

Ordinária¹

Paula Fernanda Silva CARVALHO²
Arthur Charles Soares CORRÊA³
Pâmela Eurídice da Silva Beleza Baltazar⁴
Ítala Clay de Oliveira FREITAS⁵
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Ordinária é um videoclipe baseado na música da banda amazonense República Popular, produzido no âmbito da disciplina Oficina Básica de Audiovisual. Este artigo pretende analisar certos aspectos desta obra experimental e relatar o processo de criação, desenvolvimento e concretização do mesmo. Inspirado na libertação empoderada da mulher, o videoclipe evoca a ideia do desejo e repulsa ao mesmo diante da feminidade exposta, algo que o refrão musical também vem remeter, procurando emitir o casamento entre imagem e andamento musical, de acordo com óptica de Soares.

PALAVRAS-CHAVE: videoclipe; mulher; empoderamento feminino; refrão.

1 INTRODUÇÃO

Desde a origem das projeções audiovisuais, os movimentos artísticos utilizam o vídeo como suporte eletrônico para experimentar novas possibilidades estéticas de fruição por meio do suporte eletrônico que está constantemente em expansão e popularização.

A palavra videoclipe está interligada ao suporte digital proporcionado para o audiovisual. Por ser uma palavra inglesa introduzida no nosso vocabulário e designa um filme curto voltado para o segmento digital. Em outras palavras, o videoclipe é um filme curto, com os elementos música, letra e imagem interagindo para provocar a produção do sentido. Segundo Soares:

Quando nos remetemos ao videoclipe, estamos tratando de um conjunto de fenômenos de criação nos meios de comunicação de massa angariados na ideia do hibridismo. Como gênero televisivo pós-moderno que é, o videoclipe agrega conceitos que regem a teoria do cinema, abordagens da própria natureza televisiva e ecos da retórica publicitária. (SOARES, 2012, p. 48)

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Videoclipe.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: paulaferdcarvalho@gmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: arthur.o.charles@gmail.com.

⁴ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: pan.euridice@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: iclayfreitas@hotmail.com

O videoclipe é o produto de um universo híbrido que apresenta características de diversificados gêneros como o televisivo, a publicidade, a vídeo-arte, a narrativa. Podendo ser assistido por plataformas distintas desde a televisão a internet.

A partir da década de 80, os vídeos musicais passaram a se diferenciar das produções audiovisuais existentes, apresentando uma linguagem e estética própria caracterizadas por uma montagem fragmentada e acelerada, com narrativa não linear, imagens curtas, justapostas e misturadas, variedade visual, riqueza de referências culturais e uma forte carga emocional nas imagens apresentadas. Para Soares (2006), a definição de videoclipe se encontra na mistura de imagens e linguagens. O jornalista afirma:

Percebemos que estamos lidando com uma mídia audiovisual constituída por imagens “pinçadas”, “recortadas” e que estas imagens não precisam necessariamente “durar” na tela. É a tônica de uma mídia galgada na velocidade das imagens, naquilo que já nasce fadado a ter um fim. As imagens videoclípticas são assim: fruto de um eterno devir. (SOARES, 2004, p. 2)

Dessa forma, o videoclipe carrega a missão de materializar a música. Procura fazer com que a mensagem seja transmitida através de imagem, auxiliando em muitos momentos ao entendimento da mensagem carregada na canção. Por isso, não há a necessidade de se ter regras exatas para produzi-lo, “os produtores de imagem sabem perfeitamente que toda visão é subjetiva e privada” (FLUSSER, 2008, p.24). Tal característica fomenta ainda mais a experimentação dentro dessa linguagem, pois permite a dinamicidade da produção que acompanha essa estética nascida dentro da pós-modernidade.

