



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXII Prêmio Expocom 2015 – Exposição da Pesquisa Experimental em
Comunicação

QUANDO MINHA VÓ FUGIR DE CASA¹

Gustavo Henrique SAMPAIO²
Carina Assunção ANDRADE³
Leonardo David MOTA⁴
Túlio Figueiredo PRATA⁵
Verônica Gonçalves TELES⁶
Patrícia AZAMBUJA⁷

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

O videoclipe “QUANDO MINHA VÓ FUGIR DE CASA” (2' 41"), produzido para a banda maranhense Farol Vermelho, consiste em um vídeo ficcional que alterna humor e cenas cotidianas. A história apresenta a vida de uma idosa que, ao olhar-se no espelho pela manhã, percebe-se jovem e decide aproveitar a vida. O projeto foi desenvolvido na disciplina de Direção de Arte e Cenografia, com o objetivo de experimentar diferentes possibilidades de figurino, maquiagem e caracterização de personagem, assim como, produção gráfica voltada ao audiovisual: vinhetas e material promocional. Além disso, o clipe explora uma variedade de planos, movimentos diferenciados e estética do vídeo, no sentido de melhor caracterizar a peça musical baseada em cenas do cotidiano.

PALAVRAS-CHAVE: videoclipe; música; humor; cotidiano.

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Cinema e Audiovisual. Modalidade Videoclipe.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Rádio e TV, e-mail: gustavohsm1@hotmail.com

³ Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Rádio e TV, e-mail: carinaa.andrade@hotmail.com.

⁴ Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Rádio e TV, e-mail: leo_david_mota@live.com.

⁵ Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Rádio e TV, e-mail: tuliofp@hotmail.com.

⁶ Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Rádio e TV, e-mail: veronica.gteles@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social - UFMA. Coordenadora do projeto de pesquisa *Comunicação Expandida: entre mudanças de comportamento e possibilidades de novas produções* e Bolsista de Produtividade em Pesquisa – Financiamento: Fundação de Amparo à Pesquisa no Maranhão/ FAPEMA. Email: patriciaazambuja@yahoo.com.br



As produções de videoclipes - peça audiovisual utilizada para divulgação de músicas - ganharam popularidade a partir da década de 80, com a criação da emissora nova iorquina *Music Television* - MTV⁸. No entanto, para Arlindo Machado (2005, p.174), existe sempre uma dimensão plástica presente na música de qualquer tempo. Para ele, foi o cinema o primeiro meio a materializar a música com imagens, e assim considera o videoclipe como uma das poucas possibilidades criativas na TV, "capaz ainda de dar continuidade ou novas conseqüências a atitudes experimentais inauguradas com o cinema de vanguarda dos anos 20, o cinema experimental dos anos 50-60 e a videoarte dos anos 60-70".

Antes vistos apenas como mais uma ferramenta ou um pano de fundo para a venda de discos a partir de canções de trabalho, os vídeos aos poucos foram capturando a essência juvenil dos anos 80 e 90, chegando à maturidade nos anos 2000, como um produto audiovisual vibrante e cheio de possibilidades. Arlindo Machado (2005) também tece comentários sobre isso: "o videoclipe é um formato enxuto e concentrado, de curta duração, de custos relativamente modestos se comparados com os de um filme ou de um programa de televisão, e com amplo potencial de distribuição" (p.173), por isso, pode ser utilizado como material capaz de revigorar o espírito inventivo. O pesquisador elenca uma lista de "inteligências significativas no universo do audiovisual" (p.174) que ousaram experimentar com o formato. Artistas plásticos, cineastas que fazem cinema comercial, mas com personalidade, modernos ou contemporâneos, seguem diferentes tendências estilísticas e ajudam a redefinir o conceito do videoclipe. "Em primeiro lugar, o velho clichê publicitário segundo o qual o clipe se constrói a partir da exploração da imagem glamourosa de astros e bandas da música pop vai sendo aos poucos superado e substituído por um tratamento mais livre e iconográfico" (p.174).

