
MTV Brasil: Como a linguagem da MTV dos anos 90 dialoga com a geração jovem contemporânea¹

Thayse Kiel TRUFFA²
Cristian CIPRIANI³
Centro Universitário Univel, Cascavel, PR

RESUMO

A MTV (Music Television) foi um grande fenômeno televisivo nos anos 80 e 90. O canal apresentava clipes musicais e programas voltados para os jovens, com a apresentação dos VJ's (vídeos jockeys). Foi a partir da MTV que os clipes musicais ganharam notoriedade, em uma época em que a internet ainda não era popular e acessível para todos. O objetivo deste artigo é analisar, a partir do contexto histórico e social, a influência da linguagem da MTV dos anos 1990 sob os jovens daquela década e sob os jovens contemporâneos. Sem o intuito de esgotar o assunto, o texto se finda ao apontar que a geração 90 foi uma geração que precisava ser ouvida, mas não tinha para quem gritar. Nos anos 2000 e com a guerra ao terrorismo, surgiu novamente um ideal pelo qual lutar. A polarização política também começou a crescer nesse período, junto com as redes sociais e a popularização do meio para mostrar dar voz aos jovens contemporâneos.

PALAVRAS-CHAVE: MTV; Gerações; Linguagem Audiovisual; Comunicação Audiovisual.

INTRODUÇÃO

Com o final da Guerra Fria e a dissolução da União Soviética em 1991, os jovens se viram perdidos em relação aos ideais políticos, sempre tão marcantes desde o início do novo mundo. Os conflitos políticos e bélicos foram os grandes responsáveis pela formação do mundo atual, direta ou indiretamente. Podemos utilizar como exemplo a criação da Internet que surgiu inicialmente como uma ferramenta militar, expandindo-se para universidades apenas na década de 80.

A ideia de que os anos 90 foram “tempos prósperos” é muito comum, pois houve uma mudança mundial significativa, o crescimento do capitalismo no mundo e a

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Licenciada em Artes Visuais e Graduanda do 8º em Jornalismo no Centro Universitário Univel, e-mail: tktruffa@gmail.com.

³ Doutor em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS e bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Docente da área de Comunicação e Design do Centro Universitário Univel, e-mail: cristian.cipriani@univel.br.

popularização dos computadores pessoais e da internet, além da queda do muro de Berlin. Foi o início de uma nova era, mas mesmo essas inovações tecnológicas e políticas não fizeram o jovem dos anos 90 ter um ar menos apático e de tédio.

Não havia mais ideais para serem alcançados, o contexto sociocultural da época deixava no jovem adulto um misto de angústia e depressão. O jovem dos anos 90 se tornou acomodado e repudiava as pressões sociais. Podemos ver um pouco dessas características no movimento grunge.

Dentro da música, o grunge é um subgênero do rock alternativo inspirado no hardcore punk, heavy metal e indie rock e traduziam bastante o que se passava pela cabeça dos jovens adultos da época. Suas letras são cheias de melancolia, negligência, traição, desejo de liberdade, sarcasmo e autodúvida. O visual grunge também é ponto importante para a presente análise. Bastante desleixada, a moda dos anos 90 se mostra muito diferente da moda dos anos 80. As calças eram mais largas e caídas, tênis sujos e sem muito cuidado em sua amarração, camisas de bandas e uma flanela por cima, deixaram a teatralidade dos anos 80 totalmente de lado, visando apenas o conforto e bem-estar do momento. De acordo com Seeling (2000) o fim do século XX foi marcado pela globalização, o que influencia a sociedade em diferentes aspectos. Os jovens tinham acesso ao que ocorria em outros lugares do globo, não apenas o que era divulgado regionalmente, tendo como principal característica o minimalismo, uso de cores mais sóbrias e menos chamativas.

Pela moda ao decorrer das décadas, podemos analisar também a sociedade em geral. Nos anos 80, ainda vivíamos o medo de uma guerra nuclear, Estados Unidos e União Soviética buscando crescimento tecnológico a todo custo. A moda era baseada em cores chamativas, ombreiras grandes e bem desenhadas, estampas em xadrez de diferentes cores e outras. A moda dessa década também está bastante ligada às mulheres que começaram a conquistar mais espaço no mercado de trabalho. Os blazers de corte reto tiveram seu auge nessa década e eram muito utilizados pelas mulheres que trabalhavam fora, executivas e outras e logo foi levado também para os guarda-roupas como uma peça estilosa que poderia ser usada com shorts, por exemplo.

