

## Videoclipe Bordeaux<sup>1</sup>

William MOREIRA<sup>2</sup>

Julia ZANIN<sup>3</sup>

Matheus CAMPOS<sup>4</sup>

Roberta RAITER<sup>5</sup>

Luísa FLECK<sup>6</sup>

Douglas BARRA<sup>7</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

### RESUMO

O presente trabalho visa demonstrar o processo de criação e produção do vídeo clipe realizado para a banda DiAngelis, como encerramento do disco Bordeaux, para a música que intitula o álbum. Serão expostas as etapas e defendidas as escolhas feitas para a execução deste vídeo, feito por alunos que formam a equipe de uma produtora audiovisual experimental. O vídeo foi realizado pela equipe da Co.De Áudio e Vídeo, produtora experimental da ESPM-SUL, em Porto Alegre, sob a orientação do professor Douglas Rene Barra, em agosto de 2015.

**PALAVRAS-CHAVE:** Bordeaux, DiAngelis, vídeo clipe, áudio visual.

### 1 INTRODUÇÃO

A ESPM-SUL hospeda empresas juniores direcionadas para seus respectivos cursos. A Co.De – Comunicação e Design Jr. é a júnior responsável por disponibilizar vagas, principalmente, aos graduandos de publicidade e propaganda, design e moda. A empresa é dividida em cinco setores, sendo eles Agência, Áudio e Vídeo, Digital, Foto e Moda. A empresa está inserida no mercado, atendendo tanto a instituição de ensino, quanto clientes reais, tendo trabalhos integrados entre as áreas e, por vezes, isolados.

O setor de Áudio e Vídeo é responsável por produções audiovisuais experimentais das mais diversas vertentes que vão de vídeos institucionais a vídeo clipes, possibilitando que os alunos ampliem seus conhecimentos na área e transitem entre as diferentes

---

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

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre de Publicidade e Propaganda, email: mwilliammr@hotmail.com;

<sup>3</sup> Estudante do 9º. Semestre de Publicidade e Propaganda, email: juliazanindp@gmail.com;

<sup>4</sup> Estudante do 4º. Semestre de Publicidade e Propaganda, email: sparksmatheus@gmail.com;

<sup>5</sup> Estudante do 6º. Semestre de Publicidade e Propaganda, email: roberta.raiter@hotmail.com;

<sup>6</sup> Estudante do 4º. Semestre de Publicidade e Propaganda, email: lolasfleck@gmail.com;

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor de Publicidade e Propaganda, email: douglas-rs@espm.br.

linguagens audiovisuais. Nesta empresa júnior, os alunos exercem funções reais de uma produtora do mercado e vivência deste setor.

Sendo assim, a produtora foi contratada para executar um vídeo clipe para a DiAngelis, uma banda de rock da cidade de Porto Alegre. A banda é formada por quatro integrantes com um objetivo de fazer do rock sua profissão. Eles são fortemente influenciados pelo rock clássico da década de 1970, pelo grunge dos anos noventa e pelo rock nacional e gaúcho dos anos 80. Todavia, a banda carrega uma sonoridade atual, intensa e madura. O álbum *Bordeaux* foi lançado em Setembro de 2014, trabalho produzido por Rodrigo “Esteban” Tavares, ex-integrante da banda gaúcha Fresno, sob o selo Megahard Records. Ao completar dois anos de estrada, a DiAngelis teve a oportunidade de abrir o *show* do Slash, integrante da banda *Guns & Roses*, no Rio de Janeiro, em Março de 2015.

Os músicos trouxeram o *briefing* de um vídeo clipe para a música *Bordeaux*, que teria como objetivo concluir o ciclo do álbum de mesmo nome. A banda trouxe para a produtora um esboço de roteiro com situações e personagens específicos para ser desenvolvido e também aprofundado. Sendo assim, este trabalho mostra o processo de criação e produção do vídeo clipe da banda.

## 2 OBJETIVO

Através deste trabalho, a banda DiAngelis visou encerrar seu segundo álbum. Por esse motivo, o *briefing* trazia claramente a vontade dos integrantes de ser um vídeo diferente e que chamasse atenção tanto pela sua narrativa quanto por sua estética.