Ao elencar o videoclipe como um materializador da música, retoma-se o pressuposto clássico que este é um produto audiovisual constituído pelo mercado consumidor. Pois sua função básica é tida como a difusão da música com vistas a sua comercialização, para esta descrição, usualmente depende-se da letra da canção suficientemente clara para ser convertida em imagens e um ritmo simples, condizente com o estilo da música em si para dar forma à montagem. De acordo com Soares:

Ou seja, como o andamento da canção e o ritmo trazem uma série de implicações no clipe que podem ser de ordem técnica propriamente dita (através de recursos de edição ou de movimentação de câmeras que sugiram ritmo no quadro televisual, efeitos de pós-produção que geram uma noção de continuidade ou ruptura nos quadros, entre outros aspectos) ou de ordem dramática (através da ênfase de determinadas ações através de códigos narrativos específicos ou do percurso de narração de uma história relatada no videoclipe através de uma referência rítmica), percebendo, com isso, como a voz se materializa na imagem videoclíptica e de que forma pode-se fazer inferências acerca das relações entre voz e gêneros naturais (masculino e feminino) em balizas articulatórias aos gêneros musicais. (SOARES, 2005, p. 15)

Acredita-se que a presente obra no formato de videoclipe contribui socialmente e culturalmente por servir como uma ferramenta de comunicação e quebrar paradigmas concernentes ao papel da mulher na sociedade hodierna. Este formato propicia uma inovação na região, na qual há falta de produtos voltados para o resgate social, principalmente, produtos audiovisuais. Optou-se por produzir o videoclipe, como uma forma narrativa de representar um importante retrato cultural da humanidade, que é a figura feminina em sua forma detentora de poder, transmitindo uma visão desmistificada do papel da mulher na sociedade e promovendo a equidade de gêneros atrelada ao fato de que se pode fazer filmes, séries, entre outros produtos com as variadas matrizes culturais que permeiam a Amazônia.

Este produto foi desenvolvido em caráter experimental, fundamentado nos recursos oferecidos durante o curso da disciplina Oficina Básica de Audiovisual, ministrada no 3º Período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Apresentando a desmistificação do ideal feminino o que Harvey (2004) atribui a constituição do indivíduo pós-moderno.

2 OBJETIVO

Para MUNDY, os videoclipes “refletem a estrutura da canção e se apropriam de certos artefatos musicais no domínio da melodia, ritmo e timbre. A imagem pode até parecer imitar as batidas e fruições do som, indeterminando, com isso, as fronteiras entre som e imagem” (1999, p.21), ou seja, o videoclipe procura atrelar a imagem ao som, materializando a música e realizando a semiose de um produto audiovisual.

Desta forma, este videoclipe foi desenvolvido a fim de permear um produto em formato experimental a quebra do paradigma da visão feminina, contemplando também o desejo e repulsa causado pelo indivíduo pós-moderno. De acordo com Harvey (2004), o indivíduo pós-moderno transformou-se em um ser esquizoide: distante de ser coerente, atrelado ao individualismo, à instabilidade absoluta de todos os referenciais, contraditório e híbrido.

Para tanto, procurou-se demonstrar algo que não tivesse muita explicação e que apelasse para falta de obviedade, desafiando assim a razão. O que esteve presente esteticamente no produto foi o desejo de lançar mão de significados polissêmicos, usufruindo ao máximo do sentido polissêmico das imagens.

3 JUSTIFICATIVA

Para Janotti e Soares (2007), o videoclipe permite contemplar visualmente o cenário no qual a canção se desenvolve. Sendo assim, uma das funções do audiovisual como gerador de conteúdo artístico é causar estranhamento, já que ele detém seus próprios códigos e convenções que admitem ao expectador tolerar o realismo, ou a sua falta, nos meios audiovisuais.

Embora o videoclipe procure legitimar de forma imagética o mais universal possível no audiovisual, *Ordinária* procurou fugir da visão Aurélio (2000) que a palavra carrega. De acordo com o dicionário, ordinário(a) significa: “1. Que está na ordem usual das coisas; habitual, comum. 2. Regular, frequente. 3. De má qualidade, inferior. 4. Sem caráter; reles, ruim.” (2000, p.501). A obra procura quebrar esse paradigma ao trazer por temática a mulher empoderada, distante da visão comum e regular que se tem do aspecto feminino retratado primeiramente na literatura como a heroína idealizada, ampliando para os mais diversos produtos audiovisuais.

A palavra empoderamento tem sua origem na língua inglesa com *empowerment*. Apesar de se popularizado recentemente, a edição de 1958 do Dicionário Caldas Aulete registra o verbo empoderar-se como sinônimo de “(...) apoderar-se, apossar-se”, e o adjetivo empoderecido, significando “(...) tornado mais poderoso, crescido em poder”. Pelo seu prefixo, empoderar significa ação, sendo que, no momento atual, o empoderamento quer dizer a transformação de um sujeito em agente ativo, por meio de processos que variam de acordo com a situação e o contexto (MARTINS, 2003).