A moda fitness também ganhou destaque nessa época, saindo das aulas de ginástica para ganhar nas ruas. Calças de moletom, legging e tênis mais despojados davam tanto para mulheres quanto para homens um ar de maior conforto mesmo no dia a dia.

Já nos anos 90, o que importava era estar confortável o tempo todo. A blusa de flanela amarrada na cintura pode ser considerada um símbolo dessa época e era muito utilizada principalmente pelos jovens.

A MTV Brasil (Music Television Brasil) chegou às telas no início dos anos 90 e encerrou suas atividades na TV aberta em 2013. O principal foco da emissora era o público jovem (de 12 a 29 anos) e ao longo do tempo foi diversificando sua grade, antes constituída principalmente por videoclipes, sempre mantendo o foco em seu público alvo. Isso pode ser notado pela linguagem utilizada na emissora.

Mesmo com a mudança na grade e a inclusão de programas diversificados como talk shows, reality shows e outros, quando falamos sobre MTV a principal lembrança é a dos videoclipes.

O presente artigo busca expor, por meio de análise bibliográfica, como era a sociedade nos anos 1980 e 1990 e porque a estética utilizada pela MTV (Music Television) foi tão marcante para essa e futuras gerações, além de seu impacto na cultura jovem.

1. ESTÉTICA DOS ANOS 80, POLARIZAÇÃO POLÍTICA E RISCO NUCLEAR

A década de 80 foi um misto de emoções na política mundial. Enquanto o mundo enfrentava a Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética, o Brasil ainda passava pelos últimos atos da Ditadura Militar, que terminou em 1985.

Com a constante evolução tecnológica gerada pela Guerra Fria, construção de foguetes e satélites, o medo de uma ameaça nuclear aterrorizava o mundo, afinal, se com um avião e uma bomba, os Estados Unidos puseram fim à Segunda Guerra Mundial, o que não poderia acontecer com satélites orbitando o planeta?

Foi durante a Guerra Fria que os Estados Unidos, que já vinham investindo nos estudos tecnológicos desde a década de 20, se estabeleceram como uma das grandes potências tecnológicas também. Esses estudos permitiram a “miniaturização” dos computadores, o que levou a popularização dos computadores pessoais na década de 80. Foi ainda durante a Guerra Fria que a Internet teve seu esboço criado.

A proposta era manter a comunicação entre o governo norte americano e as bases de comunicação, sem perder as informações sigilosas do Pentágono, em caso de ataque. Assim desenvolveram uma rede de transmissão de dados, a ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network). (COSTA, 2013, p. 220)

Castells (2007, p. 44) diz que a ARPANET não era controlada por nenhum centro e composta por milhares de redes de computadores autônomos com inúmeras maneiras de conexão. Caso uma das bases fosse atacada, as outras manteriam a comunicação sem perdas.

Foi só com o fim da Guerra Fria que essa tecnologia começou a ser disponibilizada para universidades e era usada principalmente para pesquisas e envio de e-mails.

Os anos 40 foram um grande passo para a independência feminina, mas foi nos anos 80 que isso ficou claro. Elas não precisavam trabalhar, elas queriam trabalhar. Essa vontade de poder se apresentou também na moda, com as ombreiras e blazers de corte reto, que traziam para as mulheres uma postura mais impositiva, sem perder o charme e a feminilidade.

Ainda nos anos 80, foi criada a MTV (Music Television), um dos grandes marcos da cultura pop da década. O canal era sediado na cidade de Nova Iorque e originalmente focava em programas de videocliques apresentados por personalidades da televisão que eram conhecidos como “video jockeys”, os famosos VJs.

Foi também nos anos 80 que começaram a nomear o cinema como “pós-moderno”, que era tudo o que ia contra as vanguardas e cinema já estabelecido. De acordo com Mascarello (2006, p. 361), “pós-modernidade diz respeito a um período histórico e pós-modernismo se refere a um campo cultural”. Para entender melhor estes conceitos, vamos pensar no período histórico da “modernidade”, que começou após a revolução industrial e o “modernismo” que começou aproximadamente 100 anos depois, com Picasso, Stravinsky e outros.

Ou seja, nem tudo que surge no período pós-moderno (histórico) é pós-modernista.

