

Videoclipe “Muitos Chocolates”¹

Luara OLIVEIRA²

Italo SANTANA³

Paloma BARROS⁴

Pablo OLIVEIRA⁵

Raquel MELO⁶

Maria Fernanda LEAL⁷

Maria Carolina MONTEIRO⁸

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE.

RESUMO

O videoclipe “Muitos chocolates” foi produzido como atividade da disciplina de Mídias Digitais do Curso Superior Tecnológico de Fotografia na Universidade Católica de Pernambuco. O objetivo do trabalho era misturar a fotografia com outras mídias (foto, áudio, texto, vídeo etc) em uma única produção como forma de explorar as potencialidades da chamada fotografia multimídia, surgida com o advento da revolução digital no campo da imagem.

PALAVRAS CHAVE: audiovisual; videoclipe; fotografia, multimídia

INTRODUÇÃO

O videoclipe é uma forma de materializar a música em imagens. Surgiu como um gênero televisivo e a partir da expansão da internet, especialmente com o surgimento do site *Youtube*, houve a popularização desse tipo de mídia e sua importância como material de divulgação dos artistas. O videoclipe possui uma montagem rápida (planos que duram pouco na tela), com precisão na edição (corte) e uso de iluminação em semelhança com os spots publicitários, articulando questões

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na categoria Videoclipe.

² Aluna líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso Superior Tecnológico em Fotografia, e-mail: luaraolivia@gmail.com

³ Estudante do 3º semestre do Curso Superior Tecnológico em Fotografia, e-mail: italosphoto@gmail.com

⁴ Estudante do 3º semestre do Curso Superior Tecnológico em Fotografia, e-mail: palomabarros@yahoo.com.br

⁵ Estudante do 3º semestre do Curso Superior Tecnológico em Fotografia, e-mail: pabloliveira@outlook.com

⁶ Estudante do 3º semestre do Curso Superior Tecnológico em Fotografia, e-mail: rocky.hox@gmail.com

⁷ Estudante do 3º semestre do Curso Superior Tecnológico em Fotografia, e-mail: fernandalealvieira@gmail.com

⁸ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Fotografia na disciplina de Mídias Digitais, email: carolinamonteiro2001@gmail.com

relacionadas tanto à música quanto ao áudio, tornando-se uma estratégia de divulgação da música popular (SOARES, 2004).

As imagens possuem ritmo e o vídeo várias formas, seja a forma literal ou subjetiva. Levando ao espectador uma experiência inédita, abrangendo os sentidos para com a letra da música. O que facilita essa experiência é a sincronização da música com o vídeo, mesmo que seja um vídeo retratado de forma não literal ali existem vários sentidos subentendido pelo produtor que se correlacionam com o ritmo musical, letra ou outros referentes subjetivos.

A música “Muitos Chocolates” da Banda do Mar não possuía um videoclipe oficial e a ideia de roteiro do grupo para o clipe encaixou na proposta do trabalho da Disciplina de Mídias Digitais do curso superior tecnológico em fotografia. Dessa forma, a proposta da produção foi criar uma mídia de entretenimento, a partir de ferramentas da fotografia, que retratasse a música de uma forma divertida e que combinasse com o público da banda.

OBJETIVO

O objetivo do trabalho consistiu em explorar as possibilidades de misturar a fotografia com outras linguagens multimídia, particularmente através da criação de um videoclipe – produto audiovisual geralmente capturado com filmadoras de vídeo – através de um equipamento fotográfico. Com isso, procurou-se testar as fronteiras entre foto e vídeo a partir de um mesmo equipamento no processo que se convencionou chamar no campo da comunicação de convergência de mídias.

JUSTIFICATIVA

A chamada revolução digital provocou impactos profundos em praticamente todas as áreas do fazer humano. Mudaram os modos de produção, as formas de vida e principalmente os hábitos de consumo da informação. Neste contexto, a fotografia é certamente uma das áreas mais impactadas por este processo com uma mudança radical

– transição ou ruptura? - observada nas formas de produzir, tratar e compartilhar produtos do fazer fotográfico (FONTCUBERTA, 2012).

A primeira faceta deste processo de transformação são os equipamentos usados, com a passagem das câmeras analógicas para as digitais no final dos anos 1990, eliminando a necessidade de filmes, processos de revelação, limitações na quantidade de clicks, etc. Esta mudança, no entanto, ainda estava limitada à forma de se fazer fotografia, sem alterar necessariamente o produto que saía das câmeras: a fotografia estática.

Com a chegada ao mercado das primeiras câmeras semiprofissionais Digital Single-Lens Reflex (DSLRs) que também têm a função de filmadora, como a Nikon D90 e a Canon 5D Mark II por exemplo, o cenário começou a mudar. Utilizado inicialmente para dar aos fotojornalistas a chance de fazerem pequenos vídeos durante as coberturas de matérias, esses modelos caíram nas mãos de profissionais da publicidade, da televisão e do cinema, abrindo outras possibilidades de uso e estabelecendo o vídeo e a multimídia como um dos caminhos para a fotografia atual. Entre as vantagens do uso da câmera fotográfica como filmadora estão: uma excelente latitude, a versatilidade no uso da ótica, o uso de uma estética baseada em pouca profundidade de campo e o pequeno volume de equipamento e de equipe necessários para captar as imagens.