Foi feita uma pesquisa intensa pela equipe tanto em vídeo clipes quanto em longas metragens. Já que o *briefing* pedia uma linguagem diferente, tornou-se de extrema importância conhecer a fundo diversos vídeo clipes para saber como se diferenciar. Em sua maioria, as produções de bandas nacionais são superficiais, focando e evidenciando o artista e, por vezes sem história, como por exemplo os clipes *Não Olhe Para Trás* da banda Capital Inicial, *Escolhas*, *Provas e Promessas* da banda CPM22 e *Garota Nacional* da banda Skank. Então, a pesquisa em longas e curtas metragens serviu de inspiração para toda a equipe, tanto para a direção de cena quanto para diretores de arte, produção e fotografia.

Ainda, pela busca de uma estética e narrativas que chamassem atenção, a ideia trazia a visão de um lugar fora do Brasil e uma linguagem de curta-metragem. Por isso, os integrantes da banda optaram por não aparecerem tocando a música, tampouco

protagonizando a história. Eles aparecem como personagens secundários sem destaque, por vontade própria.

Deste modo, o vídeo clipe contou com uma história que se desenrolava em um bordel, com os principais elementos de um roteiro seguindo a estrutura de cinco estágios, segundo Barnwell (2013). Estes são: exposição, desenvolvimento, complicação, clímax e resolução. A exposição trata-se da premissa de abertura. O desenvolvimento é onde a situação é construída e segue adiante e a complicação é o evento que muda a situação. Então temos o clímax, que consiste no ponto decisivo e então a resolução que é o resultado alcançado. (BARNWELL, 2013, pg. 34). Com isso, o presente vídeo clipe foi desenvolvido através deste modelo de roteiro proposto.

### **3 JUSTIFICATIVA**

O vídeo em questão tem como objetivo reforçar a estética estrangeira presente no DNA da banda. Para isto, a linguagem visual do videoclipe foi baseada no estilo norte americano de produções audiovisuais. Além disso, devido à preocupação da transmissão dessa mensagem, o vídeo assemelha-se a um curta-metragem, dando ênfase à narrativa e excluindo a performance da banda durante o clipe.

O vídeo, por ser a maior produção da banda, também busca mudar positivamente a percepção, tanto dos seguidores da DiAngelis, quanto do mercado no qual ela está inserida. O videoclipe pretende agregar-lhes maior valor e relevância, e assim, proporcionar-lhes novas oportunidades, como um cartão de visita.

Além disso, a fim de trazer reflexões sobre o vídeo, foram adicionados 10 segundos de tela preta ao final do clipe, para que o espectador possa assimilar toda a história contada no mesmo e trazer identificação do público com a banda, demonstrando sua identidade através da obra.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Após o recebimento do briefing, os diretores se reuniram para desenvolver o roteiro recebido. Logo, foi criada uma trama, conectando os personagens para que a equipe tivesse um maior entendimento da história. Esta trama é subjetiva, buscando que os telespectadores possam imaginar o passado dos personagens o que os leva aos fatos que acontecem no vídeo clipe. Da mesma forma com o desfecho do vídeo, deixando em aberto o que aconteceria. O vídeo conta uma história de desejo e tragédia entre um homem e uma garota

de programa, onde ambos enfrentam problemas com o dono do bordel, no qual a garota trabalha.

Vanessa é a mulher preferida do velho Charles, que é o dono do bordel Bordeaux. Eles têm uma relação de proximidade e cuidado, consideram-se pai e filha, porém em níveis incestuosos. Vanessa conheceu Rodrigo e os dois se envolveram. Ela se apaixonou e cogitou largar a vida de prostituta no bordel, mas Rodrigo não estava suficientemente interessado nela e, muito menos, aberto para relacionamentos. Charles descobriu o desejo de Vanessa e a proibiu de encontra-lo. Rodrigo, pela provocação da proibição, resolveu ir até o bordel. Então começa a história do videoclipe.