O termo passou a ser cunhado pelo movimento feminista na década de 1970, representando a alteração dos processos e estruturas que reduzem as mulheres à posição de subordinada aos homens. Procurando destacar que a maior equidade entre homens e mulheres é mais necessária que bem-estar (SEN, 2001). E assim, o empoderamento tem conexões com o processo de desafio das relações de poder existentes, assim como de obtenção de maior controle sobre as fontes de poder (BATLIWALA, 1997; LEON, 2001; ROMANO, 2002).

Desta forma, tratou-se a temática sob o âmbito de as mulheres poderem decidir sobre sua própria vida nos espaços públicos e privados, bem como de outros acontecimentos relativos aos rumos da sociedade e que interferem direta ou indiretamente sobre os seus interesses. O processo de empoderamento consente nas capacidades, no sentido dado por

Sen (2001), de poderes atribuídos as pessoas para fazer ou deixar de fazer coisas, suas habilidades e as oportunidades reais que essas pessoas têm de fazer o que querem fazer.

O empoderamento feminino está interligado ao fortalecimento da questão das desigualdades de gênero, destacando que esta não se resume a carência ou precariedade de recursos, mas na falta de oportunidades sociais, políticas e econômicas, e exige uma expansão das capacidades humanas e das liberdades reais. Em outras palavras, o empoderamento das mulheres representa um desafio às relações pré-existentes na sociedade patriarcal ofertando-lhes autonomia para controlar o próprio corpo, a sua sexualidade, o seu direito de ir e vir, bem como um repúdio à violência, ao abandono e às decisões unilaterais masculinas que as afetam.

Infelizmente, na sociedade hodierna, muitas mulheres são postas a margem dos processos sociais. Em certos aspectos há uma marginalização da mulher, pois ainda é comum o fetiche por aquela que represente a típica heroína idealizada do romantismo – pura, recatada, subserviente; as que fogem a essa representação são postas à margem da sociedade patriarcal. Tal conceito poderia remediar-se pela aceitação e o esforço de uma melhor incorporação das mulheres aos serviços do estado e à economia de mercado (DUQUE, 2004).

Nos últimos anos, a inclusão da mulher como trabalhadora e sua participação no mercado de trabalho, não somente assalariado, mas também de bens e serviços através dos pequenos negócios, permitiram que as mulheres extrapolassem seu papel relegado como mãe e esposa, e, mais recentemente, superassem algumas posturas paternalistas que as colocavam como receptoras passivas daquilo que lhes era dado e permitido (DUQUE, 2004). É preciso salientar que a subordinação da mulher não é causada apenas por aspectos econômicos, ainda que seja agravada por eles.

O que se observa é que mesmo diante de todas as conquistas e a libertação da mulher da visão paternalista é que, infelizmente, os parâmetros dentro dos quais se inserem as mulheres são parâmetros estabelecidos pelos homens. São esses parâmetros que *Ordinária* procura quebrar.

Segundo Batliwala (1997) os objetivos do empoderamento das mulheres são desafiar a ideologia patriarcal, transformar as estruturas e instituições que reforçam e perpetuam a discriminação de gênero e a desigualdade social e capacitar as mulheres pobres para que tenham acesso e controle da informação e dos recursos materiais. Dessa forma, Leon (2000) argumenta que para compreender o empoderamento, é preciso verificar que não refere-se a

um processo linear, com início e fim definidos, que ocorre de maneira igual para as diferentes mulheres. O empoderamento difere para cada indivíduo e grupo de indivíduos, conforme sua história de vida, seu contexto, sua subordinação e sua localização.