É no cinema que vemos uma das mudanças nos ícones da época, como por exemplo a mudança na figura feminina retratada nos filmes. Em 1960, o ideal feminino era uma jovem mais rebelde, politizada e alheia à sociedade de consumo. Nos anos 80 essa jovem foi substituída por uma garota igualmente jovem, mas usando um shorts curto e passeando pela cidade de patins. Essa mudança do perfil da personagem mostra como a sociedade estava mudando (MASCARELLO, 2006)

Ao analisarmos o filme Blade Runner, de 1982, vemos retratados os temores reais da época. O filme é ambientado em uma Los Angeles decrépita no ano de 2019, com uma

mixagem étnica muito grande, sendo a maioria da população formada por povos chineses, ruas destruídas e cheias de lixo, carros voadores (podemos ver isso retratado em *De Volta Para o Futuro*, de 1985, mas em uma visão mais fantástica), armazéns vazios e outros signos, que retratavam a fragmentação e as incertezas para o futuro dessa época (MASCARELLO, 2006).

1.2 ESTÉTICA DOS ANOS 90, ASPECTOS DA SOCIEDADE E SUPEREXPOSIÇÃO DE CELEBRIDADES NA TELEVISÃO

Muitos dizem que os anos 90 não deixaram uma marca na história tão forte quanto os anos 70 ou 80, mas inúmeras coisas ocorreram nesta década e que hoje estão sendo revisitadas. Foi nos anos 90 que surgiu o movimento Grunge, marcado por bandas como Nirvana, Pearl Jam e Alice In Chains, com seu estilo despojado (até bastante melancólico), calças largas, camisas de flanela e tênis All Star. Foi nesta década também que a União Soviética foi dissolvida oficialmente e teve início a Guerra do Golfo entre Estados Unidos (liderando um bloco mundial) e Iraque, que ficou muito marcada pela transmissão em tempo real pelas redes de televisão americanas.

A Guerra do Golfo começou com a invasão do Kuwait pelo Iraque, que estava insatisfeito com algumas ações do governo do Kuwait, como os acontecimentos da década de 1980 relacionados com a Guerra Irã-Iraque. Durante essa guerra, o Iraque contou com o apoio dos EUA que estavam interessados em enfraquecer o Irã e também da Arábia Saudita e do Kuwait (que emprestou dinheiro para o Iraque). A guerra foi encerrada como empate, mas o apoio recebido pelo Iraque impediu que o resultado fosse negativo para o país.

Após a guerra, a economia do Iraque entrou em crise, foi necessário aumentar a arrecadação no país e a maior fonte de renda no momento era o petróleo, mas o valor do barril era considerado baixo. O governo Iraquiano acusava o Kuwait de ser o culpado pela alta do valor do petróleo, por extrair mais do que o limite definido pela Organização dos Países Exportadores de Petróleo, além de extraírem de fontes muito próximas às fronteiras com o país. O Kuwait começou também a cobrar os valores emprestados durante a guerra.

Todos esses fatores fizeram com que o Iraque começasse uma investida armada contra o Kuwait, dando início a guerra que durou menos de um ano, mas deixou uma marca na história dos dois países. Assim que as tropas iraquianas invadiram o país, foi instaurada a Resolução 660 pelo Conselho de Segurança da ONU (Organização das

Nações Unidas), que determinava a saída imediata deles. O Iraque não cumpriu com a medida, o que resultou no desembarque de tropas americanas e inglesas no território saudita. Isso marcava o início das diferentes investidas americanas no oriente médio, que duram até os dias de hoje.

Essa foi a primeira guerra com cobertura televisiva, que mostrava os horrores do conflito, estilo “videogame”. As pessoas viram a destruição causada pela guerra da sala de casa.

Foi também nos anos 90 que Nelson Mandela foi libertado, após 27 anos na cadeia, marcando uma grande vitória sobre o *Apartheid* e eleito presidente da África do Sul em 1994.

Os computadores pessoais se tornavam cada vez mais populares e a internet, ainda que discada, já começava a chegar aos lares das pessoas.

A televisão brasileira passou por um momento bastante obscuro nos anos 90. Com o fim da Ditadura Militar em 1985 e as leis de repressão e censura, a TV aberta teve um rápido crescimento e o importante era a audiência. Por isso, valia tudo para manter as pessoas na frente das telas abauladas o maior tempo possível.