Dentro do local, logo vê Vanessa dançando e vai em sua direção. Ela fica surpresa com a presença do rapaz, ignora a proibição e leva Rodrigo até um quarto. Charles assiste a essa cena, sem que o casal perceba e manda seus homens buscarem Rodrigo. Eles o encontram na cama e Rodrigo é espancado por eles. Porém ele consegue arrancar a arma de um dos capangas e foge. Na rua, próximo ao bordel, ele vê o carro de Vanessa, se aproxima e entra. No carro, quando pensa estar seguro, Vanessa, aos prantos, aponta uma arma para ele, pois Charles ordenou que ela fizesse isso, senão ele mesmo mataria Rodrigo.

A próxima fase do projeto foi desenvolver uma pasta que contivesse o roteiro técnico, o *storyboard*, que segundo Barnwell (2013) são desenhos do roteiro, plano a plano, em ordem cronológica. O autor ainda ressalta que desde que sejam transmitidas as informações mais importantes, os *storyboards* não precisam ser necessariamente muito elaborados. Ainda, nesta pasta estavam todas as referências quanto à direção de cena, direção de arte e de fotografia. O principal destaque do videoclipe seriam as incidências de cores utilizadas em cada cena, que estariam de acordo com a psicologia das cores, representando, cada uma delas, um sentimento dentro do contexto da história. A primeira cena, na fachada do bordel, e a última em uma rua qualquer, possuiriam uma coloração amarelada, trazendo um aspecto doentio para a cena e os seus acontecimentos, que no caso da última seria um momento onde os personagens principais se encontram em um estado caótico. A segunda cena, dentro do bordel possuiria uma coloração azulada, representando a confiança do personagem principal dentro do espaço onde se encontra.

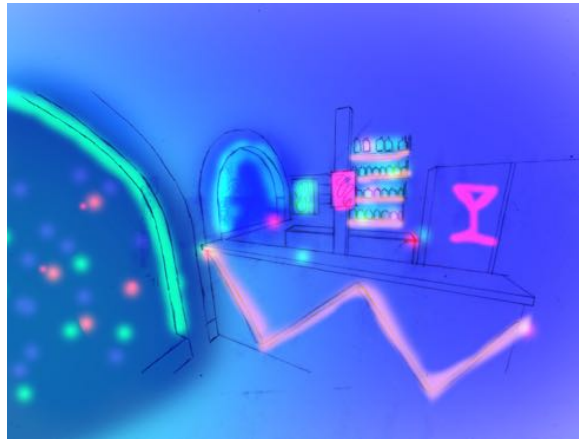


Figura 1: layout bar do bordel

A terceira cena, que acontece atrás do palco, possuiria uma coloração esverdeada, mostrando que o ambiente é um local seguro para o dono do bordel, onde ele pode controlar tudo de lá. A quarta cena, que ocorre no corredor, seria uma mescla de cores da segunda e quinta cena, funcionando como uma transição.



Figura 2: layout corredor

A quinta cena, que ocorre dentro do quarto onde o casal se relaciona, possuiria uma coloração rosada, para representar a paixão que eles sentem um pelo outro. A sexta cena, que ocorre no depósito, possuiria uma coloração avermelhada para representar atenção e perigo, se tornando o clímax do videoclipe. O uso das cores de maneira marcante é uma característica bastante forte do vídeo, atribuindo-lhe personalidade.



Figura 3: layout depósito

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após o desenvolvimento do roteiro final, a equipe teve inúmeras reuniões para alinhar questões de produção, direção de cena, direção de arte e fotografia. Em seguida, já determinada a história que seria contada, cada parte da equipe iniciou suas respectivas pesquisas. Estas pesquisas foram muito importantes para nortear a equipe em relação ao desejo do videoclipe parecer estranho.

A direção de cena fez a decupagem dos planos de cada situação, para organizar como a história seria contada visualmente, que segundo Chris Rodrigues (2002, p.70) consiste em fazer

um diagrama representando os planos, em que o diretor basicamente define a sua visão de filmagem do roteiro literário, incluindo movimentos de câmera e o ângulo definido pela lente, de maneira a ter uma visão geral do filme de uma vez só. Esses diagramas formam a base do roteiro técnico, que é o roteiro de trabalho da equipe técnica, otimizando o trabalho durante a filmagem.

