mudou drasticamente, sendo moldada pela acessibilidade das redes sociais e pela facilidade de acesso a músicas e videoclipes em plataformas digitais. Essa transformação na forma de consumir música e imagens evidencia o poder da cibercultura e seu impacto na indústria do entretenimento.

No último episódio, encerraremos a discussão destacando o percurso do videoclipe até a atualidade, consagrando-o como um dos produtos audiovisuais mais importantes e marcantes do nosso século. Retomando o gancho do episódio anterior, que revelou as transformações desse gênero com o advento da internet, no episódio 6 exploraremos o cenário atual e como o videoclipe reconfigurou seu formato, imagem e linguagem para se manter nesse status relevante. Nossa atenção será direcionada para a talentosa artista Rosalía e os videoclipes de seu mais recente álbum, intitulado "Motomami". Abordaremos a relevância das novas redes sociais, como o TikTok, e como elas influenciam o desenvolvimento de formatos que criam uma estética específica e inovadora. Nesse contexto, Rosalía utiliza essa ferramenta para estabelecer uma relação íntima entre a produção e o consumo de suas obras com o ambiente digital. O videoclipe, assim, emerge como uma maneira de atualizar a conexão entre o público e o artista, estabelecendo uma perspectiva de fluxo visual cativante e envolvente.

### 3.2 Etapa de pré-produção do projeto

Inicialmente, fizemos reuniões semanais com o objetivo de realizar uma longa pesquisa para embasar e construir o projeto, no qual queríamos compreender a relação da cultura pop com o audiovisual por completo, logo nos veio a ideia de separar essa relação em temporadas, independente de qual formato seria. Com essa concepção definida, partimos para a busca de escutar produtos presentes tanto em redes sociais, como Youtube e Spotify.

Nossas referências iniciais foram o canal Ora Thiago, de Thiago Guimarães, além também de seu podcast Segunda Mão, com Jéssica Correa, pois ambos tinham formatos muito interessantes tanto na edição, quanto na execução dos projetos, pois Guimarães trás uma um olhar muito detalhado e profundo para as questões tratadas tanto nos vídeos ensaio que posta em seu canal no YouTube, Ora Thiago, como no podcast com Jessica Correa, Segunda Mão. Em ambos os projetos, ele consegue mesclar a linguagem informativa e acadêmica com comentários informais e pessoais, o que traz um dinamismo muito interessante em que acabamos assistindo vídeos de uma hora sem nem mesmo perceber, queríamos essa mesma dinâmica para o nosso produto.

Em junho de 2023, Thiago Guimarães postou um vídeo ensaio em seu canal chamado “Quando um filme parece um TikTok” em que tem como pontapé inicial pessoas na internet que reclamaram do filme Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo (2022) por “parecer um grande TikTok” pela montagem rápida que possui. E Thiago trás inúmeros pontos defendendo que filmes com montagem frenéticas não são novidade e que isso basicamente se deu início com a popularização do videoclipe no fim dos anos 90. A partir desse vídeo e da relação que ele faz entre cinema, TikTok e videoclipe, tivemos mais certeza ainda que queríamos seguir entre essas temáticas, que já estávamos falando sobre desde o pré-projeto no fim do ano de 2022.

Em 2022, tivemos a matéria de Produção Sonora I na universidade e a professora na época, sugeriu um podcast para o produto final do semestre e juntos fizemos um protótipo de podcast sobre cultura pop, a partir desse momento já colocamos esse formato no nosso radar e o enxergamos como uma possibilidade de seguimento.

Quando pesquisamos sobre a difusão do podcast no Brasil e entendemos como esse formato pode ser plural e vasto com uma alta possibilidade abrangência de públicos, além de se ter um alto crescimento e aderência de público nos últimos anos, definimos que o seguiríamos, desta maneira começamos a pesquisar referências para nos ajudar a definir qual seria a estética sonora do nosso projeto, ouvimos vários programas, mas os podcasts que utilizamos como principais referências foram: Não Inviabilize de Déia Freitas, em que absorvemos a ideia de ritmo para se ler um roteiro, sem utilizar um “tom de leitura”, no podcast a apresentadora conta histórias que seus ouvintes a escrevem por e-mail e faz comentários em cima delas. Déia consegue esconder, quase completamente, que existe um roteiro em seus episódios. E como no nosso projeto tínhamos muitas informações acadêmicas e históricas que precisaríamos ler, tentamos pegar como referência a tonalidade e velocidade que a Déia utiliza em sua fala no seu programa. O Projeto Querino, de Tiago Rogero, traz um olhar e narrativa educacional em seus programas, o utilizando como referencia queriamos ter uma linguagem didática e educativa.Também usamos o Disk Bicha de Duda Dello Russo, pois nele ela traz analises de lançamentos e ícones da cultura pop com uma linguagem mais aberta e informal, além da parte academica, queríamos ter comentários soltos das nossas opiniões durante o episódio.

E por fim, utilizamos o Modus Operandi de Carol Moreira e Mabê Bonafé, como referência na edição, pois elas utilizam distorções de voz e usam inserts de sons, que são características que adotamos no nosso produto.

Outras referências que foram essenciais para a nossa construção, foram os programas Acesso MTV e Top 10 MTV, que nos ajudaram a construir um pouco da linguagem que usamos na construção do projeto.

Após esse primeiro processo de estudo e pesquisa para concepção, começamos a separar os temas que gostaríamos de abordar em tópicos em nossas reuniões e decidimos concentrar essa primeira temporada em uma das nossas maiores paixões dentro do audiovisual: o videoclipe. A partir dessa decisão, definimos a quantidade de episódios de acordo com a quantidade de temas que iríamos destrinchar sobre videoclipe e cultura pop. Inicialmente, seriam oito episódios na primeira temporada, todavia quando avançamos para a escrita das bíblias[8] de cada um deles com seus argumentos, notamos como seria mais fluido caso fosse finalizado em seis episódios de 45 a 80 minutos.

Com essas definições concluídas, partimos para a criação do roteiro do episódio piloto da primeira temporada em que construímos a primeira pauta, a vinheta e apresentação do podcast.

A vinheta foi construída na ideia de que estaríamos fazendo uma viagem no tempo, em que estaríamos sentados em nossos sofás assistindo clipes na televisão, como na nossa adolescência em meados de 2009, como se fossemos trazidos para 2023 para falar sobre os temas pautados, essa ambientação foi demarcada por chiados de rádio e barulhos de TV fora do ar, além de barulhos de guitarra *Punk Rock* e a música *Vogue* da Madonna. A ambientação inteira durante o episódio, foi pensada para trazer esse aconchego e memória dos anos 80 e 90, sempre com *inserts* de 3 à 5 segundos de músicas dos cantores mencionados no texto entre as falas e *inserts* mais longos de 7 à 8 segundos na troca dos blocos no roteiro.

Definimos que o episódio seria separado em cinco blocos, sendo eles — bloco de apresentação, contexto histórico, a era de ouro dos videoclipes, top 10 videoclipes e finalização. Ainda para ajudar na ambientação e fluidez, colocamos blocos informativos com *reverb* na voz para explicar melhor o conceito de alguma

[8] Apêndice A (p.51)

palavra utilizada durante o texto principal, junto disso também subindo o som de janela *pop up* quando aparece esse tipo de quadro.

O quadro top 10 foi claramente inspirado no programa “Top 10 MTV”, que foi um renomado programa de televisão transmitido pela MTV, uma rede dedicada à música e ao entretenimento. O programa consistia em uma fascinante contagem regressiva das dez músicas mais populares da época, sendo aferidas por meio de diversas métricas, tais como vendas de álbuns, vendas de singles, solicitações de videoclipes por parte dos telespectadores e críticas musicais especializadas. O "Top 10 MTV" conquistou um lugar especial no coração dos amantes da música e do público em geral, emergindo como uma fonte confiável para se atualizar sobre as músicas mais efervescentes daquela era. Apesar de se referenciar, o nosso “Top 10” é formulado a partir de uma pesquisa de quais videoclipes seriam importantes que os ouvintes assistissem para que a informação passada durante o episódio fosse complementada, juntamente dos nossos gostos pessoais.