Machado (2005) destaca o grupo de realizadores oriundos de experiências mais inventivas, no cinema, no vídeo experimental e na própria música, abertos à reinvenção no audiovisual. Vale destacar, entre estes, o caso de *Thriller* (1982) de Michael Jackson. Dirigido por John Landis, o filme com treze minutos, acrescentava, à fórmula das

⁸ No Brasil, a MTV - emissora de televisão pertencente ao Grupo Abril e dedicada ao público jovem - nasceu em 20 de outubro de 1990 como a primeira rede de televisão aberta segmentada. Encerrou suas operações em 30 de setembro de 2013.



imagens como meras ilustrações para uma canção, uma estrutura baseada em linguagem cinematográfica, com a inclusão de diálogos sem música, efeitos especiais. Marcelo Bergamin Conter e Suzana Kilpp (2008) analisam em *Thriller* as tensões que começam a existir entre as fronteiras do audiovisual, expandindo-se entre cinema, televisão e *homevídeo*. Apesar da ideia de "inconsistência narrativa, o clipe transforma o efeito *zapping* da televisão em elemento estrutural engendrador de uma outra espécie de comédia humana" (MACHADO, 2005, p.181).

Nesse sentido, o grupo envolvido com este trabalho - a partir de agora autodenominado *Milho Verde Filmes* -, somou a vontade de produzir videoclipes - por seu formato aberto à invenção, enxuto, de baixo custo - à atividade proposta pela disciplina Direção de Arte e Cenografia.

OBJETIVOS

Com o objetivo de criar e operacionalizar uma experiência com produção de videoclipe para banda local, seguindo linha mais inventiva e ousada, a *Milho Verde Filmes* propõe um roteiro a ser balizado por definições nas características formais do espaço e objetos de cena: adaptação da música em argumento narrativo, definição de personagens/ figuração, escolhas das locações (ou cenários), figurinos, maquiagem, efeitos especiais e produção gráfica. Transformando o processo de criação do vídeo para além de suas características exclusivamente técnica, e mais caracterizadas por suas experiências materiais com o ambiente cenográfico.

JUSTIFICATIVA

Segundo Bruce Block (2010, p.3), você pode até tentar ignorar os componentes visuais no seu processo de produção videográfico, no entanto, eles não irão desaparecer. Inevitavelmente estarão explícitos nos enquadramentos e composições escolhidos. "A cor pode ser eliminada ao se filmar em preto e branco, mas é impossível eliminar qualquer outro componente visual, pois eles existem em tudo que há na tela".

A partir da linha de pensamento de Block fica claro que a presença dos componentes visuais é inevitável, por isso, a necessidade de entendê-los e controlá-los



para melhor expressar as próprias intenções. Voltado para um público jovem (segmento-alvo da própria banda), o roteiro do videoclipe de “Quando Minha Vó Fugir De Casa” baseou-se principalmente na possibilidade de tornar a experiência sonora também em uma experiência imagética.

A ideia do videoclipe também surgiu da necessidade ampliar as noções introduzidas em algumas disciplinas, tais como, Direção de Fotografia e Iluminação - que nos levou a considerar com mais zelo as questões relativas à movimentação de câmera, iluminação, enquadramento e composição -, e Direção de Arte e Cenografia - nos despertando para a preocupação com locações, figurino e neste caso, especialmente, a maquiagem (para o “envelhecimento” da personagem principal).

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Em primeiro lugar, a equipe buscou identificar algum artista em atividade e que, de alguma maneira, estivesse em ascensão na cena musical maranhense. Entre os grupos selecionados estava a banda Farol Vermelho⁹, que havia acabado de lançar um disco.

Apesar de estar com um disco “na praça”, foi uma faixa aleatória do grupo, intitulada “Quando Minha Vó Fugir de Casa”, descoberta em um dos perfis da banda na internet (e ouvida, também, por integrantes da equipe em uma apresentação), que nos permitiu seguir para a etapa seguinte: elaborar o *storyboard* do vídeo.

O roteiro criado foi baseado em uma narrativa circular, ou seja, uma forma narrativa em que a história termina onde começa, fechando-se assim um círculo. A história reencontra o seu começo para terminar.