A direção de arte procurou referências estéticas em filmes e vídeos como *Bruna Surfistinha*, *Enter The Void*, *Drive*, *Madame Satã*, *Pulp Fiction*, entre outros. Foi pesquisado diferentes referências para a concepção do videoclipe, como vários estilos de bordéis, maquiagem, figurinos de garotas de programa e de capangas, tipos de carro, tipos de bebidas, tipos de palco, entre outros objetos que iriam compor os diversos cenários. A direção de fotografia estudou os movimentos de câmera que seriam utilizados e, em conjunto, com a direção de arte as cores que seriam utilizadas na iluminação em cada cena.

A produção procurou locações que fossem viáveis para a gravação das diferentes cenas e, também, selecionou os atores para formar o elenco, que contava com vinte pessoas.

Em meio disso tudo, foi realizado um teste de elenco, com possíveis atores para o papel do Rodrigo. Pois buscávamos características específicas como modo de caminhar e estilo marrento e despojado.

Foi realizado também dois laboratórios para estudar como seriam executadas as cenas em que Rodrigo seria espancado. O primeiro aconteceu no estúdio da ESPM-Sul, com voluntários acompanhados por um teste de câmera, que englobava enquadramentos, movimentos de câmera e ações dos atores. E, assim, foi definida uma coreografia de luta. Já o segundo laboratório ocorreu na locação da gravação, o estacionamento da ESPM-Sul. Neste, os atores que fariam o papel dos capangas de Charles, participaram e treinaram a coreografia.

Na pesquisa de locação, a equipe visitou bairros, porém não conseguiu permissão para gravar. Contudo, estas visitas foram importantes para a ambientação do Bordel Bordeaux e para ajudar na construção dos personagens, em especial o Charles e a Vanessa. Em um dos bairros, a equipe conseguiu figurinos de dançarinas para serem utilizados na gravação.

Para a definição do elenco, foi necessária uma busca em agências de modelos, em grupos de atores e até mesmo algumas manifestações em redes sociais pela equipe. A busca pelas atrizes que se encaixassem no perfil das dançarinas do bordel exigiu bastante da produção, visto que era necessário algumas habilidades específicas como habilidades de dança e a abertura das atrizes de atuarem seminuas. Quando foram selecionados os atores que fariam o papel de Vanessa e Rodrigo, foi marcado um encontro para eles se conhecerem e familiarizarem, sendo esta uma exigência bastante importante da direção.

Este processo de criação e pré-produção durou três meses e, por tratar-se de uma equipe nova e sem muita experiência ou conhecimento, exigiu um prazo bem grande para que todos os processos fossem aprendidos pelos alunos de uma maneira semelhante ao mercado de trabalho.

Para a captação das imagens foram necessários duas diárias de gravação. O primeiro dia de set começou no Hotel Deconto, na Avenida Farrapos, em Porto Alegre. Lá foram gravadas as cenas do corredor que liga o bordel aos quartos e o quarto no qual o casal se relaciona. Em seguida, a equipe se deslocou para o Anexo B, localizado na Avenida Independência em Porto Alegre, sendo gravadas as cenas do interior do bordel. A gravação



da primeira diária teve a sua primeira parte, no Hotel Deconto, realizada na parte da manhã e a sua segunda parte, no Anexo B, realizada na parte da tarde, se estendendo até a noite, o que totalizou dezessete horas de gravação.

O segundo dia de *set* começou no estacionamento da ESPM-Sul, localizada na Rua Guilherme Schell, em Porto alegre. No local foi gravada a cena onde Rodrigo, é espancado pelos capangas de Charles. Em seguida a equipe se deslocou para o Shopping Total, localizado na Avenida Cristóvão Colombo, em Porto Alegre, sendo gravada a cena final do videoclipe, em que Rodrigo entra no carro de Vanessa. Logo após, a equipe se deslocou para a Zeppelin Filmes, localizada na Rua Lucas de Oliveira, em Porto Alegre, para a gravação da primeira cena do vídeo, a qual Rodrigo chega ao Bordel Bordeaux. A segunda diária de gravação iniciou no começo da tarde e finalizou na madrugada do outro dia, totalizando quatorze horas de gravação.