Os grandes astros desse período foram os programas de auditório apresentados por Gugu Liberato, Faustão e Luciano Huck, que foram os protagonistas de inúmeros episódios lembrados até hoje. Um deles foi o Sushi Erótico, apresentado por Faustão em 1997, onde artistas que estavam em evidencia no momento eram convidados ao palco para comer sushi servido diretamente nos corpos quase nus de modelos. Outro famoso momento foi a Banheira do Gugu, jogo onde dois participantes (geralmente do gênero oposto) tentavam pegar sabonetes em uma banheira cheia de água, apenas com roupas de banho (pequenas e cavadas, como era a moda na época).

Foi também nos anos 90 que o pagode e o axé ganharam ainda mais fãs pelo país, com figuras como Exaltasamba, Raça Negra e É o Tchan!. Assim como a Xuxa tinha suas paquitas, É o Tchan! tinha sua loira e sua morena do Tchan, realizando inclusive concursos na TV aberta quando uma das dançarinas iria sair do grupo, para escolher a nova loira e a nova morena do Tchan.

Foi no programa do Luciano Hulk que surgiram duas personagens da mídia brasileira dessa época, Tiazinha e Feiticeira, que desfilavam em plena tarde, com roupas sensuais, máscaras e chicotes. Tiazinha se tornou um ícone, lançando inclusive um modelo de tamanco que acompanhava uma máscara como a que a moça usava.

1.3 ANOS 2000: ASPECTOS SOCIAIS, GLOBALIZAÇÃO E INÍCIO DAS REDES SOCIAIS

Logo no início dos anos 2000, o mundo foi atingido pela notícia do atentado às Torres Gêmeas do complexo empresarial World Trade Center em 11 de setembro de 2001 quando 19 terroristas sequestraram aviões comerciais e iniciaram os ataques suicidas, jogando os aviões contra os prédios. Um terceiro avião ainda foi direcionado contra o prédio do Pentágono, a sede do Departamento de Defesa dos Estados Unidos e um quarto avião caiu em um campo perto de Shanksville, após os passageiros e tripulantes tentarem retomar o controle da aeronave. Ao todo, quase 3 mil pessoas foram mortas no atentado, incluindo todos os passageiros dos aviões e pessoas que moravam em prédios próximos atingidos pela destruição das Torres Gêmeas. A era do medo recomeçava e agora os olhos do mundo se voltariam para os países islâmicos.

Como retaliação, os EUA invadiram o Afeganistão, buscando pelos terroristas da al-Qaeda, que assumiram a culpa pelo atentado. Começava assim a Guerra ao Terror, com diferentes países reforçando suas leis antiterroristas e aumentando as medidas de segurança em aviões, além de medidas antes consideradas invasivas. Algumas nações também começaram a sofrer com o preconceito por associação, como muçulmanos de diferentes partes do mundo sofrendo retaliações e desconfiança.

Os anos 2000 foram marcados também pela popularização das redes sociais, principalmente entre os jovens. O termo redes sociais é mais utilizado para *social networkings sites* ou sites de relacionamento, como o Facebook ou o Instagram. Nessas plataformas as pessoas não se relacionam apenas com seus amigos ou seguidores, elas conseguem expandir o relacionamento para outras pessoas.

Autores como Martino descrevem as redes sociais como “um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes” que embora muito utilizadas para falarmos de agrupamentos sociais online, a ideia de redes sociais é um conceito mais antigo, desenvolvido pelas Ciências Sociais para explicar também alguns tipos de relacionamento entre as pessoas.

Elas são definidas por elementos como seu caráter horizontal, sem uma hierarquia rígida, diferente dos relacionamentos em instituições sociais que encontramos em nosso dia-a-dia.

Com as redes sociais as pessoas não só compartilham conteúdos, ideias e informações, mas debatem sobre. O conjunto de sites que formam as redes sociais tem como objetivo formar um ambiente favorável à interação social, mesmo que fluída.

O autor Luís Mauro Sá Martino faz uma comparação no livro “Teoria das Mídias Digitais” sobre as instituições nas quais estamos inseridos, como a familiar e a religiosa com a forma como funcionam os relacionamentos nas redes sociais.