Sendo assim, a descrição do cotidiano de uma idosa que, ao acordar, em um dia como qualquer outro, se enxerga mais jovem e, como diz o título da canção, resolve “fugir de casa”, encontra solução no mesmo ambiente inicial - refletindo, portanto, o caráter cíclico da narrativa. A partir daí, ela percorre várias partes de São Luís para

⁹ A banda Farol Vermelho carrega em seus shows o reclame do *rock*, o sentimento do blues e o amor pela música trazendo uma sonoridade *vintage* com arranjos inspirados no *rock'n'roll* clássico, por meio de letras irreverentes e comprometidas, com responsabilidade e um projeto diferenciado. O grupo é formado por Alfredo Goês, Rafael Batista, Rodrigo Smith e Fernando Sobrinho. Mais informações na página <https://www.facebook.com/FarolVermelho>.



aproveitar o seu retorno à juventude, até perceber, após uma queda, que os momentos vividos eram apenas um sonho... ou não.

Durante as filmagens, vários planos foram pensados, priorizando os mais abertos. Algumas filmagens, feitas de longa distância, como no estacionamento e na loja, evidenciavam a lógica proposta pelo videoclipe de que se mostrava o passo a passo da vida da protagonista a partir da subjetividade da câmera.

Sendo assim, também tivemos o cuidado em variar a intensidade visual de forma a acompanhar a intensidade musical. Para tornar essa experiência ainda mais agradável, o grupo propôs, como desafio importante para a disciplina de cenografia (e outras importantes no curso, tais como roteiro, fotografia e edição), explorar diferentes locações, ou pontos de vista da câmera, evidenciando como uma narrativa pode sofrer inúmeros desdobramentos. Sem contudo perder em consistência e uniformidade.

Partimos da seguinte ideia de Harris Watts (1999, p. 45): “Na realidade todos os movimentos de câmera, e não apenas os *zooms*, devem ter um bom motivo”. Por isso houve planejamento anterior às filmagens para minimizar os erros de percurso e assegurar ainda mais que o produto vislumbrado por nossas mentes fosse materializado com sucesso, isso através do roteiro, *storyboard* e visita prévia às locações.

Em relação à montagem, seguimos o proposto por Marcel Martin (1990, p.77):

A montagem rítmica tem inicialmente um aspecto métrico, que diz respeito à duração dos planos determinada pelo grau de interesse psicológico que seu conteúdo desperta. Um plano não é percebido do início ao fim do mesmo modo. Primeiramente é reconhecido e situado: corresponde, digamos, a exposição. Então intervém um momento de atenção máxima em que é captada a significação, a razão de ser do plano, gesto, palavra ou movimento que faz progredir a narrativa. [...] O que chamamos de ritmo cinematográfico não é, portanto, a mera relação de tempo entre os planos, é a coincidência entre a duração de cada plano e os movimentos de atenção que desperta e satisfaz. Não se trata de um ritmo temporal abstrato, mas de um ritmo da atenção.

O videoclipe foi baseado no conceito proposto pelo argumento, pela direção de arte e fotografia e pela montagem rítmica, buscando entreter e prender a atenção do



telespectador a partir de uma narrativa com levada humorística: com aspectos do cotidiano "transformado", expondo a passagem de tempo e, também, contextos que exploram vários espaços. Por se tratar de um videoclipe, a produto audiovisual utiliza o seu espaço de tempo, de quase três minutos, para expor as características principais da personagem principal, assim como evidenciar pontos menos explícitos, como um figurino característico e ações que exibem os dois espaços de tempo mostrados (a velhice - no início do vídeo - e a juventude – no restante).

Dessa forma, fica evidente como que o vídeo utiliza múltiplas referências em suas concepções visuais para criar uma narrativa atrativa. Entre os referenciais expostos, podem ser percebidos a influência de diretores de videoclipes, sejam internacionais, como Marc Webb e Joseph Kahn - pelas construções de histórias com começo, meio e fim e uma evidente correlação da história com a exposição de imagens e novos objetos em cena -, ou nacionais, como o diretor brasileiro Fred Ouro Preto.