### 3.2.1 Concepção da estética visual

Posterior à construção sonora e roteiro, criamos a capa[9] do podcast para representar algumas das sensações que queremos trazer com o projeto, onde colocamos o fundo em tons de amarelo e rosa em tonalidades pastéis para trazer a alegria e conforto da cultura pop e um pirulito escorrendo em colorido, em uma mão o segurando simulando um microfone, para fazer alusão ao nome do projeto e aos anos 2000, utilizando a técnica de colagem digital.

Pegamos como referência, as capas dos podcasts Não Inviabilize e Um Milkshake Chamado Wanda, pois ambos tem cores vibrantes e artes minimalistas, sem muitas informações, com imagens que fazem alusão direta ao nome do podcast. E também tivemos como referência o podcast Para Tudo, pois a capa do mesmo utiliza colagens em sua construção.

[9] Apêndice C (p.71)

**Figura 4:** Não Inviabilize

**Figura 5:** Para Tudo

**Figura 6:** Um Milkshake Chamado Wanda

### 3.3 Etapa de produção do podcast

Ao iniciar a produção deste projeto, nos deparamos com o desafio de capturar nossas vozes, considerando que ambos os produtores não estavam fisicamente próximos. Após uma pesquisa na internet, descobrimos uma solução adequada: o aplicativo Zencastr. Esse aplicativo permite a gravação remota por meio de uma chamada gravada, fornecendo o material bruto para a produção de episódios.

Após percebermos que o Zencastr era viável para a gravação, realizamos testes dinâmicos das nossas interações no podcast. Usamos o Google Meet apenas para a chamada de vídeo, enquanto a gravação de áudio bruto era feita pelo Zencastr. Preparamos nossos respectivos espaços de gravação em casa, escolhendo horários em que a interferência de ruídos externos fosse mínima.

Para a captação de voz da Amanda, utilizamos um microfone unidirecional profissional cardióide da marca Fifine, modelo K658. Já para o Marcos, o microfone do gravador do celular iPhone XR da Apple foi o escolhido.

Iniciamos com uma fase de testes para nos familiarizarmos com o processo e entender como tudo funcionava de forma experimental. Após gravar essa fase de teste, revisamos o roteiro e gravamos novamente. Nesse momento, notamos como ficaria mais fluido e interessante se fizéssemos comentários à parte do roteiro e trouxéssemos relatos de nossas próprias vidas para nos aproximar dos ouvintes, após essa concepção e mais algumas tomadas testes, realizamos a gravação final. Optamos por separar a produção em blocos para garantir que as informações e correções pudessem ser abordadas de forma mais cuidadosa em cada um deles. Esta etapa era crítica, pois representava o nosso primeiro produto da série. Repetimos esse processo para cada bloco, revisando separadamente cada parte e selecionando a melhor faixa para a próxima etapa de montagem e edição.

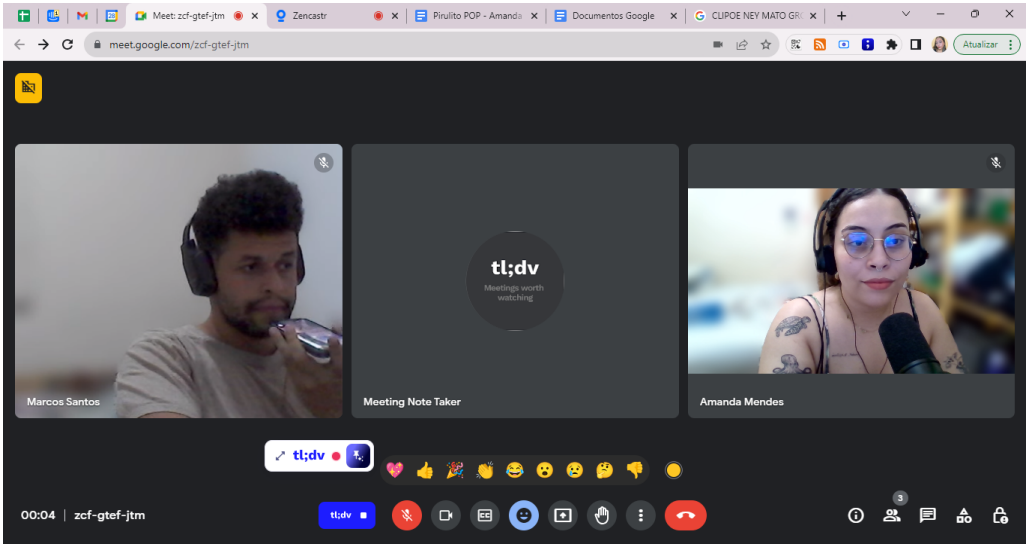


**Figura 7**: Gravações dos brutos do episódio piloto

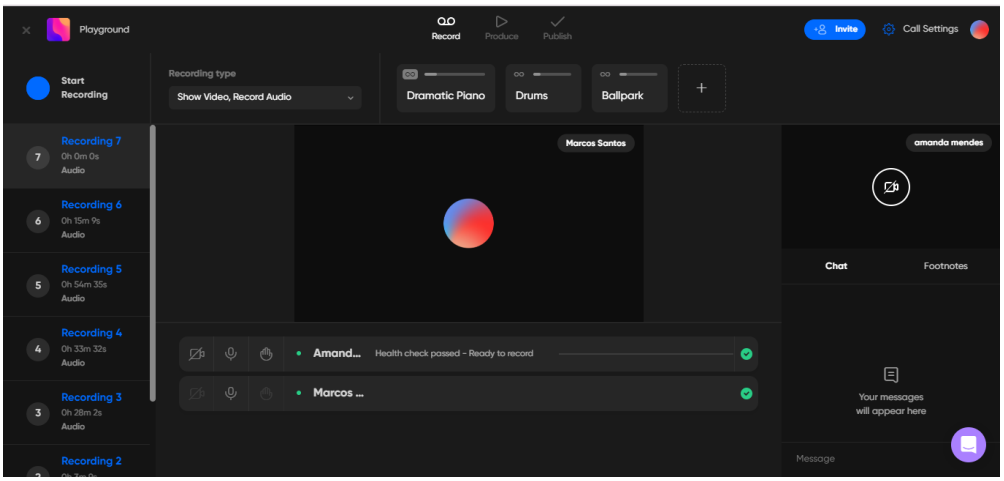


**Figura 8**: Programa Zencastr durante a gravação.

## 3.4 Etapa de edição e pós produção

Utilizamos distorções de voz e sons de ambientação para criar uma experiência auditiva única. A montagem e edição foi feita em conjunto com o nosso amigo Gustavo Pimentel, um experiente editor de podcasts, para garantir que cada episódio tenha um ritmo suave e envolvente.

Para tornar nosso podcast ainda mais interessante, incorporamos os áudios e sons externos ao aplicativo. Como ruídos retirados de páginas que disponibilizam sons livres de direitos autorais. Isso nos permitirá criar uma estética sonora original e rica, adicionando camadas de profundidade às nossas discussões.

Como este ainda é o piloto de um projeto experimental, inicialmente tomamos a liberdade de utilizar inserts das músicas citadas nas nossas falas para trazer uma dinamicidade e ambientação, já que nosso tema principal é videoclipe. Além disso, esta é uma maneira de não deixar que as falas fiquem tão longas e maçantes para o ouvinte. Usamos uma estratégia de diminuir o tempo de respiração entre uma fala e outra como forma de acelerar os diálogos, além de trabalhar com a mixagem de batidas retiradas da internet para ser usadas como *BEGÊ* musical que ficará de plano de fundo.