[...] Instituições como a família, o trabalho ou a religião, tendem a ser mais rígidas para com seus membros do que as redes sociais - não se casa todos os dias, por exemplo, nem se muda de religião a toda hora. Nas redes, por seu turno, conexões são criadas, mantidas e/ou abandonadas a qualquer instante, sem maiores problemas. (MARTINO, 2014. p. 56 e 57)

Com o passar do tempo a internet ganhou um novo formato e uma nova função. Sites como a Wikipédia, criado em 2001, substituíram as enciclopédias (muitas vezes desatualizadas), as listas telefônicas também foram substituídas por uma rápida pesquisa no Google e novos aparelhos e formas de acessar a internet foram desenvolvidas.

O e-mail expandiu-se até sair de moda, substituído por plataformas de conversação em tempo real, como o Messenger. Ficou fácil publicar e ter uma presença online, graças às redes sociais. Vieram o Facebook (2004), o YouTube (2005), o Twitter (2006), o *streaming* via Netflix (2007), o Instagram (2010). Todo mundo ficou conectado. O comércio, os serviços, o entretenimento e a informação tornaram-se online, à distância de uns cliques (MELO, 2017).

2. MTV E SEUS ANOS DOURADOS

A MTV (Music Television) nasceu nos anos 80 trazendo uma roupagem jovem que combinava com a geração da época. O canal focava na apresentação de clipes musicais e ajudou na divulgação de diferentes artistas. A produção de clipes ainda não era muito difundida, pois não havia uma plataforma ou meio de divulgação para o trabalho, mas com o tempo se tornou um dos grandes atrativos para divulgação de novas músicas e álbuns dos artistas.

Inicialmente a emissora focava no estilo rock ‘n’ roll, mas foi com os clipes de Michael Jackson que a emissora teve seus primeiros lucros. Em 10 de março de 1983, o clipe da música Billie Jean foi transmitido pelo canal, se tornando o primeiro clipe de um artista negro na programação. O especialista Rob Tannenbaum, co-autor do livro “I want

my MTV: The Story Uncensored of The Music Revolution” (Quero minha MTV: A história se censura da revolução da música, em tradução livre) afirma que “não basta dizer que os vídeos de Thriller forçaram a MTV a se integrar: Michael Jackson ajudou a salvar a rede de TV do fechamento”.

A estética do canal começou a se formar a partir disso. A linguagem era jovem, os apresentadores (VJ’s) usavam gírias, a parte visual e a linguagem do canal eram voltadas para esse público, que já não se via representado no formato padrão de novelas e telejornais. Historicamente, os canais de televisão não davam importância para a parte estética, apenas focavam em questões ideológicas e culturais, como apontam Jacobs e Peacock (2013).

A estética diferente em uma grade televisiva poderia ser vista como uma provocação para muitos estúdios, principalmente aqueles que ainda se utilizavam do conforto das tradições midiáticas e sociais. Neste ponto, havia uma grande parcela da sociedade, os jovens, que estavam sendo ignorados, como afirmou o ator John Schneider ao Wall Street Journal.

A MTV não só mostrava os videoclipes, toda a programação era voltada para a música, para o público jovem e eles também apresentavam os artistas. A linguagem do canal também era bastante interativa, o público participava da construção do canal, como os programas de batalhas de clipes onde os espectadores escolhiam por meio de uma votação qual seria o próximo clipe exibido no canal.

Em 1983 surgiu a campanha “I want my MTV”, que colocou o canal no mapa dos investidores, a MTV vendeu mais anúncios no primeiro trimestre de 83 do que em todo o ano anterior e a partir daquele momento “VJ’s não teriam mais que explicar sua profissão para amigos e familiares. Eles estavam recebendo individualmente mais de 200 cartas de fãs por semana” (DESINOFF, 1988).

3. ATUALIDADE? A VOLTA DA ESTÉTICA DOS ANOS 80/90

O ano é 2016, a geração Y, predominante nos anos 90 está se tornando adulta, trabalhando e ganhando seu próprio dinheiro. O mundo evoluiu, carregamos computadores melhores e mais potentes do que os que levaram o homem para a lua em

nostros bolsos, sem nem nos darmos conta de como tudo aconteceu. A turbulência da sociedade atual acaba trazendo uma necessidade de nostalgia, de um sentimento de casa.