De acordo com Dancyger (2003, p. 193), a base para o videoclipe está na música, e não muito na narrativa. Embora a exposição das imagens busque uma identidade nos versos que se seguem durante o videoclipe, o sentimento, implicado nesta relação, é o que se torna o mais importante para a construção do produto audiovisual.

Ainda, segundo Dancyger (2003, p. 193): “Dado o baixo quociente de envolvimento da narrativa, é no ritmo que está o papel da interpretação. Conseqüentemente, o ritmo torna-se a fonte de energia e de novas justaposições que sugerem anarquia e criatividade”. Sendo assim, é a centralidade do ritmo desta obra que dá sentido e lógica ao produto, cuidado este observado no ritmo dos cortes que acompanham a canção.

O videoclipe conta, ainda, com forte influência na linguagem cinematográfica, com recortes e closes semelhantes de longas de diretores como Spike Jonze e Wes Anderson. Algo que se reflete, de certa forma, na edição, marcado pela transição e quebra constante de várias cenas e transição entre os cenários e locações.



O ritmo, citado anteriormente, é reforçado, em grande parte do videoclipe, pelo ritmo bem acelerado da canção em questão. Com algumas quebras e, também, uma aceleração ímpar em alguns momentos, alguns recursos puderam ser aproveitados nas gravações e na edição, como intercalar e sobrepor imagens.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

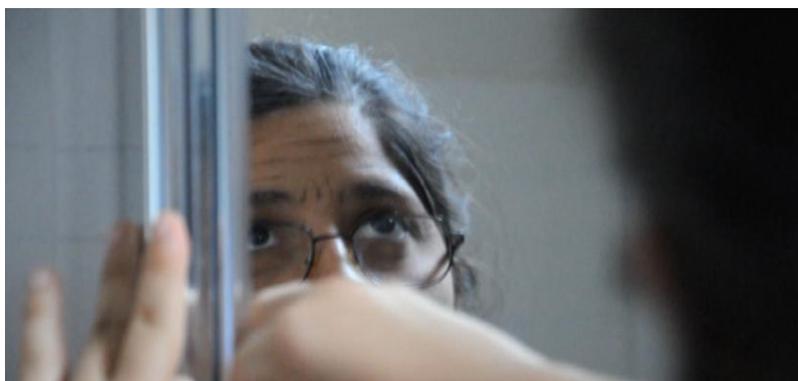
Sobretudo por não abandonar totalmente as regras do "bem fazer", descritas por Arlindo Machado (2005), como aquelas herdadas da publicidade e do cinema comercial, todas as etapas de planejamento em torno da execução do clipe foram importantes no sentido de facilitar as fases de produção em geral e captação de imagens.

A composição “Quando Minha Vó Fugir de Casa”, de autoria de Felipe Costa Cruz, traz uma mistura de versos com ações mais concretas e outras direcionadas ao plano da fantasia. Estes pontos são bastante perceptíveis nas frases “(...) sumindo sem deixar bilhete ou rastro” e “(...) três gerações de saudade em brasa”. Para a composição de cena, versos como “(...) alucinadamente *on the road*”, “(...) deixando para trás o tempo gasto”, “(...) velhinha abandona a família”, “(...) pra viver no limite do demais” ajudaram na representação de escape da personagem principal, com cenas que evidenciassem o movimento e cortes que pontualizassem a rapidez com que as situações vividas se sucedem.

Dividido em três dias de gravações, a caracterização dos personagens foi um dos pontos iniciais a serem trabalhados, considerando a transformação da atriz, que viveu a personagem principal, em dois momentos distintos: como jovem, com adereços que variavam apenas na vestimenta e no comportamento; e como idosa, com maquiagem reforçada no rosto (para acentuar a presença de rugas, por exemplo) e detalhes em branco no cabelo, pontuando, assim, a idade apresentada.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXII Prêmio Expocom 2015 – Exposição da Pesquisa Experimental em
Comunicação



O videoclipe foi todo filmado com uma Câmera DSLR Nikon D90, que garantiu uma boa resolução em todas as locações pensadas. As locações, no caso, foram: uma residência, que pode ser vista logo no início do clipe, que mostra onde a personagem reside; uma praia e uma Avenida; lojas e ambientação de um *shopping*; um estacionamento; e, por fim, um show da banda Farol Vermelho. O programa utilizado para a edição do vídeo foi o *Sony Vegas*, que nos permitiu mesclar diversos recursos pensados para o vídeo, como grafismos, recorte de cenas, ajuste de cor etc.