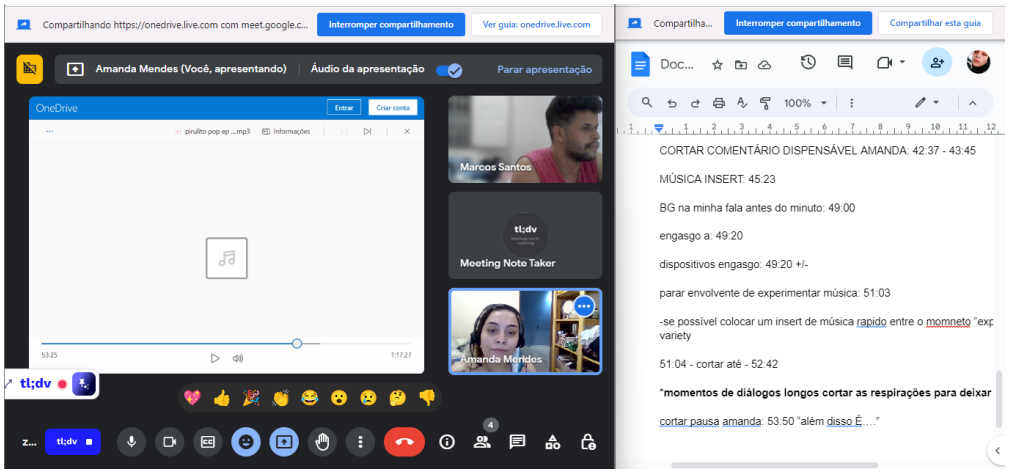


**Figura 9:** Reunião de ajustes do primeiro corte

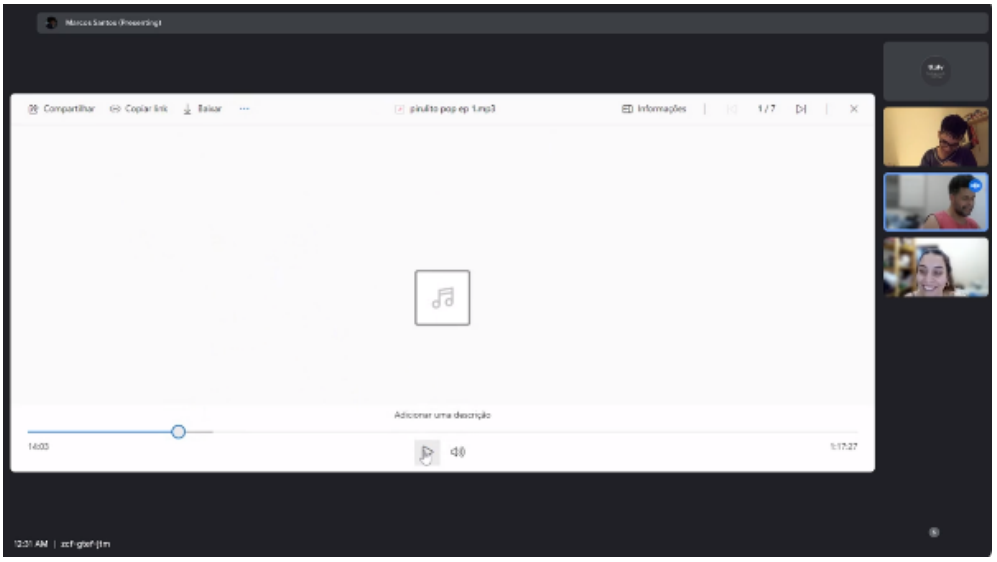


**Figura 10**: Primeira reunião para ouvir os áudios brutos junto do editor Gustavo

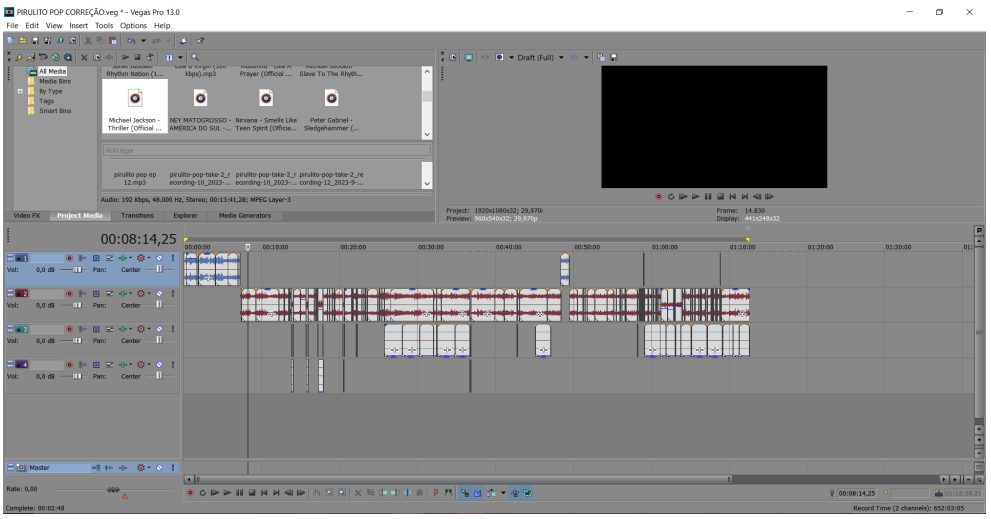


**Figura 11**: Prints da timeline de edição

## 3.5 Divulgação e postagem do episódio

Inicialmente, serão criados perfis no Twitter/X, Instagram e TikTok com o *user* @PodcastPirulitoPOP, onde começaremos as divulgações das imagens na paleta de cores da identidade visual do podcast — amarelo pastel, rosa pastel e vermelho.

A postagem será feita inicialmente no Soundcloud, no entanto, após a defesa deste projeto para a banca avaliadora, será postado em outras plataformas de streaming como Spotify e Youtube.

Como segundo passo de divulgação, criaremos vídeos curtos para o TikTok, onde falaremos sobre temáticas abordadas no podcast em tom de curiosidade em formato chamativo.

Após a postagem de cada episódio, postaremos vídeos curtos dos erros de gravação de cada um deles com uma chamada final soltando o nome do próximo episódio.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de descobrirmos a riqueza que é estudar e fazer cinema, diversos aspectos culturais se cruzaram nas nossas vidas, percebemos que já havia cinema em nós muito antes desse momento acontecer, o que não havia era a percepção da

grandeza que essa arte ocupava em nós. Todas as histórias e experiências que trazemos nesse projeto são exemplos claros do quão plural somos nesse sentido.

Descobrimos que a música nos levou ao cinema de uma forma tão orgânica, como se estivesse guiando o nosso caminho para sermos o que somos hoje. Em discussão para a construção desse projeto, nos encontramos em pontos tão parecidos que achamos que a cultura pop era como um passe de mágica, nos transformando na mesma pessoa. Mesmo morando em lugares tão distantes, a cultura pop através das artes, como videoclipe, música e cinema nos conectou de uma forma quase que absurda. É ridículo pensar que isso faz sentido, mas faz. Pois no início dessa trajetória o que nos aproximou foram exatamente essas particularidades. A realização desse projeto é maior que apenas o desenvolvimento técnico. É a união de todos os nossos sentimentos construídos nessa relação de amizade. Uma ode aos nossos processos de se descobrir enquanto artistas, ambos saímos de nossas cidades, ainda sem saber muito bem como seria o desenvolvimento de estar na universidade e se conectar com o curso de cinema, mas a nossa bagagem cultural e o nosso encontro facilitou muito toda essa evolução.

Esse produto é quase como um sonho saindo do papel, mesmo com poucos recursos e todas as intempéries que encontramos durante a criação, poder ouvir as nossas interações e as pesquisas feitas, já é muito gratificante, a sensação é quase como quando ouvíamos a Marimoon e a Titi falando sobre algum tema de interesse todos os dias ás 17h da tarde, no entanto, ainda melhor.

Uma das coisas que notamos nessa sensação que temos de coincidências, é que poderia ser algo em comum com pessoas que foram “criadas pela MTV”, que tiveram o canal de televisão como o principal meio de relação com a cultura pop, então enxergamos a necessidade de dividir esse sentimento com mais pessoas para que consigamos expandir nossa comunicação e multiplicar a nossa arte.

O Pirulito POP para nós é isso, um emaranhado de sentimentos, paixões e pesquisas que ultrapassa as nossas existências enquanto indivíduos e que procura compartilhar esse universo com mais apaixonados pela cultura pop e o audiovisual através das nossas vozes e de uma das coisas que temos de mais importante nas nossas vidas: o nosso encontro. Sabíamos que uma hora ou outra, esse encontro se tornaria algo bem maior do que apenas a arte. E se pudéssemos gritar uma frase

para definir isso, diríamos: viva aos encontros das encruzilhadas. Pois foi no encontro dessa caminhada que esse projeto nasceu.