Há uma regra não escrita que diz que, a cada 20 anos, a sociedade passa por uma onda de nostalgia. Ela nem sempre é experimentada da mesma forma. Na década de 1940, o saudosismo pelos anos 1920 clamava pela volta da era do jazz, um tempo de festa e prosperidade dizimado pela Grande Depressão de 1929. A nostalgia da década de 1960 carregava consigo o desgosto dos hippies e rebeldes que desejavam mudar o mundo, mas se acomodaram. Na nossa era, não se faz mais nostalgia como antigamente. O saudosismo não está relacionado ao mundo em que desejávamos viver ou a quem aspirávamos ser, mas está focado em aparelhos, roupas, entretenimento e outros objetos de consumo. (FINCO, 2016, s/p)

No meio dessa onda turbulenta, surge o famoso Pokémon Go, jogo de realidade aumentada baseado na série animada japonesa e franquia de jogos Pokémon, famosa nos anos 90. A nostalgia causada pelo jogo torna ele um fenômeno entre os mais velhos, além de conquistar novos públicos a partir de sua roupagem mais moderna.

O mesmo ocorreu com a série Stranger Things, veiculada pela plataforma de streaming Netflix desde 2016. Ambientada na década de 80, a série mistura ficção científica, terror e suspense com uma boa dose de drama adolescente e conquistou públicos de diferentes idades. Um diferencial é a volta da atriz Winona Ryder, muito famosa nos anos 90, que ficou afastada dos holofotes na década de 2000 após problemas pessoais. Ela é a cara dos anos 90, sendo lembrada por Beetlejuice e Edward Mãos de Tesoura, ambos de Tim Burton.

Na moda também vemos essa retomada da estética dos anos 80/90, com as famosas mom jeans (calças jeans de cintura alta e normalmente mais largas), pochetes e estampas que fizeram muito sucesso em 80, além do estilo Grunge dos anos 90 com uma nova roupagem, mais alternativa e despreocupada.

Mas porque estamos apostando tanto no passado, como alternativa para o futuro?

Primeiro devemos considerar que tudo o que fazemos, usamos, assistimos ou compramos, já existiu de alguma forma. Apostamos nessas tendências do passado pois é mais fácil se encontrar e ficar confortável com algo que já é costumeiro do que arriscar algo novo, sem a certeza de que aquilo dará certo. Esse é um dos pontos da Modernidade Líquida, teoria do sociólogo Zygmunt Bauman. Ele surge com o tempo “líquido” ou

“fluido” para falar das relações entre as pessoas e das pessoas com as coisas. Sempre quando queremos algo, abrimos mão de algo igualmente valioso.

Os homens e as mulheres pós-modernos trocam um quinhão de suas possibilidades de segurança por um quinhão de liberdade. Os mal-estares da modernidade provêm de uma espécie de segurança que tolerava uma liberdade pequena demais na busca da felicidade individual. Os mal-estares da pós-modernidade provêm de uma espécie de liberdade de procura do prazer que tolera uma segurança individual pequena demais. (BAUMAN, 1997)

Ou seja, antigamente as pessoas trocavam um pouco de sua liberdade por segurança, já hoje, trocam a segurança por um pouco mais de liberdade. Mas então, porque investir em algo que pode mudar também rapidamente?

Pelo sentimento de nostalgia que já abordamos. É mais fácil aceitar, entender algo que já aconteceu do que começar do zero, mesmo que a ideia de começar do zero já não seja completamente verdade. Tudo o que fazemos já foi pensado ou imaginado em algum momento, mas agora temos liberdade para fazer aquilo pois já sabemos qual é o início, o meio e o fim.

4. ASPECTOS DA SOCIEDADE ATUAL QUE DIALOGAM COM OS ANOS 90

4.1 Sexualização das celebridades (antes na televisão, agora nas redes sociais)

A televisão brasileira passou por um período de liberdade exacerbada nos anos 1990. Como já citado, as emissoras abertas estavam em constante busca por audiência e aproveitando o fim da ditadura e da censura, apostaram em quase tudo.

A sexualização das celebridades era explícita, era normal ver celebridades de biquíni e sunga completamente molhados, no programa de domingo à tarde.

Ocultar mensagens em letras de música foi muito comum nos anos da ditadura, normalmente mensagens de protesto como na música “Cálice” de Chico Buarque, mas isso continuou acontecendo nos anos 90, agora com mensagens sexualizadas e muitas vezes sexistas.

Hoje em dia vivemos a era da internet, onde temos acesso aos mais diversos conteúdos que podemos imaginar. Uma nova categoria de personalidades surgiu, os *influencers*.

Influencers são pessoas que compartilham seu estilo de vida com o público pelas redes sociais, o que acaba “influenciando” muitas pessoas. Essas novas celebridades podem receber patrocínio de algumas marcas, como uma *influencer* fitness que recebe patrocínio de uma marca de suplementos esportivos e faz a divulgação daquela marca, a chamada parceria.

