

## **Imagina – Dois a Rodar<sup>1</sup>**

David Ouriques<sup>2</sup>

Jaqueline Marques<sup>3</sup>

Karla Lima<sup>4</sup>

Pedro Branco<sup>5</sup>

Ricardo Oliveira<sup>6</sup>

Chaiane Thiesen Bitelo<sup>7</sup>

Centro Universitário Metodista do Sul – IPA

### **RESUMO**

Produzido para a disciplina de Audiovisual I, o videoclipe “Imagina”, da banda Dois a Rodar, foi um projeto integrado entre os estudantes do IPA e os músicos. O objetivo principal era criar uma peça forte e de qualidade que evidenciasse a qualidade musical do duo e os expusesse a um público maior via internet. Para o lançamento do mesmo, ainda foram organizados um show ao vivo - feito por *streaming* na internet - e uma série de peças publicitárias para serem difundidas em redes sociais. Para a composição, os produtores buscaram elementos do cotidiano de um casal tradicional e incorporou a um conceito antigo dentro da teoria dos videoclipes: o *storytelling*.

**PALAVRAS-CHAVE:** popular; videoclipe; duo; imagina; nacionalismo

---

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Videoclipe (avulso).

<sup>2</sup>Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail:

[david.ouriques@unimedpoa.com.br](mailto:david.ouriques@unimedpoa.com.br)

<sup>3</sup>Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: [jackeizinha@gmail.com](mailto:jackeizinha@gmail.com)

<sup>4</sup>Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: [karlalima@ymail.com](mailto:karlalima@ymail.com)

<sup>5</sup>Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail:

[kaonashi.no.hohoemi@gmail.com](mailto:kaonashi.no.hohoemi@gmail.com)

<sup>6</sup>Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: [ricardodesignerpoa@gmail.com](mailto:ricardodesignerpoa@gmail.com)

<sup>7</sup>Orientador do trabalho, professor do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail:

[chaiane.bitelo@rbsonline.com.br](mailto:chaiane.bitelo@rbsonline.com.br)

## **INTRODUÇÃO**

Existe uma tendência forte no mercado de hoje de se produzir videoclipes que mostrem, acima de outros elementos, a imagem do artista como figura central da peça, visando resultados mercadológicos como prioridade sobre resultados artísticos.

Com base nesse conhecimento, desde o princípio é que os alunos envolvidos no trabalho se dispuseram a trabalhar com um tipo de artista diferente do habitualmente conhecido – com um tipo de artista que represente mais seu engajamento cultural que as metas mercadológicas comumente existentes na produção de um videoclipe.

A proposta do duo Dois a Rodar é se estabelecer a partir da qualidade do conteúdo que desenvolve, com raízes na cultura musical brasileira. Como referencia artística é possível citar outras bandas também em crescimento no mercado, como a banda Ludov e a artista independente Nayara Konno; entre artistas consagrados, músicos como Chico Buarque.

Era necessário que os estudantes envolvidos na produção captassem esse desejo da banda e exprimissem tais sentimentos no vídeo. Por isso é dito que o projeto, na verdade, é uma produção integrada entre os artistas e os produtores. Estudos acerca da história do videoclipe foram essenciais para a compreensão do trabalho a ser realizado.

## **2. OBJETIVOS**

O objetivo principal do trabalho, pelo ponto de vista exclusivo dos alunos, se voltava principalmente para a experimentação de uma série de técnicas e processos de produção audiovisual que foram sendo desenvolvidos – a princípio em teoria e, aos poucos, na prática – durante o aprendizado acadêmico. Essas técnicas e processos abrangem desde o desenvolvimento narrativo mais elaborado até o trabalho da direção de arte, do direcionamento de atores, da direção de fotografias e o emprego adequado dos elementos de linguagem audiovisual.

Com base em autores estudados em sala de aula, como Christian (1980), e na experiência adquirida durante o processo didático, os alunos envolvidos na produção puderam colocar em ação o aprendizado outrora apenas teórico, desta vez em gravações idênticas a de uma produção profissional. Todo o processo de agendamento de locações, adequação de cronograma, o cuidado com os atores, com os músicos e a direção de produção foram feitas pelos estudantes. A captação e edição de imagem também foram feitas inteiramente pelos alunos, sempre supervisionados pelo professor responsável, mas com autonomia para tomar decisões próprias com relação à produção em geral.

Por fim, vale salientar que o grupo também tomou por objetivo de grande importância a adoção de uma técnica de *storytelling* que condissesse com a realidade artística da banda, o que se provou um real desafio, uma vez que era necessário manter como meta a supervalorização de um enredo adequado com os gostos tanto da banda quanto do público já fiel aos valores do duo.

### **3. JUSTIFICATIVA**

A todo aquele que acompanha a história do videoclipe, seja por hobby ou por profissão, é conhecimento comum que a evolução das peças trouxe um valor econômico muito mais acentuado que o valor artístico para as produções contemporâneas. Isso se dá por uma tendência de mercado extremamente forte em utilizar todo e qualquer elemento como propulsor de imagem pública. Assim é que temos a figura do artista muitas vezes mal inserida em uma produção que, de outra maneira, poderia tornar-se uma peça cultural de extremo valor estético.