## 5. Referências

Soares, T. (2014). **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop**. *Logos*, *2*(24). https://doi.org/10.12957/logos.2014.14155

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Ed. SENAC. Acesso em: 03 agosto. 2023. , 2000

Machado, A. (2004). **Arte e mídia: aproximações e distinções**. *E-Compós*, *1*. https://doi.org/10.30962/ec.15

(MPNTDE | UniCarioca), K. M. de M. C. B. (2018). **Podcast: utilização da mídia como instrumento na educação formal.** *REVISTA CARIOCA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO*, *3*(1). https://doi.org/10.17648/2596-058X-recite-v3n1-5

FREIRE. E. **PODCAST: BREVE história de uma nova tecnologia educacional.** [*S. l.*], p. 1-16, 26 set. 2023. Disponível em: https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/educacaoemrevista/article/view/7414/4685. Acesso em: 17 maio 2023.

ADORNO, Theodor W. ; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. Acesso em: 15 de junho 2023.

LUIZ, L.; ASSIS, P. de. **O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais**, Caxias do Sul. In: Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, 10; Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 33., 2010, Caxias do Sul

ABPOD (Brasil). PodPesquisa. Resultado Geral da PodPesquisa 2014. *In*: **Podcast: breve história de uma nova tecnologia educacional.** [*S. l.*], 26 set. 2023. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/PodPesquisa-2014.pdf. Acesso em: 18 maio 2023.

ABPOD (Brasil). PodPesquisa. **Resultado Geral da PodPesquisa 2020-2020 Produtores.** *In*: Podpesquisa. [*S. l.*], 30 dez. 2021. Disponível em:

https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultado-ATUALIZADO.pdf. Acesso em: 18 maio 2023.

CORRÊA, Laura Josani Andrade. **Breve história do videoclipe**. Cuiabá: Intercom.

Holzbach, Ariane Diniz.**Smells like teen spirit: a consolidação do videoclipe como gênero áudio-visual** – 2013. 325 f

JANOTTI , Jeder. **CULTURA pop: entre o popular e a distinção.** [*S. l.*: *s. n.*], 2015. cap. Parte 1, p. 45-56. ebook (300 p.)..

SOARES, Thiago. **A ESTÉTICA DO VIDEOCLIPE.** 1. ed. [*S. l.*]: EDITORA UNIVERSITÁRIA/UFPB, 2013. 306 p.

GUIMARÃES, Thiago. **QUANDO UM FILME PARECE TIKTOK.** 26 de junho de 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ZCV3_3Oxl4Y. Acesso em: 28 de jun. 2023.

GUIMARÃES; CORREA, 2021. **SEGUNDA MÃO.** Disponível em: https://open.spotify.com/show/4RmpR59KkvPUsswZbg5ePu. Acesso em: 17 mar. 2023.

FREITAS, Déia. **Não Inviabilize**. Disponível em: https://open.spotify.com/show/66XCLKbi33MubYTZX2G2jW?si=7551a6c68ac74b31. Acesso em: 27 abr. 2023.

RUSSO, Duda Dello. **Disk Bicha**. Disponível em: https://open.spotify.com/show/2gSJSg8BQ30RPJ8Qu8bdgj?si=cb604767cd5f4e03. Acesso em: 25 maio 2023.

ROGERO, Tiago. **Projeto Querino**. Disponível em: https://open.spotify.com/show/4ihscGfv0vmjBrK6dHA9Xo?si=1d15bd5531bb48e7. Acesso em: 19 maio 2023.

MOREIRA, Carol; BONAFÉ, Mabê. **Modus Operandi.** Disponível em: https://open.spotify.com/show/1k2AsiW1iHQBnqOVcmmWDW?si=dd85e2523ff147b3. Acesso em: 22 maio 2023.

FOX, Lorelay. **Para Tudo**. Disponível em: https://open.spotify.com/show/6miZuZA049DQ2c6Ar9aYex?si=fe09ae5876584d11. Acesso em: 23 maio 2023.

CRUZ, Filipe; HELENA, Marina Santa; DUARTE, Samir. **Um Milkshake Chamado Wanda.** Disponível em: https://open.spotify.com/show/05mXtsHUlelamU3w0nGJ8a?si=c8aba20cd44f400c. Acesso em: 31 maio 2023.

# APÊNDICES

## A. BÍBLIA CONTENDO ARGUMENTOS

### EPISÓDIO 1 - PILOTO
### TOP 10 MTV: CATEGORIZAÇÃO DO GÊNERO

O primeiro episódio do podcast "Pirulito POP" aborda a questão "Videoclipe: consolidação de gênero audiovisual". Inicialmente, os apresentadores contextualizam como a discussão sobre a história do videoclipe iniciando referenciado no cinema e vídeo-arte que já existiam antes mesmo da definição do videoclipe como gênero audiovisual. Eles destacam que a televisão era o principal veículo de mídia social da época, o que trouxe um mundo de possibilidades de entretenimento financiado por meio da indústria cultural. Desde o cinema até o surgimento da MTV, essas influências artísticas tiveram grande impacto na cultura e na indústria da música, alterando as formas de consumo do videoclipe. O episódio cita argumentos que serviram de base para a construção do pensamento crítico sobre o tema. É esclarecido que esse episódio piloto tem como objetivo explicar a dinâmica do podcast e o que será discutido nos próximos episódios da temporada.

Durante a discussão, os apresentadores levantam questionamentos que serão debatidos nos próximos episódios, buscando estabelecer uma conexão entre os dois temas. A ideia é compreender o videoclipe não apenas como um produto comercial, mas também como uma forma de arte que pode demarcar gerações e influenciar a formação da personalidade e identidade do público, especialmente aqueles nascidos em meados dos anos 90 e início dos anos 2000, que tiveram a MTV e a Mix TV como grandes auxílios para a construção de suas referências culturais. Ao final do episódio, os hosts agradecem aos ouvintes, divulgam as redes sociais do projeto e suas redes pessoais, além de proferirem frases com características

pensadas como slogans para o podcast. Essas frases podem ser usadas para identificar e promover o programa nas redes e em outros meios de divulgação.

## EPISÓDIO 2
## E QUANDO O CINEMA BUSCA REF. NOS CLIPES?

O episódio proposto aborda uma conexão significativa entre o videoclipe, o cinema e a cultura pop. Com a ascensão da MTV nas décadas de 80 e 90, o videoclipe se tornou uma forma de arte independente, que tinha o poder de massificar músicas e artistas, bem como transmitir narrativas e visões artísticas únicas. A influência do videoclipe nas produções cinematográficas e, por sua vez, a influência do cinema no videoclipe são fenômenos culturais que marcaram gerações e ainda ecoam nos dias de hoje.

Ao longo da discussão, a história da MTV e sua contribuição para a popularização do videoclipe pode ser explorada, destacando como essa plataforma revolucionou a maneira como consumimos música e audiovisual. A MTV se tornou uma referência para a indústria fonográfica, e o videoclipe se consolidou como um gênero artístico distinto, abrindo caminho para novas narrativas e linguagens visuais.

Os exemplos de filmes e séries, como "Corra, Lola, Corra" e "Euphoria", que incorporam elementos do videoclipe em sua estrutura narrativa e estética, fornecem uma base sólida para a argumentação do impacto do videoclipe no cinema. Essa interação entre as duas formas de arte revela como o videoclipe se firmou como uma referência e influência para o cinema contemporâneo.

Além disso, mencionar videoclipes que captam referências narrativas do cinema, como "Thriller" de Michael Jackson e "Telephone" de Lady Gaga com Beyoncé, ajuda a reforçar a ideia de que essa relação entre as mídias não é de mão única, mas sim uma troca contínua e criativa.

A abordagem das mídias de comunicação como influências mútuas também é essencial para entender como o videoclipe se encaixa nesse contexto. A televisão e o cinema têm um papel importante na evolução do videoclipe, assim como o videoclipe atualiza a forma de consumir música e imagem para a audiência desses veículos.

Ao final do episódio, o slogan do podcast pode ser mencionado de forma impactante, reforçando a temática do episódio e deixando uma marca na mente dos ouvintes.