Um estudo pelo NIMD (Núcleo de Inovação em Mídia Digital) da FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado) em parceria com a plataforma Socialbakers aponta que o número de seguidores dos *influencers* subiu aproximadamente 17,3% (no Instagram) nos primeiros 3 meses da pandemia do novo Coronavírus, em 2020. Para seguir as regras de isolamento social, a tela do celular se consolidou como nossa janela para o mundo.

O ideal estético é variável e muda de acordo com o país e a época da qual estamos falando. Se pensarmos nos anos 50, o ideal de beleza eram as Pin Ups, atualmente na Ásia, quanto mais magra e com a pele mais clara, mais bonita a mulher é, já no Marrocos, o ideal de beleza feminino é uma mulher misteriosa e curvilínea.

Mas e quando nos vemos longe desse padrão?

Grande parte da indústria da moda, que ainda mantém padrões corporais congelados, com medidas quase impossíveis de serem alcançadas.

Mas hoje as passarelas e revistas foram substituídas pelas redes sociais, não é mais necessário abrir uma revista para ver os corpos idealizados, eles saltam aos nossos olhos quando abrimos as redes sociais.

A sexualização das modelos e *influencers* pode ser comparada ao que ocorria na televisão nos anos 90 e as meninas acabam sendo bastante influenciadas por isso. Um exemplo é a cantora Melody, atualmente com 14 anos. O pai da cantora, Thiago Abreu, conhecido como Mc Belinho foi investigado pelo Ministério Público de São Paulo sob suspeita de violação ao direito ao respeito e à dignidade da criança/adolescente, pelo visual sexualizado e adultizado da menina que usava salto alto, roupas curtas e maquiagem carregada em seus cliques. As letras de suas músicas, produzidas pelo pai, também traziam um teor sexual muito grande. Após o início do inquérito algumas letras foram reformuladas, além do visual da cantora que ficou mais condizente com sua idade.

Infelizmente novas polêmicas surgiram em 2019, quando o Youtuber e Influencer Felipe Neto se mostrou indignado, dizendo que já havia tentado ajudar, e que o pai da menina prometeu melhorar, mas tudo estava pior. Na época, a menina tinha 11 anos.

A sensação de insuficiência e não pertencimento que não estar nesses padrões pode causar, trazem consequências para a vida das pessoas, principalmente de meninas mais novas que ainda não tem uma personalidade e mentalidade sociais completamente formadas. Muitas celebridades já conhecidas têm levantado bandeiras pela aceitação dos corpos.

4.2 PORQUE A ESTÉTICA DE MTV DOS ANOS 90 SERIA ATRATIVA PARA A NOVA GERAÇÃO

Ao analisarmos o contexto no qual a geração jovem dos anos 90 estava inclusa, percebemos uma juventude perdida em relação aos ideais, melancólica e apática, que se via pouco representada na mídia tradicional e se identificava com as tristes letras do Nirvana.

A música *Smells Like Teens Spirit* do Nirvana, gravada em 1991, fala muito sobre a sociedade da época e mostra essa melancolia. Não existia mais uma razão real para aquela geração, algo que desse um impulso para o crescimento dos jovens. Na televisão apenas programas voltados para adultos, programas de auditório que não chamavam atenção. Jornais com uma estética parada no tempo. Programas que duravam horas e ocupavam toda a grade de domingo.

E em meio ao “quadrado”, o caos. A MTV trazia uma estética de cortes rápidos, conteúdo feito de jovens para jovens. A grade interativa fazia o jovem da época se sentir mais importante, “eles querem a minha opinião, mesmo que seja na próxima música que vai tocar”. A geração 90 foi uma geração que precisava ser ouvida, mas não tinha para quem gritar.

Nos anos 2000 e toda a guerra ao terrorismo, surgiu novamente um ideal pelo qual lutar. A polarização política também começou a crescer nesse período, junto com as redes sociais e a popularização do meio para mostrar sua voz e dar sua opinião.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos então na atual geração, os famosos Millennials (ou geração do milênio), nascida a partir dos anos 2000 e que cresceram junto com a internet. Essa geração traz traços marcantes da modernidade líquida de Bauman, como o desapego e a segurança sendo deixada de lado pela liberdade.

Como a linguagem da MTV dos anos 90 seria interessante para essa geração, agora com seus 20 anos?