A relevância deste projeto deve-se a pouca visibilidade destinada às produções desta temática no país procurando desvincular do paradigma formado acerca da mulher, destacando o desejo de preencher essa lacuna, pois esta pertence a matriz da nacionalidade brasileira.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto foi feito de forma experimental no formato de videoclipe, colocando em prática os estudos teóricos na área de Audiovisual. Para o desenvolvimento do produto, escolheu-se a música Ordinária, realizando-se o contato com a Banda República Popular, banda amazonense que carrega uma vertente entre o pop e o rock, a fim de aprofundar-se com a composição musical. A ideia da música, de acordo com o compositor Viktor Judah, é fazer com que qualquer pessoa possa se identificar, por isso procurou-se trabalhar e focar no refrão da obra por entendê-lo como a parte mais marcante da canção. Janotti & Soares afirmam:

O refrão, um dos principais elementos constitutivos da canção *pop* e gancho narrativo para uma boa parte dos videoclipes, tem como propriedade marcar o momento em que a canção convoca o ouvinte a um “cantar junto” de maneira mais evidente. Trata-se da marcação sonora mais premente e responsável pelo momento em que o texto sonoro se dirige com mais veemência ao seu destinatário. Nas aproximações entre canção e videoclipe, cabe questionar de que forma o refrão, como “ponto de referência” da canção, pode aparecer visualizado no videoclipe. (JANOTTI & SOARES, 2007, P.5)

Na concepção de Ordinária, procurou-se ir além da convenção de refrão e atribuir um “refrão visual” no decorrer do videoclipe. Buscando um vínculo de marcações visuais que acentuem o estreitamento e a projeção da imagética do clipe em direção a seu espectador e a sua temática. “Assim, o “refrão visual”, em geral, está determinado por uma procura retórica da imagem em pertencer ao espectador, em estar em consonância com as satisfações desse espectador no âmbito da música *pop*.” (JANOTTI & SOARES, 2007, P.5).

A construção do videoclipe foi desenvolvida em etapas distintas, levando em consideração seus símbolos, significados, ações e características. De acordo com Musberger:

O processo de produção consiste na operação de equipamentos físicos e digitais combinados para converter o roteiro escrito em um programa completo e pronto para ser distribuído. O processo é dividido em três estágios: pré-produção, produção e pós-produção. (MUSBERGER, 2008, p. 31)

Para se produzir algo no campo audiovisual é preciso deixar de lado todos os medos e arriscar-se sempre mais. A pré-produção passou pelas seguintes etapas: *brainstorm*, criação de argumento, desenvolvimento do roteiro, *storyline*, sinopse, concept art. A produção passou pelas etapas: escolha de cores e cenários, direção de arte, atores, fotografia e gravação. A pós-produção foi a etapa responsável pelas finalizações como: edição, efeitos, trilha, filtros e tratamentos da imagem e som.

Por conta do clima inconstante em Manaus, encontrou-se dificuldade em gravar as cenas externas, que remetiam ao Centro Cultural da cidade. Optou-se por utilizar em algumas cenas índices do sentimento talhado na obra. O videoclipe retrata um rapaz oprimido por desejar uma mulher que foge aos parâmetros patriarcais e recorrendo ao índice e a polissemia da imagem procurou-se sanar tal dificuldade.

É importante lembrar que o videoclipe é “um dos raros espaços decididamente abertos a mentalidades inventivas, capaz ainda de dar continuidade ou novas consequências a atitudes experimentais inauguradoras” (MACHADO, 2000, p. 174).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A concepção do videoclipe da música “*Ordinária*”, da banda República Popular no álbum *Aberto para Balanço* foi desenvolvida buscando a representação de uma mulher empoderada que possui autonomia do seu próprio corpo e desafia os papéis sociais do gênero feminino. Através desses conceitos foram pensados os figurinos da protagonista, que é mostrada primeiramente com uma camisa social branca, uma calça preta e um sapato preto social, que remete ao traje social masculino padrão. O cabelo preso e a maquiagem com delineado preto marcado e batom roxo vibrante também acrescentam traços que introduzem a personalidade poderosa e incisiva da personagem. Em outro momento, a troca da calça preta e da blusa listrada por um sutiã rendado e uma saia longa com fenda e transparência, em conjunto com a mesma maquiagem, foram pensados como uma ilustração da letra da música, composta por Viktor Judah, que se refere à uma mulher sedutora e irresistível.



Figura: Inspiração para figurino da personagem

Enquanto o outro personagem principal, que representa um homem desiludido e em confronto com os seus sentimentos de amor e ódio por uma mulher, é caracterizado com uma bermuda e camiseta, sem detalhes que conferissem algum destaque ao personagem, legitimando o aspecto de “homem comum”.