## EPISÓDIO 3
## QUEM PRODUZIA NO BRASIL?

Este episódio se desenvolve a partir da contextualização da expansão da MTV no mundo e posteriormente o surgimento da MTV Brasil mas antes de falar sobre a chegada da MTV Brasil.

A MTV Brasil foi lançada em 20 de outubro de 1990 e representou um marco na cultura televisiva brasileira. A emissora chegou ao país trazendo um formato inovador de programação focado na música e no entretenimento voltado para o público jovem. Com videoclipes como carro-chefe, o canal brasileiro rapidamente conquistou uma audiência cativa e se tornou um símbolo da cultura pop brasileira. Aqui citaremos os nomes dos primeiros programas e artistas que desenvolveram a proposta do videoclipe no Brasil na busca de uma estética nacional dentro do gênero, como a arte inicia e se perpetua atualmente no país. Refletimos a partir de um comparativo entre a origem e as sua expansão no mundo, pensando no cenário de performance musical já produzido com o objetivo videográfico, vamos chamar esse momento de pré-videoclipe nacional relacionando a um momento de produção de filmes brasileiros caseiros através da 16mm, documentários e ensaios gravados com a proposta performática. Como exemplo, analisaremos nomes como Raul Seixas, Maria Bethânia e outros que dominavam o momento da música popular brasileira.

## EPISÓDIO 4
## IDENTIDADE TEM QUE TER

Neste episódio, pretendemos realizar uma discussão mais aberta sobre a identificação das pessoas com videoclipes. A maneira como alguém se conecta a um videoclipe pode depender de uma variedade de fatores, incluindo suas experiências de vida, interesses culturais, valores pessoais, idade, gênero, orientação sexual e o contexto sociopolítico em que vivem.

No passado, a popularidade de canais de TV aberta como MTV e Mix TV durante os anos 2000 desempenhou um papel crucial na formação de adolescentes e jovens da época. Esses canais forneceram uma base para suas preferências estéticas, personalidades e visões de

mundo. Através da exposição constante a videoclipes, esses jovens foram influenciados de várias maneiras.

Um dos principais fatores que contribuem para a identificação com um videoclipe é a música que o acompanha. A melodia e a letra podem evocar emoções e memórias que fazem com que o espectador se sinta profundamente conectado.

Além disso, a representatividade e a diversidade nas imagens e narrativas apresentadas em um videoclipe também desempenham um papel importante. Quando um videoclipe retrata pessoas e histórias com as quais o público se identifica, a conexão emocional é fortalecida.

Outro aspecto a considerar é o contexto cultural e social em que um videoclipe é lançado. As mudanças na sociedade e na cultura podem afetar a maneira como as pessoas se relacionam com o conteúdo audiovisual, tornando-o mais relevante para a sua vida.

Para enriquecer ainda mais essa discussão, planejamos trazer relatos de indivíduos que cresceram durante essa mesma época, destacando como a popularidade dos videoclipes, da cultura POP e da MTV como um todo desempenhou um papel crucial na formação de suas personalidades e caráter. Esses depoimentos pessoais ajudarão a aproximar a audiência dessa experiência e a compreender melhor como a cultura visual e musical moldou gerações.

## EPISÓDIO 5
## QUANDO SURGEM NOVAS PROPOSTAS?

O clipe nasce na TV e tem sua estética e linguagem estavam profundamente associadas à época, pois a televisão exercia uma influência significativa na indústria cultural, subvertendo linguagens preexistentes e dando origem a uma nova forma de expressão audiovisual. Esse novo formato tornou-se capaz de impulsionar e fortalecer tanto o mercado da música quanto o mercado de vídeos.

Após os anos 2000, a televisão gradualmente perdeu sua influência na indústria fonográfica, dando espaço para as atualizações da indústria das mídias, impulsionadas por uma nova geração que prioriza o uso das redes sociais para o consumo de áudio e imagens. Esse fenômeno ocorre dentro da cibercultura, onde a imersividade da internet emerge como um

novo meio comunicativo explorado por um público específico, que começa a negligenciar a importância que a televisão tinha anteriormente.

O surgimento dessas culturas digitais deu origem a sites que permitem o compartilhamento de imagem-áudio fragmentado, o que resultou em um novo fluxo de consumo. Nessa nova era digital, a maneira como as pessoas consomem e interagem com conteúdo audiovisual mudou drasticamente, sendo moldada pela acessibilidade das redes sociais e pela facilidade de acesso a músicas e videoclipes em plataformas digitais. Essa transformação na forma de consumir música e imagens evidencia o poder da cibercultura e seu impacto na indústria do entretenimento.

## EPISÓDIO 6
## LINGUAGEM DO SUCESSO DA ERA MOTOMAMI

No último episódio, encerraremos a discussão destacando o percurso do videoclipe até a atualidade, consagrando-o como um dos produtos audiovisuais mais importantes e marcantes do nosso século. Retomando o gancho do episódio anterior, que revelou as transformações desse gênero com o advento da internet, no episódio 6 exploraremos o cenário atual e como o videoclipe reconfigurou seu formato, imagem e linguagem para se manter nesse status relevante.

Nossa atenção será direcionada para a talentosa artista Rosalía e os videoclipes de seu mais recente álbum, intitulado "Motomami". Abordaremos a relevância das novas redes sociais, como o TikTok, e como elas influenciam o desenvolvimento de formatos que criam uma estética específica e inovadora. Nesse contexto, Rosalía utiliza essa ferramenta para estabelecer uma relação íntima entre a produção e o consumo de suas obras com o ambiente digital. O videoclipe, assim, emerge como uma maneira de atualizar a conexão entre o público e o artista, estabelecendo uma perspectiva de fluxo visual cativante e envolvente.

Finalizamos agradecendo as pessoas que ouviram e contribuíram com o podcast até o momento e informando que em breve retornaremos com uma nova temporada  e fechando com a vinheta final e divulgação das nossas redes.

## B. ROTEIRO DO EPISÓDIO PILOTO

ROTEIRO EPISÓDIO I
PILOTO

ABERTURA

*Som de viagem no tempo*

**A-**Vocês sabem como a gente chegou aqui? Eu não faço a mínima ideia.

**M-** Eu apenas lembro de estar assistindo um DVD de flashback, nós estamos em 2008?! tinha acabado de assistir o clipe Can't hold us down da Christina Aguilera, mas não lembro como cheguei aqui.

**A-** Nossa, é muito engraçado você falar isso agora porque eu tinha acabado de assistir o clipe obsessed da Mariah Carey e acabei de descobrir que era uma shade para o Eminem, fiquei chocada!

**M-** TÁ MAS O QUE ISSO TEM A VER?

(vinheta)
*A ideia da vinheta é uma sonora de rádio falhando ou Tv fora do Ar chiados/ inicia uma guitarra de Punk Rock(3 segundos) volta a chiar/ inicia uma batida eletrônica/ (vogue da MADONNA) 3 segundos.*

**A -** Esse é o pirulito pop

*SOM de janela POP UP em constância por 3 segundos*

PODCAST

**M-** Bom, eu não sei o que eu tenho a ver com a treta da Mariah e Eminem, mas eu sei que isso rendeu vários clipes icônicos. Às vezes fico me questionando o porque eu amo tanto

quando os assuntos viram clipes, as músicas se tornam melhores, é como se entrássemos em uma mundo particular em que  potencializar a nossa recepção com a música e o artista, saca? Mas você acha que é possível compreender de onde vem essa relação? Ou melhor, de quem foi a ideia de fazer essas montagens que coloca toda nossa experiência dentro da cultura musical do pop?

CORTE ABRUPTO

A - Bem-vindos e bem-vindas ao primeiro episódio do podcast "Pirulito POP"! Eu sou a Amanda Mendes.

M - E eu sou o Marcos Santos. O Pirulito POP é o lugar onde vamos procurar entender a cultura pop, clipes e histórias que construíram o nosso imaginário artístico. Nessa primeira temporada vamos embarcar em uma viagem no tempo para desvendar e destrinchar a  origem e a magia por trás dos clipes musicais, através de referências que moldaram nossas personalidades.

A - E para começar, que tal relembrarmos alguns dos momentos icônicos que marcaram nossa relação com a música e os videoclipes?