Se pensarmos pelo ponto de vista visual, a programação da MTV era cheia de cortes rápidos, vinhetas que misturavam colagem, recorte, grafite e outras formas de arte, troca rápida de câmera e outros elementos que também são encontrados nos filmes da época, como os filmes de Guy Ritchie e Quentin Tarantino.

O cinema pós-moderno assume um caráter híbrido e opera com elementos do cotidiano das massas como videoclipes, propagandas, trazendo um cinema muito mais representativo e compreensivo, com uma linguagem rápida e acessível para todos. Essa linguagem pode ser vista também no canal de televisão MTV (Music Television), que mesmo com sua estética inovadora, não deixou de se comprometer com o capital e as propagandas, como qualquer empresa multinacional. Por isso a linguagem dos videoclipes foi muito utilizada no cinema, pois levava uma rápida compreensão, era algo rotineiro para os mais jovens.

Atualmente passamos por mais uma crise geracional. Os mais novos, com seus 12/15 anos, já cresceram com a internet, com a exposição e as facilidades que ela trouxe para nosso dia a dia. O que antes era uma janela para sairmos da nossa realidade, tornou-se nossa realidade.

Atualmente o canal MTV Brasil não funciona na TV aberta, tendo sua programação encerrada no dia 30 de setembro de 2013. Com a mudança de público, o canal também precisou passar por algumas atualizações e atualmente aposta em *reality shows* como “De férias com o ex”, que fazem bastante sucesso. Grande parte da programação é uma versão brasileira dos programas apresentados na matriz americana.

Acredito que a linguagem da MTV é interessante para conversarmos com as novas gerações, abordando assuntos sérios de uma forma descontraída, utilizando plataformas que já são familiares para eles (por que não dizer nós?), de fácil compreensão e principalmente, que chamem atenção. Ninguém vai parar na frente do computador ou do smartphone por 10 minutos para ver um vídeo que é de seu interesse, por isso, acredito que utilizar a linguagem proposta para dialogar verdadeiramente com os jovens sobre assuntos relevantes e muitas vezes apresentados de forma maçante seja um bom caminho para a comunicação.

Os jovens não são o futuro do país? Então vamos tornar o país ao menos um clique melhor.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Isabel Cristina da Silva; GONÇALVES, Douglas Baltazar. **A moda como fator de construção da sociedade**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3357-2.pdf> . Acesso em 03 de mar. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Cambridge – Inglaterra: Polity Press, 1997.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura**. v. 1; 10 edição. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

COSTA, Bárbara Regina Lopes. **A Internet e a hibridização das mídias**. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Barbara-Regina-Costa/publication/306107242_A_Internet_e_a_hibridizacao_das_midias/links/57b1efe508ae15c76cbb352b/A-Internet-e-a-hibridizacao-das-midias.pdf. Acesso em: 20 mar. 2021.

DESINOFF, Serge R. **Inside MTV**. USA: Transaction Publishers, 1988.

FINCO, Nina. **A nostalgia dos anos 90**. In. Revista Época, 2016.

FUNDAÇÃO ARMANDO ALVARES PENTEADO. **Dados do estudo #MS360FAAP mostram que início da quarentena causada pela Covid-19 impulsionou os perfis de criadores de conteúdo e influenciadores no Instagram**. Disponível em: encurtador.com.br/kJKMP . 2020. Acesso em: 20 de mar. 2021.

GOLDANI, A. M. (2002). **Família, gênero e políticas: famílias brasileiras nos anos 90 e seus desafios como fator de proteção**. Revista Brasileira De Estudos De População, 19(1), 29–48. Disponível em: <https://www.rebep.org.br/revista/article/view/329> . Acesso em 03 de mar. 2021.

JACOBS, Jason; PEACOCK, Steven. **Television aesthetics: Stylistic analysis and Style**. USA: Bloomsbury Publishing, 2013.

MARTINO, Luís Maura Sá. **Teorias das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2 ed. São Paulo: Editora Vozes, 2014.

MASCARELLO, Fernando. **História do Cinema Mundial**. Campinas: Editora Papirus, 2006.

MELO, Itamar. **A geração 2000: Como era o mundo ontem, como é o mundo hoje**. In. GZH Comportamento, 2017.

SEELING, Charlotte. **Moda: O Século dos Estilistas: 1900-1999**. Colônia: Könemann, 2000.