A multimídia abre um leque de possibilidades nunca antes disponíveis na breve história da fotografia. A mistura entre foto e vídeo é a mais óbvia delas. A prática está de tal forma disseminada que agências tradicionais como a lendária Magnum, por exemplo, criou desde 2004 a Magnum In Motion, um “braço multimídia” para fazer não apenas fotografia, mas narrativas visuais para plataformas on-line e off-line. Outro exemplo é a MediaStorm, empresa especializada na criação de produtos multimídia de base fotográfica, que misturam fotografia, imagens em movimento e design interativo para criar produtos sob encomenda para empresas de comunicação, governos, museus, organizações não-governamentais e lojas de departamento, entre outros.

Outro indicativo da popularização do vídeo no campo da fotografia é que, desde 2011, o prestigiado concurso WordPress Photo criou a categoria fotografia multimídia, onde premia os melhores trabalhos nas categorias de edição linear (narrativa editada com começo, meio e fim, sem possibilidade de interação por parte do espectador) e

interativa, onde é possível interagir com a narrativa ou consumi-la em diferentes plataformas.

Com este trabalho, procurou-se explorar a possibilidade de criar produtos audiovisuais como um videoclipe com câmera fotográfica como forma de aplicar os conhecimentos adquiridos em sala de aula de forma a abrir o campo para novas experimentações técnicas e narrativas.

MÉTODOS E TÉCNICAS

A câmera usada para a captação de imagem foi uma Canon 60D, com lente de 50mm fixa de abertura 1.8 para que resultasse em pouca profundidade de campo nos planos. O videoclipe foi gravado em 24 frames por segundo, quase sempre com velocidade do obturador de 1/50. No que se refere aos planos, a opção foi por planos fechados e médios, sempre focando no objeto principal da imagem e deixando o fundo desfocado, chamando atenção apenas para o primeiro plano do frame. Muitas vezes o objeto/pessoa em cena foi centralizado, utilizando a regra dos quatro terços.

A produção também contou com um softbox para a criação de luz difusa, contínua e quente (sempre em sua máxima potência). Nos frames em que os objetos aparecem a sós em cena, a luz ambiente permanecia apagada apenas com a luz do softbox sobre o “cenário”.

Nos planos mais abertos, onde os personagens aparecem interagindo, foi utilizada a luz ambiente do estúdio, com temperatura fria. Por causa da mudança de luz, foi feita a correção de cor dos frames para melhor padronização dos planos com a ferramenta de filtro do Final Cut 7 (Figura 1, 2 e 3).



Figura 2- Frame antes da correção de cor



Figura 1 - Frame após a correção de cor

Todos os frames foram produzidos com o mínimo de tempo, tendo cada um em média 10 segundos, resultando em um clipe com vários planos para acompanhar fielmente a música.

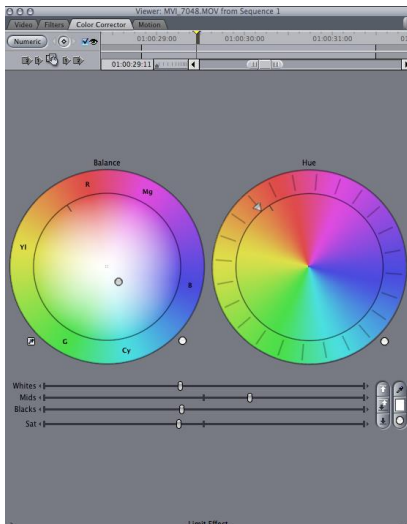


Figura 4 - Final Cut 7 corrigindo cor



Figura 3 - Making Of do Videoclipe

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O primeiro passo para a criação do videoclipe foi a audição da música para criação do roteiro a partir de cada frase da letra. A ideia era “materializar” o conteúdo da letra, transformando cada frase de uma sequência visual correspondente ao conteúdo textual. A fase seguinte incluiu a definição dos planos do vídeo, com a opção feita por um cenário minimalista onde apenas os objetos em foco seriam retratados. A captura das imagens foi feita do estúdio do laboratório de fotografia da Universidade Católica de Pernambuco, onde o grupo tinha acesso aos recursos e equipamentos necessários.

Após a roteirização, a etapa de produção e captação completa dos planos durou quatro dias. Alguns dos frames gravados tiveram que ser corrigidos em questão de iluminação, tornando a produção mais longa, sendo editado no quinto e último dia de produção. Todo o processo foi feito em conjunto, com a participação dos seis integrantes da equipe, incluindo a direção de iluminação, direção de fotografia, roteiro, produção e edição de vídeo.

O vídeo foi exibido em sala de aula, a apresentação foi feita através da plataforma do *Youtube*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção do videoclipe “Muitos Chocolates” só foi concretizada devido à existência de um roteiro e a ajuda do grupo nas ideias complementares. A utilização de ferramentas do campo da fotografia, aprendidas e desenvolvidas nas disciplinas do curso de fotografia, como iluminação, estética, composição e enquadramento foi crucial para produção no estúdio e o resultado final do videoclipe, que está disponível na internet⁹.

O entrosamento da equipe foi essencial para uma produção descontraída e harmônica, cuja divulgação no *Youtube* acarretou até o momento mais de mil visualizações.

REFERÊNCIAS

ANOTTI JÚNIOR, Jeder . O videoclipe como forma de experiência estética na comunicação contemporânea. Disponível em: < http://www.sergiomattos.com.br/liv_tvregionais08.html>. Acesso em: 22 maio 2015.

SOARES, Thiago. O videoclipe no horizonte de expectativas do gênero musical. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: < www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 22 maio 2015.

SOARES, Thiago. Videoclipe: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido. 2004.

MACHADO, Arlindo. A Televisão levada a sério. São Paulo: Editora Senac. 2001.

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=BsJ7xNn96gY>