M - Sim! Vamos voltar no tempo e resgatar as memórias musicais que moldaram a nossa geração.

A - Tipo falar de um dos maiores acontecimentos dos anos 2000, Lady Marmalade?

M - Tipo isso!

A- Pera, mas acho que antes da gente começar a falar de diva pop, precisamos entender qual a dinâmica que permite a gente acessar esse universo, acredito que precisamos refletir sobre a ideia de cultura pop e sua relação com a produção de videoclipe, né?

M- Claro, acho que é importante abordar como a TV se tornou um espaço que permitiu experimentações. Mas desde o início da TV até a sua expansão pelo mundo, os conteúdos

exibidos eram maioria informativos, como manchetes jornalísticas. O desenvolvimento da televisão foi amplamente baseado na proposta de atender a um público massivo.

A- O conceito de videoclipe foi formalizado e definido por um meio de comunicação que permitiu o amplo acesso ao conteúdo: a televisão. Isso ocorreu em 1975, quando programas de televisão começaram a exibir produtos audiovisuais que funcionavam como performances de bandas, como os Beatles e o Queen. Mas, a vontade de experimentar montagens que mexessem com essas formas artísticas já existia antes desse período.

(alguma fala sobre experimentação do cinema e música)

M- É interessante saber que existiam coisas parecidas com os clipes, mas o marco do primeiro videoclipe ocorreu com a banda Queen, quando eles conceberam um vídeo promocional com o objetivo de exibi-lo no programa de televisão chamado "Top of the Pops". Essa visibilidade ajudou a impulsionar a popularização da banda e da música, mas isso é papo pra daqui a pouco.

- *Introduzir trecho de 5 segundos de Bohemian Rhapsody do Queen* -

A- “Top of the Pops” era um programa da BBC onde eram divulgadas as paradas de sucesso britânicos daquela semana, inclusive, inicialmente esse era o motivo do videoclipe não ser considerado um gênero, pois desde o início da popularização desse programa os vídeos eram somente encartes de divulgação das próprias músicas que passavam nele. Isso foi mudado com a chegada de Bohemian Rhapsody em 1975, que quebrou e reinventou os paradigmas do que se era entendido como videoclipe, até então. Esse foi o primeiro produto com uma narrativa construída juntamente da estética, em conjunto da musicalidade, desta forma, esse foi considerado o primeiro de todos os videoclipes enquanto gênero.

M- Claro, a união entre a música e o cinema foi importante, pois movimentos culturais e artísticos na música começaram a explorar essa nova proposta de conteúdo audiovisual, atraindo seus públicos, muitos deles conhecidos como FÃS, para a televisão. Isso fortaleceu a relação entre artistas e seus seguidores e expandiu as possibilidades criativas para contar

histórias e expressar a música por meio dos videoclipes. Então, a colaboração entre essas duas indústrias desempenhou um papel significativo na popularização dos videoclipes.

*quadro informativo com reverb na voz*

*fãs;. Pessoas que admiram muito um artista, uma figura pública ou qualquer pessoa que esteja relacionada com o mundo do entretenimento; admiradores:*
*fonte:dicionário online brasileiro*

A - Entendo, é importante saber como o público influencia o que é criado na mídia. O que as pessoas gostam de consumir afeta o que os artistas e criadores produzem. É uma relação onde ambos se influenciam, moldando o que vemos e ouvimos na cultura e na mídia.

M- em meados dos anos 80, um canal chamado **MTV** surge com essa única proposta de junção de música e vídeo, firmando o gênero na cultura popular massiva.

***Quadro informativo com reverb na voz***
***MTV*** *(Music Television) é um canal de televisão pago estadunidense que está sediado em Nova Iorque. Originalmente, a programação da* ***MTV*** *era dedicada completamente a videoclipes, especialmente de rock.* fonte; dicionário informal online

A: O videoclipe é uma forma de expressão que levanta questões intrigantes sobre sua relação com outras formas de cultura e como desenvolve suas próprias características narrativas. Inicialmente, o videoclipe estava intimamente ligado à MTV, que teve um papel fundamental em sua popularização. A televisão foi super importante na indústria cultural, transformando a linguagem audiovisual e permitindo a criação de um novo formato que incentivou tanto a música, quanto o vídeo.

M. o videoclipe não apenas moldou a cultura pop, mas também foi moldado por ela, refletindo as mudanças na tecnologia e na sociedade ao longo do tempo.

***Quadro informativo com reverb na voz:***

*Atribuímos cultura pop, ao conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras)*
*e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante.* Fonte: "Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop" - Thiago Soares (2010).

A- Uma das coisas mais interessantes a se questionar durante o entendimento da indústria musical ao se apropriar desse audiovisual novo é que todos os movimentos surgiram numa lógica pop de consumo e produção, a partir do momento em que as bandas procuram visibilidades. Acontece que o surgimento desses canais passaram a adentrar numa onda de consumo de mídia que não estava só ligada a música como puramente artística mas que ganhava um valor reprodutivo no surgimento das performances visuais e posteriormente os videoclipes.

M- A televisão era uma mídia muito interessante para essa demanda, porque na época do surgimento do videoclipe, a tecnologia tinha alcançado um nível quase global e a onda dessa globalização televisiva é que para o telespectador passava por uma sensação que chamamos aqui de **transnacionalização.** O imaginário social é construído através do alcance que as mídias tinham e que só ganhavam mais força com a expansão da tv no mundo, significa dizer que se constrói uma cultura de popularização de um determinado produto não só no país mas também no mundo.

***Quadro informativo com reverb na voz:***
*Transnacionalização: Processo pelo qual algo ultrapassa as fronteiras nacionais, englobando mais do que um país*

A- A forma de consumo deste aparelho foi tão bem recebida pelo público que os consumidores desses conteúdos começaram a adaptar a sua condição de vida a um estímulo de pertencimento que generalizou esses valores impostos e ditos em seu conteúdo musical e de clipe.

M-: O videoclipe é um exemplo concreto dessa interação. Não apenas serve como meio de promover música ou arte, mas também desempenha um papel crucial em influenciar perspectivas na cultura pop.

(Sons da fala de de algum videoclipe muito famoso, ex: Gaga e Bey conversando no carro em Telephone)

M: Eles não apenas fornecem entretenimento, mas também compartilham valores e mensagens de forma globalizada, transcendendo fronteiras culturais. Os videoclipes são como uma linguagem universal da cultura pop, moldando a maneira como as pessoas veem e experimentam o mundo ao seu redor.

*(Mais 5 segundos da fala de outro videoclipe muito conhecido. Ex: a conversa do casal no carro em Thriller)*

M: Portanto,  são muito mais do que simples promoções; são narrativas visuais que ajudam a definir a cultura pop e a conectá-la em todo o mundo.

A- Sem dúvida, tudo isso faz total sentido. O videoclipe, assim como outras formas de arte, é influenciado pelo contexto capitalista das mídias e da indústria do entretenimento. No entanto, isso não implica que ele seja estritamente comercial e destituído de valor artístico. Na verdade, é precisamente a fusão entre o aspecto comercial e o artístico que torna o videoclipe uma forma de expressão tão cativante e sujeita a debates.

**- Bloco contexto histórico:**

M: Nos anos 1940, os Estúdios Disney produziram o desenho animado "Fantasia," que explorou de forma notável a interação entre música e imagem. Nessa mesma década, surgiu a "vitrola de fichas visuais" nos bares dos Estados Unidos, permitindo visualizar números musicais em preto e branco. Bing Crosby foi um cantor conhecido por sua associação com esse tipo de aparelho.

-

A: A década de 1950 marcou a ascensão dos números musicais na TV e no cinema, impulsionando a indústria fonográfica. Elvis Presley, estrelou vários musicais, incluindo "Love Me Tender" (1956), "Loving You" (1956), "Jailhouse Rock" (1957), "King Creole" (1958) e um documentário de shows em 1972.

M: No final da década de 1950, a BBC no Reino Unido lançou o programa "6'5 Special," dedicado exclusivamente a apresentações musicais. Em 1960, na França, surgiu o "scopitone," um aparelho semelhante ao jukebox que projetava imagens em preto e branco enquanto a música tocava. Posteriormente, o scopitone foi levado para outros países europeus, como Alemanha e Inglaterra, embora tenha sido retirado de circulação em 1979.