Após a gravação, as imagens foram organizadas e montadas de acordo com o roteiro técnico, através do software Adobe Premiere e, após isso, a correção de cor através do software After Effects. A montagem, que consiste na junção de dois planos para produzir um significado maior que o dos planos individuais (BARNWELL, 2013), durou algumas semanas, sendo realizada pela equipe de edição em acompanhamento da direção de cena e assistência de direção. Já para Murch (2004), o montador tem a capacidade de representar o espectador na produção de um filme melhor do que qualquer outro. O restante da equipe que estava no *set* está tão envolvido com o material, que fica condicionado a relembrar como as cenas foram gravadas. A equipe de montagem foi muito importante no processo de realização desse videoclipe, pois trouxe a ideia de utilizar cortes rápidos, que funcionou muito bem para a cena clímax do vídeo, quando os capangas espancam Rodrigo, o que trouxe um ritmo intenso para a cena.

Após finalizado o primeiro corte do videoclipe, este foi mostrado para algumas pessoas, visando buscar opiniões distintas ou sugestões. Foi concluído que o conflito principal não estava sendo muito bem entendido pelo público, então, como solução foi acrescido no começo do vídeo a cena onde o casal é interrompido pelos capangas, funcionando como uma espécie de reforço para este acontecimento.

Depois da montagem, o vídeo seguiu para a Edição de Som. Lá, além de inserida a música da banda, foram gravados os efeitos sonoros, que são sons não verbais que podem ser criados em estúdio, segundo Barnwell (2013). Estes incluíam sons de passos, rangido da



cama, gemidos e até um ventilador de teto, efeitos sonoros ajudam na ambientação e, portanto, a contar a história, pois acrescentam realismo a história.

Finalizado o vídeo foi feita uma reunião de apresentação para o cliente, em conjunto com toda a equipe. A banda solicitou algumas pequenas alterações, o que ocasionou a diminuição do volume dos efeitos sonoros e a gravação de alguns planos detalhes, que Mercado (2011) nomeia de *close-up* extremo e diz que concentra a atenção do público em um pequeno detalhe de um personagem ou pequenos objetos. Os planos que precisavam ser gravados acabaram por gerar uma terceira diária de gravação, que durou algumas horas e teve ajuda de voluntários, sendo realizada no Estúdio de Vídeo da ESPM-Sul. Os planos gravados foram o detalhe do momento em que Rodrigo arranca a arma de um dos capangas e o detalhe de uma sirene de carro, que seria inserida entre o plano da fuga de Rodrigo e a última cena, funcionando como uma transição de tempo entre os ocorridos. Após as modificações, foi realizada uma nova reunião com o cliente. O resultado foi aprovado e todo o processo foi concluído.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Todo o processo de produção do videoclipe possibilitou um grande aprendizado para os alunos. A equipe, ao entrar na Co.De Áudio e Vídeo, era completamente nova e todos estavam aprendendo as respectivas funções de seus cargos, visto que não tinham trabalhado, efetivamente, em algo tão grande. O cliente possuía uma verba alta e, portanto, todo o processo exigiu muita atenção, confiança e entrega de toda a equipe, que mal se conhecia.

Os alunos foram orientados pelo professor Douglas Rene, e também receberam orientações de um profissional de mercado, produtor da Zeppelin Filmes, Sandro Dreher. Além dos professores, também tiveram ajuda de alguns alunos que já haviam passado pela Co.De Áudio e Vídeo, o que facilitou bastante o processo.

Foi de grande relevância para os alunos aprender o processo de produção do videoclipe, sendo este muito semelhante ao método aplicado no mercado audiovisual. Também foi de grande importância poder trabalhar com verba num ambiente acadêmico, o que possibilitou que a equipe tivesse grande liberdade para criar e, também, aprendesse a decidir quais as prioridades nas gestão financeira.

O resultado desse processo está explícito no videoclipe, que está com um resultado profissional. Os alunos tiveram uma experiência real, dentro de todo o processo, e puderam

aprender não apenas como funcionam suas funções e de seus colegas, mas como trabalhar em equipe e como lidar com diversas limitações que existirão igualmente no mercado audiovisual.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARNWELL, Jane. **Fundamentos de produção cinematográfica**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2007

MERCADO, Gustavo. **O olhar do cineasta**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MURCH, Walter. Num piscar de olhos: a edição de filmes sob a ótica de um mestre. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.