Uma das locações usadas está situada no centro histórico da cidade, na área de um dos monumentos mais conhecidos do país e de maior símbolo arquitetônico da região, o Teatro Amazonas, para estabelecer uma correlação com a imponência da mulher retratada no vídeo. O outro cenário utilizado pela personagem é o interior de um teatro, onde a personagem dança e provoca o espectador. O cenário foi escolhido para exteriorizar a fruição do corpo da mulher como um espetáculo próprio, para quem e de qualquer maneira que ela possa desejar.

A locação em que o protagonista masculino aparece é o interior de uma residência simples, para reafirmar a condição de “homem comum”.

A fotografia prioriza cenas em primeiro plano e plano detalhe para conferir uma carga dramática à relação dos protagonistas, por se tratar de conflitos pessoais baseados em desejo, liberdade de expressão, sedução, desengano e tormento.

6 CONSIDERAÇÕES

Todas as etapas da produção do videoclipe foram executadas com grande esforço, engenhosidade e apoio de pessoas que nos ajudaram a superar alguns contratemplos. A

equipe reconhece o empenho dos atores, a generosidade dos proprietários das locações que nos foram disponibilizadas e a colaboração da banda República Popular, que confiou no nosso trabalho e se mostrou sempre otimista diante das nossas ideias.

O resultado obtido é fiel às expectativas da equipe, que tinha o propósito de evidenciar a desconstrução da visão feminina e o empoderamento da mulher através de um produto audiovisual e causar impacto nos espectadores, além de pretender ocasionar um incitamento à produção de mais projetos que discutam a libertação de padrões opressores da sociedade. Assim, as imagens captadas foram buscadas para construir uma narrativa não linear dinâmica e apoiada na polissemia das figuras.

Através de experimentações no processo de produção e pós-produção e engenhosidade para contornar adversidades, o produto final ganhou uma estrutura sólida que expressa a essência das nossas ideias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATLIWALA, Srilatha. El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. In: LEÓN, Magdalena. **Poder y empoderamiento das mujeres**. TM Editores, Santa Fe de Bogotá, 1997.

DUQUE, Javier Pineda. **Entre el empoderamiento y la subordinación: los retos del enfoque de género e desarrollo en los programas de microempresas**. Encuentro Internacional aportes de la perspectiva de género en la promoción del micro empresariado para el desarrollo territorial. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Bogotá, 2004.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**. São Paulo: Annablume, 2008.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. 13a ed. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

JANOTI, Jeder; SOARES, Thiago. **O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise**. Salvador: UFBA, 2007.

LEÓN, Magdalena. **El empoderamiento de las mujeres: encuentro del primer y tercer mundos en los estudios de género**. In: La ventana: Revista de Estudios de Género. N.13. Guadalajara, 2001. pp. 94-106. Disponível na internet em <<http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/laventan/Ventana13/ventana13-4.pdf>> Acessado em 21 de abril de 2016

MARTINS, Clitia Helena Backx. **Trabalhadores na reciclagem do lixo: dinâmicas econômicas, socioambientais e políticas na perspectiva de empoderamento**. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2003.

Machado, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MUNDY, John (1999). **Popular music on screen: from Hollywood musical to music video**. Manchester: Manchester University Press. SÁ, Simone Pereira de (2004). Explorações da noção de materialidade da comunicação. *Contracampo: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Niterói*, v.10/11, p. 31-44

ROMANO, Jorge O. **Empoderamento: Enfrentemos primeiro a questão do poder para combater juntos a pobreza. Documento de Apoio apresentado no International Workshop Empowerment and Rights Based Approach in Fighting Poverty Together**. Rio de Janeiro, 2002. < <http://www.desarrollolocal.org/conferencia/cuarta/DocumentoRomanoportugues.doc> > Acessado em 21 de abril de 2016.

SEN, Amartya. **Desigualdade reexaminada**. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2001.

SOARES, Thiago. **O videoclipe no horizonte de expectativas do gênero musical**. E-compós, 2005. Disponível em: < <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/52/52>>. Acessado em 05 de abril de 2016.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012. Disponível em: http://www.insite.pro.br/elivre/clip_thiago_tablet.pdf. Acessado em 10 de abril de 2016.