A: Em 1964, o filme "A Hard Day's Night", estrelado pelos Beatles e dirigido por Richard Lester, foi lançado. Além do filme, os Beatles também produziram vídeos que eram chamados de "promos," abreviação de promocional. Há debates sobre se esses vídeos dos Beatles poderiam ser considerados videoclipes, com algumas opiniões divergentes sobre o assunto.

A - Jorge Lima Barreto, historiador e filósofo português, destaca que o vídeo tem conexão com a televisão, mas seu compromisso com a música (video music) começou com o experimentalismo do coreano Nam June Paik no final da década de 1960. Esse movimento é conhecido como vídeo-arte ou vídeo experimental e explorou a estética da televisão e do vídeo de maneiras inovadoras.

- Como se deu o nome videoclipe

A - O termo "videoclipe" é uma junção de duas palavras: "vídeo" e "clip". O conceito de videoclipe refere-se a um curto filme ou vídeo musical que acompanha uma música. A

combinação das duas palavras descreve precisamente o que é um videoclipe: um vídeo curto que "clipeia" ou acompanha uma música.

M - Inicialmente, esses vídeos eram usados principalmente para promover canções e álbuns musicais na televisão. Com o tempo, os videoclipes evoluíram para se tornar uma forma de arte visual por si só, com diretores, produtores e artistas trabalhando juntos para criar vídeos que complementam a música de maneira criativa e visualmente cativante.

A - Portanto, o nome "videoclipe" reflete a combinação de elementos visuais ("vídeo") e a natureza curta ou fragmentada ("clipe") desses vídeos musicais.

- acrescentar comentários-

— inserir 15 segs. de alguma música da época para ambientar o espaço sonoro —,

- Artistas pioneiros na criação de videoclipes.

[M]: Agora falando sobre os primeiros artistas na experimentação da música e do vídeo. Começando o tópico com os Beatles!

[A]: Os Beatles foram uma das primeiras bandas a experimentar a combinação de música e imagens em movimento. Em 1966, eles criaram alguns dos primeiros tipos de vídeos promocionais com essa junção, como "Rain" e "Paperback Writer". Foi um passo super importante também!

[M]: Ah e não podemos esquecer jamais do David Bowie, que também teve um papel significativo para a história do gênero. Ele era conhecido por suas experimentações visuais e musicais, ele criou videoclipes notáveis, como "Space Oddity" em 1969, e mais tarde, em 1980, "Ashes to Ashes". Ambos foram pioneiros na integração de elementos visuais e narrativos em videoclipes.
[M]: E também temos o Queen, como já citamos anteriormente, né?

[A]: Isso! E um nome que todos reconhecem é o maioral, Michael Jackson, que foi um dos artistas mais inovadores no mundo dos videoclipes. Seu videoclipe para "Thriller" em 1983,

dirigido por John Landis, é um marco na história dos videoclipes e é amplamente reconhecido como um dos melhores e mais influentes de todos os tempos.

[M]: E claro, a Madonna que aproveitou ao máximo o potencial dos videoclipes em sua carreira. Ela produziu videoclipes icônicos, como "Like a Virgin" (1984) e "Material Girl" (1985), que ajudaram a estabelecer seu status como uma estrela pop.

[A] E além deles, também foram muito importantes o Dire Straits e o Peter Gabriel, ex-vocalista da banda genesis, que foi pioneiro em videoclipes conceituais e interativos. Seu videoclipe para "Sledgehammer" (1986) é notável por suas técnicas inovadoras de animação em stop-motion e outras abordagens visuais únicas.

[M]: Esses artistas, entre outros, desempenharam papéis cruciais na moldagem do meio dos videoclipes, ajudando a elevar a forma de arte e a torná-la uma parte integral da indústria da música e da cultura popular. Seus videoclipes pioneiros ajudaram a estabelecer as bases para a criação de videoclipes mais elaborados e artísticos que vieram posteriormente.

**— sons de like a virgin - madonna para transicionar o bloco —**

- Impacto cultural e musical dos videoclipes iniciais.

A - Bom, como já ficou claro, os videoclipes das décadas de 1970 e 1980 tiveram um grande impacto na cultura e na música, como a Promoção de Artistas e Álbuns: Os videoclipes se tornaram uma ferramenta poderosa para promover artistas e seus álbuns, oferecendo uma nova maneira de alcançar o público.

M - Sim, outro ponto super importante foi a Integração de Arte Visual e Música: Artistas como David Bowie, Michael Jackson e Madonna colaboraram com cineastas e designers para criar vídeos que eram verdadeiras obras de arte visuais, além também da Exploração de Temas e Narrativas: Os videoclipes permitiram que os artistas exploram temas e narrativas mais profundas em suas músicas, adicionando camadas de significado.

A - Com certeza! Houve também o Aumento da Importância da Estética: Os videoclipes elevaram a importância da estética na música popular, levando os artistas a investirem em moda, coreografia, maquiagem e cenografia. O Lançamento de Novos Talentos: Muitos diretores famosos, como Spike Jonze e Michel Gondry, começaram criando videoclipes.

M - A Mudança na Indústria da Música: Os videoclipes se tornaram parte essencial das estratégias de marketing das gravadoras e fonte de receita adicional e Influência na Cultura Popular: Alguns videoclipes se tornaram ícones culturais, influenciando moda, dança e cultura em geral, inclusive esse foi um impacto que chegou até nós também!

A - E por fim, mas não menos importante, rolou o super impacto na Acessibilidade Global: Com a chegada da MTV e outros canais de música, os videoclipes se tornaram um entretenimento global, globalizando a cultura pop. e a Evolução Visual e Técnica: Os videoclipes impulsionaram avanços na tecnologia de produção de vídeo e efeitos visuais.

M - Resumidamente, os videoclipes das décadas de 1970 e 1980 tiveram um profundo impacto na música e na cultura pop, mudando a forma como a música era promovida e apreciada, além de contribuir para o desenvolvimento da cultura visual moderna. Eles continuam sendo uma parte importante da indústria da música e da cultura visual até hoje.

— comentários Marcos e Amanda —
— colocar sons de alguma música citada no texto para transição —

**Bloco: A era de ouro dos videoclipes (anos 80 e 90)**

**O papel da MTV na popularização e categorização dos videoclipes**

M - Parece que a MTV teve um papel crucial na evolução do videoclipe. Você mencionou as experimentações, como o "MTV Unplugged", que se tornaram famosas. Como essas experimentações contribuíram para o desenvolvimento do videoclipe?

A - Exatamente, a MTV desempenhou um papel fundamental na evolução do videoclipe. As experimentações, como o "MTV Unplugged", eram performances ao vivo que eram gravadas

e cortadas como clipes para serem reproduzidas durante a programação. Isso trouxe uma dimensão única ao videoclipe, combinando música ao vivo com elementos visuais. A MTV criou um ambiente propício para essa interação entre formatos midiáticos, revitalizando não apenas o videoclipe, mas também os formatos de mídia pré-existentes.

M - Você mencionou que a MTV também introduziu o Video Music Awards (VMA) em 1984, uma premiação exclusiva para videoclipes. Como isso afetou a percepção e a importância do videoclipe?

A - O VMA foi um marco na história do videoclipe. Ele ajudou a solidificar o videoclipe como um gênero audiovisual distinto e influente. Além disso, o VMA incentivou uma abordagem mais estética e artística na criação de videoclipes. Os vídeos finalistas e vencedores das categorias passaram a receber mais prestígio, não apenas na MTV, mas em toda a indústria do entretenimento. O VMA se tornou uma das maiores premiações de videoclipes do mundo, elevando ainda mais o status e a importância desse formato.
M- A mídia e a indústria da música perceberam que as formas tradicionais de consumo de música, como o rádio, estavam perdendo força devido ao surgimento de novos dispositivos técnicos, como Walkman, fitas cassete e videogames. Isso criou uma crise na indústria musical, que precisava se reinventar para se manter relevante.