Outros elementos foram importantes para que o vídeo obtivesse um tom jovial e conseguisse captar o que a letra informava. Entre eles, a tipografia das letras, postas, também, em movimento.



Seguindo a mesma linha visual, foi lançado um *teaser* do videoclipe, onde a mesma tipografia é utilizada para marcar “uma suposta data de lançamento do videoclipe”. Através de plataformas bem conhecidas e recorrentes para a divulgação de



artistas na internet, como *YouTube*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, a presença do vídeo, tanto para a *Milho Verde Filmes*, quanto para a banda maranhense Farol Vermelho, se fazem necessárias no que tange ao objetivo de alcance - ou, em termos atuais, a viralização entre os usuários da *web*. Após a publicação nas principais plataformas virtuais (citadas no parágrafo anterior), o vídeo conseguiu rápida aprovação e compartilhamento entre os artistas da cena musical local maranhense, deixando em evidência um ponto bastante peculiar: o número fraco de produções audiovisuais dos artistas locais. Após esta divulgação, a banda Farol Vermelho, por conta própria, acabou lançando outros dois videoclipes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Bruce Block (2010, p.4) revela que “Se a estrutura visual fosse tão previsível, qualquer pessoa com uma calculadora poderia produzir imagens perfeitas”. Mesmo com uma estrutura visual tão referencial, o videoclipe aqui citado não escapa das convenções visuais e estéticas de videoclipes com objetivos similares. Por outro lado, foi com a ajuda de conceitos e regras que se conseguiu, portanto, transmitir ideia, emoções e, é claro, uma história, a partir das imagens. Como já explanado nesta primeira apresentação do trabalho, foram utilizados certos conceitos que foram pensados previamente com as primeiras fases de elaboração do projeto e colocados em prática para enfim materializar aquilo que foi projetado.

Produtos audiovisuais, como o videoclipe de “Quando Minha Vó Fugir de Casa” exigiram, portanto, a apropriação dos pontos citados, pois, a partir de conceitos e regras pré-estabelecidas e legitimadas, o produto audiovisual pode ser desenvolvido de maneira visualmente envolvente e cativante.

A presença do videoclipe, entretanto, não existe apenas enquanto a sua forma física. Na sua construção, eram visados dois pontos: o de incentivo, em impulsionar as produções acadêmicas no curso de Comunicação Social do Campus do Bacanga da Universidade Federal do Maranhão; e um incentivo semelhante, porém voltado às produções relativas à cena musical no Estado, que são poucas. Neste último caso, a popularidade da banda Farol Vermelho (vencedora de concurso sobre os 400 anos de



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXII Prêmio Expocom 2015 – Exposição da Pesquisa Experimental em
Comunicação

São Luís, com discos lançados e várias apresentações realizadas na capital maranhense) foi um dos motivos para que ela fosse escolhida - são mais de 2000 curtidas em sua *FanPage*, um número expressivo para uma banda local.

REFERÊNCIAS

BLOCK, Bruce A. **A narrativa visual**: criando a estrutura visual para cinema, TV e mídias digitais São Paulo: Elsevier, 2010.

CONTER, Marcelo Bergamin e KILPP, Suzana. **Videoclipe: da canção popular à imagem-música**. Rumores - Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias, Vol. 1, N. 2, 2008. Disponível no link: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/rumores/article/viewFile/6471/5903>. Acessado em março de 2015.

DANCYGER, Dan. **Técnicas de edição para cinema e vídeo**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2003.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. 4.ed. São Paulo: Editora Senac. 2005.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo, Brasiliense. 1990.

WATTS, Harris. **Direção de Câmera**. São Paulo: Summus, 1999.