A desvalorização de elementos de cena e de enredos coesos prejudica a produção no momento que nulifica a possibilidade de construir algo socialmente benéfico em troca de uma simples amostra comercial. Os elementos cenográficos são rebaixados a um nível de meros influenciadores, dados a um objetivo banal de agregar gosto à opinião do telespectador acerca do produto. Isso acarreta numa perda hercúlea do potencial artístico que o videoclipe teria dentro do meio audiovisual.

Assim sendo, para a produção de “Imagina”, buscamos conceitos tradicionais de contações de histórias para que os sentimentos envolvidos na música ganhassem destaque sobre a imagem dos artistas. Desta maneira é que a reputação a ser zelada pela Dois a Rodar é mantida intacta: fiel ao público, disposto a produzir música de valor artístico do início ao fim.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Escolha da música: dentre os fiéis fãs da Dois a Rodar, certamente “Imagina” é a canção preferida pela maioria. Como primeiro videoclipe do duo era importante que a música escolhida sugerisse uma ligação forte com o público, uma vez que dependeríamos do engajamento popular e espontâneo para o *buzz* da produção. Além disso, seguindo os critérios de produção, a música transmite uma pureza artística muito profunda, transmitindo a sensação clara de que o duo faz música sobre as pessoas e para as pessoas, sem colocar o mercado acima da arte.

**Roteiro:** esta foi a segunda parte do projeto, seguindo a produção inicial da música em estúdio e as muitas reuniões necessárias para que banda e grupo criassem um vínculo de vital importância. O roteiro literário e técnico foram fundidos em uma única coisa, visando a melhor compreensão de todos os envolvidos. Em etapas posteriores, idealizado um tempo limite para o videoclipe, algumas ideias foram cortadas; outras ainda foram eliminadas por não se encaixarem nos critérios de produção.

**Gravação:** muitas coisas pré-definidas no *storyboard* e no roteiro foram alteradas para se adaptar às possibilidades das locações e das diárias reservadas. Era importante que o clima do videoclipe fosse de simplicidade e ternura, o que justificaria com exatidão o sentimento pretendido pela história contada na peça. Além disso, alguns *inserts* breves do duo foram adotados para que a imagem dos artistas fosse valorizada.

**Montagem:** todo o filme foi editado no editor de vídeos Sony Vegas 12. A edição era importante para que a história assumisse um clima dinamizado e rápido, ao mesmo tempo em que as imagens transmitiam a ternura e a relação divertida do casal protagonista.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

“Imagina” conta a história de um casal em crise por um pequeno problema: eles estão perdidos em meio a uma estrada deserta e não sabem como sair de lá. Ao que a discussão do casal piora, a menina liga o rádio do carro e ouve uma música que, subentende-se, é muito importante na relação deles. O clipe então passa a mostrar momentos diversos da relação dos dois. Na maior parte do tempo, cenas que mostram a relação amigável e divertida que têm; em outros momentos, inserts dos artistas.

Ao final de tudo, o leitor compreende que a música foi o suficiente para fazê-los entender que aquela briga não valia a pena. Eles seguem pela estrada, mesmo sem rumo, mas novamente felizes.

Há um pequeno *easter egg* na última cena. A banda, à beira de estrada, sob o sol quente, pede carona a um carro que passa, mas é ignorada.

Apesar de termos dois núcleos diferentes bem definidos – o duo de artistas e os dois protagonistas da história -, uma análise semiótica mais aprofundada compreende o carro, um Opala 76, como um quinto personagem de vital importância para o desenvolvimento da história.

## 6. CONSIDERAÇÕES

Foi extremamente valiosa a experiência adquirida pelo grupo na produção de “Imagina”, tanto pela questão pessoal quanto pela profissional. Se analisarmos de um ponto de vista publicitário, compreender as necessidades de um público bem específico, como o da Dois a Rodar, serviu como ensaio para desafios que o mercado de trabalho pode vir a trazer. Ao mesmo tempo, a criação publicitária e o esquecimento do imperialismo mercadológico foram dois fatores contrários que tiveram de ser aliados com o máximo de sintonia possível.



Em uma questão pessoal, criar esse vínculo entre dois aspectos tão diferentes do mundo contemporâneo – e o resultado bem-sucedido! – foi um passo enorme para a quebra de conceitos erroneamente estabelecidos e a compreensão de que não existem barreiras sociais que separem o desejo de se adquirir cultura pelo desejo de se produzir cultura de forma livre e sensata.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HERRERA, Daniel et al. **After the Master**. Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Vídeo-minuto (avulso).

METZ, Christian. **Linguagem e cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1980. 347 p.

MARTIN, Marcel. **A Linguagem Cinematográfica**. São Paulo: Ed. Brasiliense. 1990.