A - A MTV se mostrou eficaz porque ofereciam uma maneira visual e envolvente de experimentar a música. Os videoclipes não eram apenas uma nova forma de mídia, mas uma resposta criativa que combinava música e imagem de maneira única. Eles permitiram que os artistas contassem histórias visuais que complementam suas músicas, criando uma experiência mais completa para o público.

M - Essa abordagem ressoou com o público e provou ser uma solução para a indústria da música, pois revitalizou o interesse pelas músicas e pelos artistas. A MTV desempenhou um papel fundamental ao proporcionar um canal dedicado à exibição de videoclipes 24 horas por dia, o que revolucionou a forma como a música era consumida e experimentada.

A - o videoclipe não era apenas um novo gênero, mas uma resposta criativa e eficaz às mudanças na forma como as pessoas consomem música, e isso o tornou uma parte fundamental da cultura musical e da mídia contemporâneas.

M - Claro, os insights da análise da Variety sobre o impacto do videoclipe são bastante reveladores. Primeiramente, a Variety mostrou que o videoclipe ajudou a resolver uma série de problemas enfrentados pela indústria musical. As rádios estavam perdendo espaço para outras formas de entretenimento, como o videocassete, e as jukeboxes estavam se tornando menos populares. O videoclipe trouxe uma nova maneira de apresentar músicas ao público, revitalizando o interesse pela música.

A - Além disso, a análise revelou como o videoclipe desencadeou a popularização do vídeo doméstico. Com a MTV exibindo videoclipes regularmente, as pessoas começaram a ver o valor do vídeo como uma forma de entretenimento em casa. Isso contribuiu para a crescente adoção de aparelhos de videocassete e para a explosão do mercado de aluguel de fitas de vídeo.

M- Outro ponto interessante é que o videoclipe não apenas resgatou a importância das músicas, mas também ajudou a estabelecer a imagem visual dos artistas. Os videoclipes se tornaram uma extensão da identidade dos músicos e permitiram que eles contassem histórias visuais que complementam suas músicas.

A- Em suma, a análise da Variety mostrou como o videoclipe e a MTV foram catalisadores de mudanças significativas na cultura musical e na indústria do entretenimento, abrindo novos caminhos para a música e para a experiência audiovisual como um todo.

M: Parece que o videoclipe passou por uma evolução significativa em sua linguagem e abordagem ao longo dos anos. Você mencionou que diretores de cinema e videoarte desempenharam um papel importante nessa transformação. Como essa influência se reflete na estética e na narrativa dos videoclipes?

A: Exatamente, a influência de diretores de cinema e videoarte trouxe uma dimensão artística mais profunda para o videoclipe. Isso se refletiu na estética e na narrativa dos videoclipes de várias maneiras. Diretores como Spike Jonze, Michel Gondry e David Fincher, por exemplo, trouxeram uma abordagem cinematográfica para a criação de videoclipes. Eles exploraram novas possibilidades visuais, adotando uma estética mais elaborada e pensando nas imagens de forma integrada com a música.

M: Você também mencionou que os videoclipes se tornaram menos plastificados e adotaram uma estética mais crua e inquietante. Como essa mudança na estética impactou a forma como os videoclipes são percebidos e apreciados?

A: Essa mudança na estética dos videoclipes teve um impacto significativo na forma como são percebidos. A estética mais crua e inquietante desafiou as normas convencionais de beleza e perfeição. Os videoclipes passaram a explorar texturas e estéticas que antes eram consideradas não convencionais, tornando-se mais intrigantes e provocativos. Isso também contribuiu para uma apreciação mais profunda dos videoclipes, que passaram a ser vistos como obras de arte audiovisual que podem transmitir mensagens e emoções de maneira única.

M: Parece que o videoclipe evoluiu de uma mera promoção de artistas para uma forma autônoma de expressão artística.

A: Com certeza, o videoclipe evoluiu para se tornar uma forma autônoma de expressão artística. O futuro do videoclipe parece promissor, pois continua a evoluir e se adaptar às mudanças na música e na cultura visual. Com a tecnologia atual, os videoclipes têm ainda mais liberdade criativa para explorar novas fronteiras. Espero que continuemos a ver videoclipes que desafiam as normas estabelecidas e que se destacam como obras de arte independentes, capazes de transmitir emoções e contar histórias de maneiras inovadoras.

— sons para transição —

*Apresentação do bloco*

— vinheta do top 10 MTV meio modificada —

**Bloco Top 10: Videoclipes que se tornaram obras de arte**

*Citar o top 10 em ordem decrescente*

10 - Janet Jackson - "Rhythm Nation" (1989): Dirigido por Dominic Sena, este videoclipe apresenta uma coreografia complexa e imagens impactantes que abordam questões sociais, tornando-se um ícone cultural.

09 - Radiohead - "Karma Police" (1997): Dirigido por Jonathan Glazer, este videoclipe é uma narrativa misteriosa e atmosférica que se encaixa perfeitamente com a música introspectiva da banda.

08 - Nirvana - "Smells Like Teen Spirit" (1991): Dirigido por Samuel Bayer, este videoclipe capturou a energia da cena grunge e se tornou um símbolo da juventude rebelde da época.

07 - Peter Gabriel - "Sledgehammer" (1986): Este videoclipe, dirigido por Stephen R. Johnson, é conhecido por seus efeitos visuais inovadores, animação em stop-motion e estilo visual marcante.

06 - Grace Jones - "Slave to the Rhythm" (1985): Dirigido por Jean-Paul Goude, este videoclipe é uma fusão de moda, música e arte, incorporando o estilo ousado e único de Grace Jones.

05 - Björk - "All Is Full of Love" (1999): Este videoclipe dirigido por Chris Cunningham apresenta androides se beijando em uma representação lírica e futurista do amor e da tecnologia.

04 - David Bowie - "Ashes to Ashes" (1980): Dirigido por David Mallet, este videoclipe é uma criação visual surreal que combina elementos de arte, moda e música para representar a evolução de Bowie como artista.

03 - Queen - "Bohemian Rhapsody" (1975): Embora seja dos anos 70, este videoclipe é uma obra-prima visual que acompanha a icônica música do Queen com efeitos especiais inovadores e imaginação surreal.

02 - Madonna - "Like a Prayer" (1989): Este videoclipe dirigido por Mary Lambert é uma exploração provocativa de temas religiosos e raciais, com imagens impactantes e uma história envolvente.

01 - Michael Jackson - "Thriller" (1983): Este é um dos videoclipes mais icônicos de todos os tempos, dirigido por John Landis, que combina música, dança e elementos de terror em uma narrativa inesquecível.

A: Esses videoclipes não apenas acompanharam suas músicas, mas também se destacaram como obras de arte visuais, contribuindo para o desenvolvimento da linguagem visual na cultura pop.

> *— Após cada anúncio das músicas do Top 10, serão tocados 15 segundos da introdução ou refrão de cada uma delas. —*

A: Gente, só para pontuar que nesse episódio tivemos um enfoque maior na criação do videoclipe na gringa, que foi onde essa discussão foi iniciada, mas falaremos mais sobre o contexto brasileiro nos próximos episódios e inclusive, teremos um em especial somente com essa temática. Aguardem!

M - Acho que é isso, né, amiga? Vamos ficando por aqui, agradecemos à vocês por toda audiência dada, por terem ouvido até aqui, queremos muito ouvir as opiniões de vocês, então, caso queiram nos escrevam através do E-mail (adicione o email aqui) e também pelo Instagram (adiciona o @) e nos nossos pessoais @markinh0zz e @fdefletcher.

A- Lembrando que esse podcast é fruto de uma pesquisa muito massa sobre o videoclipe e cultura pop, na qual lemos o livro a Invenção do Videoclipe de Ariane Holzbach, Abordagens Teóricas  para Estudos Sobre Cultura Pop de Thiago Soares e Breve história do videoclipe de Laura Corrêa, além, claro que refletimos também através de nossas percepções de mundo.

M - Qual videoclipe você se identifica? fala pra gente, boba.

***— fecha com a vinheta de encerramento —***

## C. IDENTIDADE VISUAL

## D. LINK DO PRIMEIRO EPISÓDIO

https://soundcloud.com/podcast-pirulito-pop/01-top-10-mtv-a-categorizacao-do-genero-piloto?si=3b7622b4f0684c0794eb844c6d0d28c4&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing