

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Curso de Comunicação Social

RICKSON RAMOS E SOUSA SANTOS

A PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES EM SÃO LUÍS: os clipes musicais do Maranhão na
Tela 2017

São Luís

2018

RICKSON RAMOS E SOUSA SANTOS

A PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES EM SÃO LUÍS: os clipes musicais do Maranhão na
Tela 2017

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Rádio e TV.

Orientador: Prof. Ms. Junerlei Luis Dias Moraes Saletti

São Luís

2018

Santos, Rickson Ramos e Sousa.

A Produção de Videoclipes em São Luís: os clipes musicais do Maranhão na Tela 2017 / Rickson Ramos e Sousa Santos. - 2018. 99 f.

Orientador(a): Junerlei Dias de Moraes.

Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Rádio e Tv, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

1. Videoclipe. 2. Convergência Midiática. 3. Música Independente. I. Saletti, Junerlei Luís Dias de Moraes. II. Título.

Rickson Ramos e Sousa Santos

A PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES EM SÃO LUÍS: os clipes musicais do Maranhão na
Tela 2017

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Rádio e TV.

Aprovado em: 17/12/2018

Nota: 10,00

Banca Examinadora

Prof. Ms. Junerlei Luis Dias Moraes Saletti (Orientador)

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Marcio Leonardo Monteiro Costa

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Bruno Soares Ferreira

Universidade Federal do Maranhão

“Fora temo que o mundo seja dos iguais”

(Desdemonia ETC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha família, sem a qual eu jamais teria chegado até aqui. Ao meu pai Francisco Santos – popular Chicão, por ter me dado o primeiro CD de rock, um Acústico dos Scorpions em Lisboa. Minha mãe Iracema Santos e ao meu irmão Jadson Ramos.

À minha namorada Monalisa Coelho, a qual eu pude contar durante todo o processo de escrita deste trabalho, me confortando e sendo uma companheira para todos os dias. À Valdirene Martins que também passou todas as manhãs comigo – me aturando – e perguntando se eu já tinha terminado.

Agradeço à vida que vivo até aqui. Dentre vários momentos de tristeza e sensação de perda – alguns que levo até hoje comigo e faço disso meu eu –, hoje pude entender que o que passou fica na sabedoria. Agradeço ao vazio, que sempre me incomodou e incomoda. Que me fez ser uma pessoa que sempre fala alto, faz qualquer coisa que proporem e não suporta ficar parado. Agradeço à arte, que hoje sem dúvidas posso afirmar que me trouxe amigos, me trouxe histórias, me trouxe minha vida e me mantém nela hoje.

Aos amigos, de décadas: Jordana Dall Agnol, que além de sempre ter um espaço incontestável no meu coração, possui a alma mais caridosa que conheço. Gabriel Jovita, o meu John Lennon, que durante anos de conversas e discussões sobre a vida, posso garantir termos escrito pelo menos umas 80 músicas juntos. Nenhuma gravada. Aproveito para agradecer a Victor Mendes, que sempre me acompanhou em qualquer ideia musical que pudesse ter. Já fazem 6 anos que estamos esperando o assessor no Tropical Shopping. E também, à Mariana Ambrosio. Ainda não completamos 10 anos, mas estamos firmes e fortes todos os dias desde daquele 1º de abril de 2013.

Aos amigos que a UFMA me proporcionou conhecer: Patrícia Adélia, que parece ser minha irmã e topa fazer qualquer coisa, a qualquer hora do dia. Gabriel Gustavo, Wallace Brito, Jorge Leandro e Letícia Mendonça, que começaram nessa jornada junto comigo e que por várias vezes nos ajudamos nesta trajetória. A Saylor “Kaguya” Sousa, o guru do curso de Comunicação, pelas várias xícaras de café. Débora Ribeiro e Giovanna Marinho, vulgo Potchu, que foram as melhores companhias desse curso e que me fizeram sentir parte dele. Á Larissa Micenas, sempre presente na minha vida de algum jeito e que ainda conseguiu me ajudar no final deste trabalho. E finalmente, a Jerlyson Hugo, nosso encontro foi ao acaso e a arte nos uniu.

Aos amigos que chegaram um pouco depois: Tirzar Azevedo, a pessoa que eu aprendi aceitar e ela, carinhosamente, fez o mesmo por mim. Foram vários dias que passei te contando sobre o que eu estava escrevendo e você dizendo que eu já merecia 10. Ao amigo, Ari Sousa, que além de ser um dos artistas mais lindos que conheço, sempre demonstrou um imenso carinho por mim e me ajudou quando mais precisei. E por fim, mas não menos importante, Brenda (Veneranda) Fernandes, que além da amizade fraternal, se tornou para mim um exemplo de perseverança e determinação.

A Larissa Leda, pessoa responsável pelo *insight* que me proporcionou escrever este trabalho, além de ser uma pessoa incrível que me motivou no meu trajeto acadêmico. Sem ela, não estaria aqui. A Rose Ferreira, que apareceu nos últimos minutos do jogo para me guiar nesse projeto e me dar a calma e confiança para fazê-lo.

Agradeço ao meu orientador, Junerlei Dias! Desde o primeiro momento que fui seu aluno, soube que minha monografia também teria teu nome.

Por fim, gostaria de agradecer ao corpo docente do curso de Rádio e TV da UFMA. Consigo visualizar claramente que tive uma formação sólida com os professores com quem convivi.

RESUMO

Este trabalho apresenta como o Videoclipe tem sido usado por músicos independentes de São Luís – Maranhão como um produto de divulgação para suas músicas e como isso tem afetado em suas carreiras. Este trabalho, com natureza exploratória, tem como principal objetivo obter informações sobre como os músicos estão usando o Videoclipe e como eles estão inseridos nesta forma de produzir vídeos. Para isso, foi feita uma revisão bibliográfica contextualizando o surgimento do gênero do Videoclipe, suas influencias e como ele é encontrado hoje após sua adaptação nas plataformas digitais, além de entrevistas com os concorrentes na categoria Videoclipe do Festival Maranhão na Tela 2017. Foi notado dentre os músicos entrevistados que essa produção audiovisual tem sido algo de muita importância no contexto musical atual, porém os resultados descritos por eles nem sempre são positivos. Foi possível concluir que os músicos pesquisados entendem a relação música-imagem e entendem que não se consome música apenas ouvindo, mas também vendo. Porém, o meio independente local ainda não conseguiu desenvolver este trabalho da forma mais eficaz.

Palavras-chave: Videoclipe. Convergência midiática. Música independente.

ABSTRACT

This paper presents how the Video clip has been used by the independent musicians of São Luís – Maranhão as a product of divulgation of their music and how this has been affected their career. This paper, with an exploratory nature, has as principal goal get information about how the musicians are using the Video clip and how they are insert in this way of videos production. For this, it has been made a bibliographic review contextualizing the rising of the genre of the Video Clip, your influences and how it is found nowadays after your adaptation in the digital platforms, in addition to interviews with the competitors in the category Video clip of the Festival Maranhão na Tela 2017. It was noticed, in the musicians interviewed, that this audiovisual production has been something with a huge importance in the actual musical context, but the results describe for them aren't positive. It was possible conclude that the researched musicians understand the relation between music-image e they understand that music it's not only consumed by hearing, but also seeing. However, the local independent field still doesn't get to develop this work in a more efficiency way.

Key-words: Videoclip. Media Convergence. Independent Music

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Vídeo Travando.....	41
FIGURA 2 - Liniker canta com a banda.....	41
FIGURA 3 - Ringo Starr tocava com O Terno.....	49

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. HISTÓRIA DO VIDEOCLÍPE	15
2.1. Do Som e Imagem ao Fred Mercury	15
2.2. Music Television	18
2.3. Os Videoclipes no Brasil e a Emetevê	22
2.3.1. O Rock Brazuca	23
2.3.2. É Fantástico a MTV Brasil.....	25
2.4. As Plataformas Digitais	29
3. O NOVO LUGAR DO VIDEOCLÍPE	32
3.1. O Vídeo é Pop, Vídeo é Tech, Vídeo é Tudo	32
3.2. Tá no Youtube!	37
3.3. A indústria fonográfica em transição	42
3.4. A redefinição do Videoclipe	47
4. O VIDEOCLÍPE EM SÃO LUÍS	53
4.1. O Guarnecer	53
4.2. Os Vídeos Sessions	56
4.3. Maranhão na Tela	59
4.3.1. Os Videoclipes do Maranhão na Tela 2017	61
5. CONCLUSÃO	66
REFERÊNCIAS	67
APÊNDICE	71
APÊNDICE A - Entrevista com Mavi Simão	71
APÊNDICE B - Entrevista com Sundays James	72
APÊNDICE C - Entrevista com Rafael Paz	73
APÊNDICE D - Entrevista com Josh Baconi	75
APÊNDICE E - Entrevista com Hugo Rangel	78
APÊNDICE F - Entrevista com Raffaella Petrini	82

APÊNDICE G - Entrevista com José Guterres.....	85
APÊNDICE H - Entrevista com Caetano Nascimento.....	87
APÊNDICE I - Entrevista com Nairon Botão.....	91
APÊNDICE J - Entrevista com Jonas Sakamoto.....	94
ANEXOS.....	98
ANEXO A - Catálogo do 1º Troféu Guarnicê Para Melhor Vídeo Clipe.....	98
ANEXO B - Catálogo do 15º Troféu Guarnicê Para Melhor Vídeo Clipe.....	99
ANEXO C - Catálogo da Categoria Videoclipe do Maranhão na Tela 2017.....	100

1. INTRODUÇÃO

O Videoclipe é uma das categorias da linguagem audiovisual que tem sua origem muito próxima ao surgimento do cinema moderno. Durante a primeira metade do século XX, foram realizados por cineastas os primeiros experimentos com o Videoclipe, concebendo vídeos artísticos curtos que destoavam da então fórmula da literatura e do teatro que o cinema se apropriou. Já no século XXI, com o avanço tecnológico e o acesso aos meios de produção, as narrativas hoje se tornaram predominantemente audiovisuais e por conta dessa facilidade, um crescente na produção de Videoclipes é notada entre os diferentes tipos de artistas, que se torna perceptível ao acompanhar qualquer lançamento musical. Essa mudança na forma de produzir auxiliada pelo acesso aos meios de produção, permite que artistas que não tem grande destaque na mídia consigam obter um material audiovisual para suas músicas, o que irá auxiliar seu projeto musical, fixar a imagem do artista, além de criar uma associação entre som e imagem.

Em São Luís, existe uma gama de novos músicos que já trabalham com a perspectiva audiovisual como uma forma de extensão de sua música. Dentro dessa corrente de produção audiovisual, produtores culturais entenderam que é necessário um espaço para divulgação desses artistas e para tal, Videoclipes são exigidos em editais culturais, concursos e até mesmo chegam a conseguir espaço em festivais de cinema, como o Maranhão na Tela.

Em 2017, na comemoração de sua décima edição, o Festival inaugurou a categoria competitiva “Videoclipe”. No ano da estreia da categoria, dezenove videoclipes foram selecionados pela curadoria do festival, em diferentes gêneros musicais. Neste sentido, o objetivo desta pesquisa é compreender como videoclipe tem sido uma ferramenta de difusão do cenário musical ludovicense.

Este trabalho tem como proposta demonstrar que o Videoclipe serve como uma extensão da música e por isso auxilia na divulgação do artista. Sendo assim, objetiva analisar a relação da narrativa audiovisual com a narrativa musical.

Para tal, o trabalho irá contextualizar historicamente o surgimento do Videoclipe, com seus precursores, que utilizaram o vídeo como uma representação artística acessível até chegar aos anos de 1970, onde se tem os primeiros vídeos criados exclusivamente para a divulgação de uma música.

Já nos anos de 1980, produção dos Videoclipes ganha um incentivo a partir da criação da Musica Television (MTV) que muda completamente o mercado fonográfico, que descobre no audiovisual uma forma de divulgação de seus músicos.

Durante os anos 1990, a MTV chega ao Brasil e traz consigo toda a cultura de um canal que passava quase que diuturnamente videoclipes em sua programação, modificando também a indústria fonográfica brasileira.

Com as novas plataformas digitais, o formato do Videoclipe está quase que inteiramente ligado a internet e por isso, dispões de novas tipologias e novas formas de produção. Para tratar sobre este campo histórico, irão ser usados trabalhos dos pesquisadores Thiago Soares e Guilherme Bryan e os trabalhos da Maria Goretti Pedroso & Rosana Martins e Luiza Lusvarghi que trazem um retrospecto sobre o surgimento da MTV, até sua consolidação no Brasil.

Para falar sobre esse novo lugar do Videoclipe, como uma extensão da música e como um auxílio ao artista, o trabalho irá primeiro tratar o Videoclipe como um gênero originalmente televisivo, conceituado através dos olhares de Arlindo Machado e Thiago Soares.

Para lidar sobre essa transição desse formato para o mundo digital, irá se utilizar de Henry Jenkins, com o conceito de Web 2.0 que transforma o internauta em produtor de conteúdo através de sites como o próprio YouTube uma das plataformas mais usadas para disseminar Videoclipes de músicos e assim chegar ao ponto sobre a nova indústria fonográfica que se instaurou através dos meios digitais e do Videoclipe, usando Micael Herschmann.

Neste contexto, entrarei no meu objeto geral ao falar da produção de Videoclipes na cidade de São Luís. Contextualizando através de um breve resgate histórico sobre a produção de Videoclipes na cidade e as plataformas que na época existiam para sua divulgação, até chegar ao principal recorte desta pesquisa: O Festival de Cinema Maranhão na Tela, que teve no ano de 2017 pela primeira vez uma categoria competitiva para Videoclipes. Para tal, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os músicos que participaram da edição – para entender como eles se enxergam dentro desse novo contexto de produção de conteúdo audiovisual –, além de entrevistas com pessoas que tem participação direta no cenário audiovisual maranhense.

2. HISTÓRIA DO VIDEOCLÍPE

2.1. Do Som e Imagem ao Fred Mercury

A ideia de juntar som e imagem veio do cinema. Durante o final do século XIX e os primórdios do século XX, época em que conseguiram fazer imagens estáticas gerarem a sensação de movimento, era quase impossível estar em uma projeção de cinema que não estivesse sendo acompanhada por uma música. E mesmo nessa época, a partitura escolhida para a projeção tinha uma relação direta com as imagens que estariam sendo exibidas na sessão (WYVER apud SOARES, 2012). Mas essa foi somente uma das soluções encontradas para a quebra do silêncio que tanto incomodava os espectadores. Em 1895, para tentar sincronizar som e imagem, foi criado o kinetophone — a junção do fonógrafo e do cinetógrafo, ambos aparelhos desenvolvidos por Thomas Edison — mas não teve a eficácia esperada. Em 1902, surgiu o chorophone, invenção do Léon Gaumont, que dentro das limitações tecnológicas, funcionava bem para época (CORRÊA, 2007).

Porém, o alinhamento entre som e imagem no cinema só aconteceu com precisão durante na década de 1920, quando a Warner Brothers apresenta o *Vitaphone*. Esta criação tornou possível a realização do filme “O Cantor de Jazz”, estrelado por Al Jolson, o primeiro a utilizar áudio associado à imagem e também o primeiro a utilizar a música como trilha sonora. Em 1940, outro grande marco para os *talkies*¹, o filme “Fantasia” dos estúdios Disney. Uma animação que consistia em oito curtas-metragens, produção que segundo o autor Thiago Soares (2012, p.21) é:

[...] um filme que viria construir uma relação profundamente sinestética² entre música e imagem no desenho animado. A música, executada por diferentes instrumentos e em diversos timbres, reverberava em desenhos abstratos que construía um bailar imagético de acordo com o que era tocado.

Foi também durante esta década, que surgiram os *soundies* que eram “clipes de três a cinco minutos, populares já em 1940, exibidos em *night clubs*, mostrando performances de músicos como Louis Armstrong” (BANKS, 1996, p.23 apud LUSVARGHI, 2007, p.39). Os *soundies* continham canções, danças e apresentações de orquestras com imagens que eram projetadas em uma tela ao depositar um centavo de dólar. Pode-se dizer que já seria um precursor do que é o Videoclipe.

¹ Forma como eram conhecidos os filmes sonoros que começaram a ser exibidos após 1920.

² Provindo do termo *sinestesia*, que é uma relação de planos sensoriais diferentes, como o som e a imagem.

Entretanto, essa forma de se ouvir e ver música não iria durar muito tempo, já que no ano de 1949 ela estaria migrando para a tecnologia da década: a televisão. Programas como *Paul Whiteman's Teen Club*, da ABC (rede norte-americana) deram espaço para apresentações musicais, assim como o cinema que também começou a investir em produções de musicais, como “Cantando na Chuva”, estrelado por Gene Kelly, de 1952 ou então como *Jailhouse Rock*, estrelado por Elvis Presley — que foi protagonista de vários filmes, consolidando-o o gênero do rock e dando a ele o título de Rei do Rock—, de 1957, criando uma proveitosa relação entre o cinema e a música e alimentando a indústria fonográfica (SOARES, 2012).

A partir disso, o rock começou a ter mais espaço na esfera de consumo norte-americana. Assim, os primeiros programas dedicados as apresentações musicais foram surgindo, como o *6'5 Special*, programa da rede de televisão inglesa BBC criado no final da década de 1950. Durante esse período, outros aparelhos foram surgindo, como o *Scopitone*, na França, que exibia vídeos de artistas em evidência. Thiago Soares coloca que: “A tentativa não era apenas exibir performances dos cantores, mas respeitar uma espécie de desenvolvimento autônomo entre a imagem e o som” (2012, p.23). Mas, nenhum aparelho foi capaz de competir com a televisão, como destaca Louise Palma:

O aparelho se tornava cada vez mais popular nesta década, quando os centros urbanos se expandiam e a sociedade começava a sentir a necessidade da individualização de experiências que, antes, eram coletivas. Com a televisão era possível que uma família tivesse acesso a entretenimento e informação dentro de seus lares, protegendo-se, assim, da confusão das cidades (2012, p.16).

E foi na Inglaterra, mais precisamente em Liverpool, que um quarteto de Rock N'Roll veio a surgir em 1960, revolucionando não só a música, mas toda uma indústria fonográfica e da nem existente “indústria de Videoclipes”. *The Beatles* foi responsável pelo fenômeno conhecido como a *beatlemania*, que fez com que a banda se tornasse uma das mais populares e adoradas do mundo (THURAU, 2013). Durante esse período, o grupo lança o filme *A Hard Day's Night* de 1964, filme homônimo do álbum do mesmo ano dirigido por Richard Lester, que seria um marco tanto para a carreira da banda, quanto para o que um dia iria ser o Videoclipe. Além disso, eles produziam também “promos”, vídeos promocionais que eram utilizados para serem transmitidos em programas de televisão. Algo que só se tornou possível graças a “disseminação do sistema portátil de captação de imagem e do uso, cada vez mais frequente, do vídeo-tape pelas emissoras de televisão” (SOARES, 2012, p.24), dando a possibilidade da televisão, como um sistema expressivo, se tornar fonte para uma geração de artistas e *videomakers* (MACHADO, 1995).

Essa tecnologia e os *The Beatles* desencadearam um movimento de videoartistas, que viram no vídeo uma forma de se distanciar da forma de se fazer cinema vigente da época. Thiago Soares coloca que: “O vídeo foi utilizado como campo de investigação formal e expressiva, assumindo um forte caráter reflexivo, problematizando o conceito de interação entre planos e rompendo com a pretensa unicidade de uma narrativa audiovisual. (2012, p.24.)”. Essa forma de se fazer vídeo, que era uma experimentação de planos, montagens, acabou se tornando referência para o campo do audiovisual. Exemplo disso é o filme/documentário *One Plus One* (também conhecido pelo nome de *Sympathy for the Devil*), da banda britânica de rock *Rolling Stones*. O filme foi dirigido por Jean Luc Godard, um dos maiores representantes do *Nouvelle Vague* francês, aumentando a relação entre cinema e música e já dando indícios dessa parceria entre grandes diretores de cinema participando de produções musicais.

Ao chegar na década de 1970, o mercado fonográfico estava plena ascensão. A EMI (*Electric and Musical Industries Ltd.*), um dos maiores grupos de gravadoras da indústria musical, chegou a registrar 12,7% do seu faturamento no ano de 1970 apenas com a venda de discos (WICKE apud LUSVARGHI, 2007). Mas foi com o vídeo e mais precisamente o primeiro Videoclipe feito, que a banda britânica Queen, alcançou o sucesso em vendas do LP *A Night at the Opera* em 1975. O Videoclipe da música *Bohemian Rhapsody*, dirigido por Bruce Gowers, foi exibido inúmeras vezes no programa *Tops of the Pops* (1964), da BBC, o que impulsionou o disco ao topo dos mais vendidos, que diferente de outrora, não dependeu das rádios, mas sim da exibição do Videoclipe na televisão.

O Videoclipe já começava a ter um grande papel na divulgação e na popularização de bandas e músicos. E essa participação dos Videoclipes na televisão só aumentou, quando também no canal BBC, o programa *The Kenny Everett Vídeo Show* (1978) começa a “concorrer” com o *Top of the Pops* na exibição de Videoclipes, o que iria posteriormente indicar que seria necessário um canal exclusivamente dedicado aos Videoclipes.

Foi neste contexto que em 1981 que a MTV³ Networks é inaugurada através da *Warner Amex Satellite Entertainment Company* (Wasec), “uma empresa unindo a Warner Communications e um consórcio financeiro da American Express, fundada em 1979” (LUSVARGHI, 2007, p. 44). A história da MTV se confunde com a própria história do Videoclipe quando tratado nos anos de 1980, foi ela que popularizou tanto o termo

A princípio, o clipe foi chamado simplesmente de número musical. Depois, receberia o nome de promo, numa alusão direta à palavra “promocional”. Só a partir dos anos

³ Sigla para “*Music Television*”.

80, chegaria finalmente o termo videoclipe. Clipe, que significa recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual (SOARES, 2012, p.32).

Como também foi ela que criou uma padronização da exibição de Videoclipes

De qualquer forma, foi o fato de ter videoclipes transmitidos institucionalmente 24 horas por uma emissora de televisão o que mais chamou atenção de pesquisadores para o novo formato. [...] Para Kaplan, entretanto, é apenas a partir da criação da MTV nos EUA, em 1981, que “canais regulares como NBC e ABC, passaram a exibir vídeos de rock de forma sistemática em sua programação [...]” (LUSVARGHI, 2007, p.38-39).

Durante a década de 1980, vários Videoclipes foram produzidos, dando ao gênero um patamar de divulgador de um artista que agora não tinha mais só o disco como peça fundamental. Com a consolidação da MTV, a indústria fonográfica viu no vídeo uma nova forma para vender e uma forma de restabelecer o mercado fonográfico.

2.2. Music Television

Quando se fala de Videoclipe, se fala de música, se fala de cinema, publicidade, cultura jovem. Por sua vez, Angela Prysthon (2012, p.11) considera que “Se tivéssemos que eleger a forma cultural mais representativa dos últimos 30 anos da cultura ocidental, talvez nos deparássemos necessariamente com o videoclipe”.

Mas até a década de 1970, o termo Videoclipe ainda não havia sido empregado. Claro, que com o sucesso que aconteceu com a música *Bohemian Rhapsody* da banda britânica *Queen*, seria uma questão de tempo até perceberem o poder do vídeo para as músicas. Contudo, durante o final dessa mesma década, o mercado fonográfico não estava muito rentável.

De fato, o final dos anos 70 e início dos 80 assistiu a um declínio do desenvolvimento da indústria fonográfica após um longo período de crescimento ininterrupto a partir das décadas de 60 e 70 [...] O Instituto Fonográfico Britânico, um dos mais renomados em pesquisa de mercado do setor, divulgou em 1981 que em 1980 a indústria musical britânica perdeu mais de 1 milhão de libras por dia em giro de capital por causa das fitas cassete domésticas (WICKE, 1990, s/n apud LUSVARGHI, 2007, p.45).

As rádios norte-americanas viviam um período de recessão e era necessário um novo lugar para divulgar artistas. Foi dentro dessa problemática causada pela pirataria que a Warner, tentando recuperar o público que ela vinha perdendo, criou a *Music Television* (MTV). A MTV seria uma solução para que ela voltasse seu *target* para o público jovem das camadas A-B (LUSVARGHI, 2007).

A MTV Network foi fundada nos Estados Unidos no dia 1 de agosto de 1981, na parceria que juntou a Warner Communications e American Express. Cada empresa tinha um motivo

específico dentro dessa parceria. A Warner, precisava voltar a crescer dentro do campo da indústria fonográfica e para isso, um canal dedicado 24h a clipes musicais seria uma ótima forma de revitalizar o mercado. A Amex, uma empresa de serviços financeiros conhecida por seu trabalho com cartões de crédito, por outro lado, tinha interesse em possuir uma rede de televisão, percebendo na TV a cabo uma ótima vitrine para as compras feitas pelo sistema de cartão. Luiza Lusvarghi (2007), no seu livro “De MTV a Emetevê”, afirma que naquele momento percebeu-se que ali podia ter uma grande chance para um negócio: os Videoclipes. “Eles iriam constituir uma “turnê mundial virtual, e muito mais barata, funcionando inclusive como um balão de ensaio de lançamento de novos grupos e canções” (LUSVARGHI, 2007, p.45).

A MTV se tornou um exemplo de canal dedicado 24h para exibição de clipes e se tornou referência quando se trata de Videoclipe. O primeiro a ser exibido foi *Video Killed the Radio Star*, da banda britânica *The Buggles*, algo como “O Vídeo Matou a Estrela do Rádio”. Algo bem sugestivo para uma emissora que estava pronta para reinventar a forma de produzir e vender música. Isso iria se refletido em um dos mais icônicos Videoclipes da história: *Michael Jackson – Thriller*.

A relação que décadas atrás o cinema havia estabelecido com a música ganha um novo capítulo em 1983 com o lançamento do clipe do Rei do Pop⁴, que como constata Thiago Soares: “[...] além de reforçar a independência da imagem sobre a canção (o tempo de duração do vídeo é maior que tempo de duração da música), se tornou o mais vendido *homevideo* até então” (2012, p.26). O clipe foi dirigido por John Landis, conhecido pelo filme “Um Lobisomem Americano em Londres” e contava com o maquiador Rick Baker ganhador do Oscar⁵ por melhor maquiagem neste mesmo filme. Esse Videoclipe, além de surpreender a todos por mostrar zumbis dançando coreograficamente ao ritmo da música, mostrou a força que o vídeo possui para o músico como uma peça para divulgação do trabalho.

O videoclipe surge como instrumento publicitário da indústria fonográfica – representa o corpo audiovisual do rock sob a ótica da indústria fonográfica, uma forma apelativa de expor seu produto. Do ponto de vista estético, o videoclipe tem suas raízes fincada mais na publicidade do que no universo cinematográfico, embora se beneficie das recentes conquistas da técnica nesse campo (BRANDINI, 2007, p.93).

O fenômeno causado pelo Videoclipe do Michael Jackson mostra as gravadoras uma forma de divulgar seus artistas sem necessariamente ter um CD já gravado. Dentro desse

⁴ Forma como Michael Jackson era conhecido entre os fãs e comumente citado na mídia.

⁵ *The Academy Awards* – Prêmios da Academia, conhecido popularmente como Oscar, é o prêmio cedido pela Academia de Artes Cênicas e Ciências Cinematográficas.

contexto, se tornou comum produzir Videoclipes antes mesmo que uma banda ou cantor tivesse um material completo para divulgar em rádios. A MTV não só deu espaço para músicos e seus Videoclipes, mas também movimentou a indústria fonográfica e deu início a uma produção massiva de Videoclipes. Assim, surge o *American Video Awards*,

[...] uma premiação para clipes que serviria de “incentivo” para acirrar ainda mais a disputa das redes de televisão pela exclusividade do material exibido – fazendo com que a MTV assinasse, inclusive, contrato de exclusividade com gravadoras como a Sony (SOARES, 2012, p.26).

A Music Television “se não criou o formato [videoclipe], contribuiu para sua popularização em escala mundial” (LUSVARGHI, 2007, p.90). Aliás, ela atrelou ainda mais os laços entre som e imagem, levando essa sinestesia a outro patamar. Algo inimaginável para quem um dia tentava sincronizá-los em um filme. Neste Sentido, Leão Serva, lembra:

Tudo começou com uma revolução no modo de ouvir música. Ou melhor, de sentir a música que deixou de ser apenas um apelo sonoro para estimular todos os sentidos a partir da visão. O videoclipe passou a ser obrigatório em qualquer lançamento de CD (2006, s/n)⁶.

O papel da emissora foi imprescindível para elevar a importância da imagem na música. Foi no surgimento da emissora que um novo *mainstream*⁷ musical começa a se consolidar. Exatamente nessa época que bandas de Glam Rock⁸ começaram a se popularizar, mostrando como a imagem e o visual de uma banda também são importantes e não só a música. Claro, nenhuma banda existe sem música, mas ao lembrar do caso da dupla alemã *Milli Vanilli*⁹, é fácil entender como a imagem e o vídeo se tornaram produtos que se estendiam além da música.

E mais do que isso, a MTV era um canal para juventude. Enquanto os adultos tinham os noticiários e as crianças os desenhos animados, a Music Television era dos jovens. Os mesmos adolescentes que ascenderam a popularidade de Elvis Presley e os The Beatles em programas de auditório, agora tem um canal exclusivo para eles (PALMAS, 2012). E o conteúdo da MTV, posteriormente não se limitou aos Videoclipes.

“A MTV é o McDonald’s da televisão e da cultura jovem” (LUSVARGHI, 2007, p.16). De fato, a MTV não é só um canal de música e vídeos, ela representa todo uma ideia de mundo global, com conceito e atitude. A MTV vendia um estilo de vida e não apenas um produto. Sob a luz de Luiza Lusvarghi (2007, p.43), é importante destacar que:

⁶ SERVA, Leão. Prefácio. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006.

⁷ Termo da língua inglesa que traduzida significa “convencional”, “popular”.

⁸ Uma variação do estilo Heavy Metal onde os membros usam roupas e estilo exagerado, com visual andrógono.

⁹ Milli Vanilli era uma dupla que surgiu em 1988 de *dance music* alemã que ficou conhecida por um escândalo na música. O grupo dublava músicas gravadas na voz de outras pessoas. Rob Pilatus e Fabrice Morvan eram modelos e foram escolhidos para dar um visual mais jovem e sensual para o grupo. (STONE, 2014)

Uma das principais características da globalização na mídia, além da necessidade de ultrapassar fronteiras e criar novos mercados, é operar com a segmentação, o que é facilitado pelo sistema de transmissão a cabo.

E pensando nisso, a Music Television começou a expandir sua programação dentro do seu público alvo: os jovens. Assim, em 1996 A MTV Network lança a MTV2, um canal dedicado a exibição de Videoclipes sem comerciais, já que a MTV “titular” começava a abrir sua programação para *reality shows* e programas voltados ao público adolescente. A MTV começava a entender o poder mercadológico que existia no Videoclipe e também no público que ela atingia.

O que se configurou inédito, no caso da MTV, foi a padronização de um canal inteiro a partir de um formato voltado para um público segmentado – jovem – e a forma de expansão desse “império”, sobre tudo virtual, que se instala utilizando o mesmo estratagema das franquias internacionais de *fast food* (LUSVARGHI, 2007, p.30).

A MTV é, assim como o Videoclipe, um exemplo de produção cultural que veio para marcar seu tempo. Principalmente o Videoclipe, que com sua estética e técnicas que se inspiram no cinema e na publicidade, tem sua própria forma de ser realizado e interpretado. É um exemplo de um produto que é fruto da pós-modernidade, reflexo de uma sociedade em que o processo de modernização já está completo (LUSVARGHI, 2007), como é possível constatar nas palavras de Manuel Castells (2005, p.40):

Além disso, um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos.

A cultura da MTV virou um caso de estudo de autores como E. Ann Kaplan que, entende a MTV como um caleidoscópio cultural que junto aos Videoclipes – que muitas vezes se imitavam – se tornaram um ícone da pós-modernidade e fazem do espectador um produtor de novas formas de percepção de realidade (KAPLAN, 1988). Não obstante, Jesús Martín-Barbero (1997) considera que consumir não é só reproduzir, mas também construir sentido. A redefinição de cultura é essencial para a compreensão da natureza comunicacional.

A estética da MTV se padronizou e como já foi citado, uma das grandes características da globalização da mídia é atingir novos mercados e ultrapassar fronteiras. A MTV Networks já havia criado uma filial em Londres, a MTV Europa em 1987 e não demoraria para que a cultura “mtviniana” chegasse ao Brasil e tivesse um impacto – acredita-se que até maior do que sua matriz americana – na cultura local.

2.3. Os Videoclipes no Brasil e a Emetevê

A MTV chegou nas terras tupiniquins em 1990. Mas é claro que o Brasil já tinha alguns exemplos de Videoclipes. E até mesmo antes disso, parte da história da televisão brasileira já havia se desenvolvido junto à exibição de programas musicais. Com a chegada do aparelho em território nacional, muitos locutores e artistas de rádios migraram para a televisão, possibilitando finalmente associar a voz que chegava nas casas todos os dias aos seus rostos, que antes ficavam apenas na imaginação do radiouvinte. Além disso, com essa mudança de meio, algumas características do rádio também foram adaptadas. Uma delas foram os programas musicais e de auditório (FILHO, 2009). O autor Guilherme Bryan ressalta que dentre esses programas, estavam os exibidos pela TV Tupi entre as décadas de 1950 e 1960, como “Espetáculos Tonelux” e “Clube dos Artistas” (BRYAN, 2011). Esse último apresentava cantores dublando as músicas mais pedidas das rádios.

Em 1955, a Bossa Nova¹⁰ lançava seus primeiros representantes que já participavam de programas de televisão como “Noite de Gala”, da TV Rio. João Gilberto, em início de carreira, havia vendido poucas cópias do seu disco, mas logo no dia seguinte a sua apresentação no programa, o estoque de discos já havia esgotado (BRYAN, 2011). Na década de 1960, já haviam exemplos de programas que eram apresentados por músicos famosos da época. Elis Regina e Jair Rodrigues estavam à frente do “O Fino Bossa”, da TV Record.

Foi o sucesso desse programa durante a segunda metade de 1965 que mostrou aos donos de emissoras de TV as amplas possibilidades da recriação dos velhos programas de auditório das rádios na televisão, desde que se compreendesse, afinal, que era preciso um novo produto musical e um novo tipo de apresentação de palco para atender ao gosto das modernas gerações de jovens, voltadas agora para outras expectativas, geralmente ligadas a imagens e modelos projetados pela indústria do som e do show-business internacional (TINHORÃO, 1981, p.180).

A música na televisão também chega nas novelas, para dar clima, ambientar cenas, além de criar uma rápida identificação com a personagem e é claro: sendo tema para as aberturas em cada capítulo. Em sua tese de doutorado, Guilherme Bryan (2011, p.101) afirma que:

Por muitas vezes, tocar quase na íntegra, para embalar cenas românticas ou lembranças, a música, unida à imagem, é outra precursora do videoclipe, como afirma Nelson Motta, diretor musical de várias telenovelas, como Vêu de Noiva, de 1968, cujo disco vendeu mais de 100 mil cópias em poucos dias.

O poder que existe na associação de som e imagem já era algo notório e é claro que esse duo também foi explorado no Brasil. A televisão teve um papel fundamental nessa

¹⁰ Gênero musical derivado do jazz norte-americano com raízes do samba brasileiro.

disseminação e com os avanços tecnológicos, como o vídeo-tape, não iria demorar para que o que aconteceu na Inglaterra e nos Estados Unidos durante a década de 1960, chegasse na sua versão brasileira. Arlindo Machado (1995, p.169) em seu livro “A Arte do Vídeo” lembra que:

Mal acabaram de surgir, os processos de codificação digital já produziram algo que se pode considerar o “gênero” por excelência da terceira fase da televisão, se considerarmos que as vinhetas de abertura de programas e os comerciais já existiam antes do tratamento numérico. Estamos falando naturalmente do videoclipe.

O Brasil sempre foi um país musicado. A cultura brasileira se passa também dentro das canções e durante os anos 1970 a indústria fonográfica brasileira estava movimentada. Nessa década, álbuns históricos de grandes nomes da música brasileira foram lançados, como o álbum de estreia do Tim Maia (1970), “Transa” (1972) de Caetano Veloso e também o “Acabou Chorare” (1972), do grupo Novos Baianos (MEDEIROS, 2013).

Na mesma época, o brasileiro recebia em suas casas através da televisão o programa do Big Boy, um “DJ gordinho que se apresentava com o bordão *Hello, crazy people, Big Boy rides again*¹¹” (SERVA, 2006)¹². No auge da ditadura militar, o Big Boy só exibia clipes dos Estados Unidos, sempre durante poucas horas nas tardes de sábado. A cultura dos Videoclipes já começava a ganhar espaço no Brasil e que foi reforçado durante a década de 1970, em que músicos produziram alguns primeiros experimentos de vídeo para agregar a suas canções. Alceu Valença, em 1973 por exemplo, fez “A Noite do Espantalho”, um filme-clipe dirigido por Sérgio Ricardo, em Nova Jerusalém, Pernambuco (CORRÊA, 2007), já flertado com o uso de imagens associados à suas músicas.

2.3.1. O Rock Brazuca

Assim como na Inglaterra e nos Estados Unidos, foi necessário que o *Rock and Roll* e uma cultura jovem, se consolidasse em solo brasileiro para que os Videoclipes tivessem um lugar propício para surgir e se desenvolver (BRYAN, 2011). A Jovem Guarda (1965), apresentado pelos jovens cantores Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa, era um programa musical exibido nos domingos da TV Record. O programa trazia músicos para tocar ao vivo ou em playback diante de uma plateia histórica e fanática (BRYAN,2011). Para melhorar a elucidação, Guilherme Bryan nos diz que:

¹¹ Em tradução livre: “Olá, pessoas loucas, Big Boy chegando novamente”

¹² SERVA, Leão. Prefácio. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável Mundo MTV Brasil. São Paulo: Saraiva, 2006.

Em poucos dias, foi-se percebendo o grande potencial de marketing do programa, pois os discos dos artistas que ali se apresentaram simplesmente desapareceram das lojas. Ao mesmo tempo, os jovens adotaram gírias lançadas pelos ídolos e passaram a consumir produtos relacionados a eles. Foi lançada uma grife com a marca Jovem Guarda, com itens de vestuário, bonecos, calçados, chaveiros, bolsas, artigos escolares, etc. (2011, p.104).

Rapidamente, os apresentadores do programa se tornaram referência de cultura jovem no Brasil. O principal deles, Roberto Carlos, hoje um dos maiores e mais bem-sucedidos cantores da música brasileira, se aventurou também no cinema. Ele estrelou três filmes dirigido por Roberto Farias – que era influenciado diretamente pelos filmes feitos pelo Richard Lester para os *The Beatles* – durante a década de 1960. Os filmes misturavam os gêneros aventura, policial e musical, sempre tentando agradar o público jovem.

“Se os filmes estrelados pelos Beatles são considerados precursores do videoclipe mundial, pode-se afirmar que os filmes com Roberto Carlos são os precursores do videoclipe brasileiro[...]” (BRYAN, 2011, p.105). Essa proposição demonstra o quão marcante é esse momento na história do Videoclipe brasileiro. A influência estrangeira continuou participando dentro da formação do Videoclipe no Brasil, mas dessa vez, de uma forma diferente.

No final da década de 1960, surge o Tropicalismo, com influências da Jovem Guarda, Cinema Novo, das experimentações do *rock and roll* e da contracultura internacional. Na música, seus expoentes contam com Caetano Veloso, Gilberto Gil, Mutantes, que traziam nas suas músicas, entre outros experimentos, as características marcantes do movimento: ritmos tradicionais misturados com o rock internacional, marcado pela guitarra elétrica e letras que possuíam narrativas cinematográficas (BRYAN, 2011). Cita-se, ainda, o pesquisador Celso Favaretto, que em seu livro “Tropicália Alegria Alegria” destaca:

‘O Tropicalismo surgiu mais de uma preocupação entusiasmada pela discussão do novo do que propriamente como um movimento organizado’. Em outubro de 1967, quando ‘Alegria, alegria’ e ‘Domingo no Parque’ foram lançadas no III Festival da Música Popular Brasileira, da TV Record de São Paulo, não se apresentavam como porta-vozes de qualquer movimento. Contudo, destoavam das outras canções por não se enquadrarem nos limites do que se denominava MMPB (Moderna Música Popular Brasileira) (2000, p.19).

O movimento seguiu durante os anos, conseguindo vários adeptos na música, cinema, teatro e artes plásticas. Ao chegar na década de 1970, um grupo iria se destacar e se tornar um dos mais importantes para a história do Videoclipe brasileiro. A banda Secos & Molhados surge para o mundo, dando uma continuidade ao Tropicalismo, “misturando a androginia e o glamour do glitter rock com a latinidade brasileira, e também à tentativa de se visualizar a canção nas apresentações da televisão, valendo-se de cenários inovadores.” (BRYAN, 2011, p.108). Anos

depois, Ney Matogrosso, integrante do grupo, segue em carreira solo permanecendo com o estilo que o fez se destacar na banda, conquistando mais popularidade e mais fãs de sua música.

E assim, segundo Guilherme Bryan (2011) vai dizer, surge o primeiro Videoclipe realizado no Brasil. O Videoclipe da canção América do Sul de Ney Matogrosso, realizado pelo programa Fantástico, da TV Globo. Ele foi exibido em 1975 e foi realizado com uma única câmera portátil, com elementos da dramaturgia e com técnicas da linguagem cinematográfica.¹³

2.3.2. É Fantástico a MTV Brasil

O *Fantástico* (1973) é um programa dominical de variedades que hoje já completa 45 anos de história na televisão brasileira. Durante os primeiros anos de exibição, ele produzia e exibia Videoclipes em suas edições. A cada domingo, eram exibidos cerca de quatro Videoclipes, que duravam por volta de quatro minutos cada. (BRYAN, 2011). O programa atendia aos objetivos do Videoclipe, trazendo uma plasticidade aliada a uma montagem dinâmica. Uma preocupação que é explicada pela necessidade de atingir uma unidade no programa, os vídeos não poderiam estar distantes das outras atrações exibidas, algo que foi denominado de *Padrão Globo de Qualidade*¹⁴.

O potencial do Videoclipe logo foi explorado pela TV Globo, a qual financiava e detinha os direitos autorais de cada vídeo exibido. Seria uma forma de retroalimentar o próprio grupo Globo, que é dona do selo de gravadora Som Livre e que muitos artistas famosos da época tinham contrato. Os anos de 1970 foram uma época de diversos avanços tecnológicos ocasionados principalmente pela globalização e a forma que a TV Globo olhava para os Videoclipes já refletia isso. Durante esta década que grandes nomes da música pop internacional estavam no auge, como *Madonna* ou *Michael Jackson* e a Globo não queria ficar para trás nessa corrente de informações que estavam sendo produzidas e difundidas pelo mundo inteiro, atendendo o interesse do seu público que também estava se inserido no consumo de conteúdo importado.

Assim, quando na década de 1970 um novo paradigma tecnológico, organizado com base na tecnologia da informação, veio a ser constituído, principalmente nos Estados

¹³ Existe uma discussão sobre qual de fato seria o primeiro Videoclipe feito no Brasil. Um ano antes do Videoclipe de Ney Matogrosso, o vídeo de *Gita*, do roqueiro baiano Raul Seixas foi lançado também pelo *Fantástico*. Porém, como vai destacar Guilherme Bryan na sua tese de Doutorado, os dois trabalhos tem características distintas tanto tecnicamente como em concepção.

¹⁴ Termo atribuído as produções realizadas pela Rede Globo de Televisão, primando pela técnica e qualidade do material exibido em sua programação. Tanto estético quanto técnico-profissional.

Unidos (ver capítulo 1), foi um segmento específico da sociedade norte-americana, em interação com a economia global e a geopolítica mundial, que concretizou um novo estilo de produção, comunicação, gerenciamento e vida (CASTELLS, 2005, p.43).

O Fantástico se tornou o único realizador de Videoclipes no Brasil até o ano de 1981. Dentre os mais comuns, estavam as músicas que eram sucesso nas novelas exibidas pela TV Globo ou artistas que se destacavam no cenário musical do momento. Este ano marcou também o início de produtoras independentes que também passaram a produzir Videoclipes, tentando se afastar do “padrão Globo”. (PALMAS, 2012)

Coincidentemente, foi o mesmo ano em que a MTV surge nos Estados Unidos e abre as portas para uma nova geração de bandas e misturas de gêneros, estabelecendo tendências e se expandindo rapidamente por todo o mundo. No Brasil, não foi diferente. No final da década de 1980, a indústria fonográfica brasileira (naquela época encabeçada por bandas de rock como Titãs, Legião Urbana, Os Paralamas do Sucesso e Ultraje a Rigor) via na MTV uma oportunidade de explorar mais a música, junto a imagem. Um canal dedicado inteiramente a música iria ser uma nova forma de atingir o público. Fora os diretores de Videoclipes que podiam sonhar em produzir conteúdo sem necessariamente estar adequado ao tipo de produção da TV Globo, que além de possuir os direitos de exibição de todo material, era bastante rigorosa na seleção.

O ano de 1990 foi um marco no cenário do *rock* e do *pop* brasileiros. O final da década de 1980, início dos anos 1990, trouxe para a cena musical do país uma série de inovações, como as fusões entre ritmos e estilos, tal qual a união entre o *funk* e o *rock*, como no Red Hot Chilli Peppers, entre o *heavy metal* e a música eletrônica, caso do Ministry, além da emergência do que viria a ser a última grande cena do *rock* mundial até aquele momento, o *grunge* e os segmentos de *rock* alternativos (BRANDINI, 2006, p.2).

A MTV Brasil chegou no país pelas mãos do Grupo Abril, um dos maiores conglomerados de comunicação ao lado da Rede Globo. Sua estreia aconteceu no dia 20 de outubro de 1990, exibindo o Videoclipe de “Garota de Ipanema”, composta por Tom Jobim e Vinícius de Moraes, interpretada por Marina Lima (LUSVARGHI, 2007). A escolha da música não foi aleatória. Por sua vez, a sua matriz americana, trabalhava com suas filias utilizando o lema “Pense globalmente, aja localmente” e a Bossa Nova de Tom e Vinícius já era um gênero musical bastante conhecido pelos norte-americanos, tanto que nos dias de hoje, “Garota de Ipanema” é a segunda música mais tocada do mundo¹⁵, atrás somente de “Yesterday” dos *The Beatles*. Esse clipe, vale destacar, foi produzido pela própria MTV brasileira. Algo que se tornaria recorrente

¹⁵ Informação cedida pela Universal, grupo que administra a comercialização da música In: VIANNA, Luiz: “Garota de Ipanema’ é a segunda canção mais tocada da História”, 18 de março de 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/garota-de-ipanema-a-segunda-cancao-mais-tocada-da-historia-4340449>. Acesso em 30 de agosto de 2018

na história da emissora, que nos primeiros anos, não possuíam material suficiente para transmitir dentro de sua grade (LUSVARGHI, 2007).

O Grupo Abril sempre teve como alvo o público jovem e investir em um canal como a MTV seria mais uma forma para alcançar este segmento. Além disso, a Abril possuía uma concessão de sistema aberto de transmissão desde 1985 e precisaria montar uma programação, ou iria perder a concessão, depois de passados cinco anos (LUSVARGHI, 2007). Assim, surgiu a ideia de criar a MTV Brasil, um canal voltado aos jovens, com um formato pronto, que seria de fácil instalação e de baixo custo.

O diferencial da MTV Brasil, entre os outros canais que tinham em sua grade um programa para exibição de Videoclipes (aqui, podemos citar o Clip Clip, da TV Globo; FM-TV, da TV Manchete; Som Pop, da TV Cultura), era o compromisso com um “autêntico intercâmbio cultural entre a música popular estrangeira e nacional” (LUSVARGHI, 2007, p. 49). A realidade, é que os outros programas só trabalhavam com Videoclipes do cenário *mainstream* musical, enquanto a MTV, principalmente a MTV Brasil, dava espaço para o que os jovens queriam ver.

Valéria Brandini (2006) ressalta quem nessa época, o cenário musical que estava em alta entre o público jovem – após passar por momentos de divisão e radicalização – eram as fusões de diferentes estilos, que daria início ao movimento do “rock alternativo” dos anos 1990. Essa geração seguia o lema do *grunge* “*I don’t care*”¹⁶. Nesse sentido, Luiza Lusvarghi (2007, p.49) lembra que:

Quando *Smell Like Teen’s Spirit* estourou nas paradas norte-americanas, a MTV brasileira entrou em contato com a gravadora, *The David Geffen Company* (MCA), distribuída no Brasil pela BMG Ariola Discos Ltda., solicitando o clipe para exibir na programação. A gravadora brasileira desconhecia o conjunto e a música e não se interessou por sua veiculação. Então, a MTV Brasil entrou em contato com a matriz norte-americana e conseguiu o clipe, que passou a exibir com sucesso, obrigando o mercado musical brasileiro a descobrir quem era o Nirvana.

Nesse sentido, é pertinente dizer que a MTV Brasil já tinha uma certa popularidade entre os jovens e já ditava algumas tendências. Mas o principal produto dela eram os Videoclipes e durante seus primeiros anos, ela não conseguiu exibir grandes números de vídeos nacionais. Primeiro porque a TV Globo era proprietária da maioria dos que foram feitos durante os anos de 1970 e 1980 e segundo, de acordo com Lusvarghi (2007), era a má produção de clipes nacionais. Fazendo que a própria emissora começasse a investir na produção de clipes de alto

¹⁶ Em tradução livre: Eu não me importo

nível. Assim, o Grupo Abril anunciou o investimento em 20 produções iniciais. Videoclipes de artistas como Paralamas do Sucesso, Marisa Monte e Marina Lima.

Esse incentivo que a MTV trouxe para a produção de Videoclipes e para a indústria fonográfica brasileira fez rapidamente que a dinâmica de produção também mudasse. Valéria Brandini (2006, p.11) destaca que:

Para os selos e as gravadoras, a MTV Brasil foi um meio de divulgação de seus artistas e bandas, um advento que trouxe inovações na dinâmica de produção de um álbum, já que, hoje, o videoclipe é parte da produção musical. Para muitas bandas, o lançamento de um clipe antecede o lançamento do álbum. A produção musical está atrelada a produção imagética do produto.

E buscando aumentar a produção desse produto, em 1995 a MTV Brasil anuncia o MTV Vídeo Music Awards Brasil (VMA Brasil), uma versão brasileira baseada no original norte-americano que já existia desde 1984. Para a emissora, o 1º VMA Brasil era o resultado de um trabalho pioneiro realizado pela MTV dentro da indústria fonográfica brasileira. De acordo com Lusvarghi (2007), quando iniciou sua programação, o material de vídeos era mínimo. Durante os primeiros anos, a produção anual não ultrapassava vinte e quatro produções e o entendimento que a imagem associada a música é fundamental para a divulgação de um disco, fez o mercado mudar.

Já na segunda edição do VMA Brasil, dessa vez, renomeado para MTV Vídeo Music Brasil, ou VMB, o número de Videoclipes inscritos dobrou. Na primeira premiação, eram 128 vídeos inscritos, montante que correspondia a produção no país. Na segunda edição, o número subiu para 260 (LUSVARGHI, 2007). Todo o ativismo exercido pela MTV Brasil reformulou a forma da sociedade enxergar o Videoclipe. Em tal sentido, Arlindo Machado (1995, p.169) destaca que:

Em pouco mais de dez anos, o videoclipe se impôs como uma nova forma de expressão dentro do universo do vídeo e rapidamente ganhou espaço dentro e fora da televisão, conquistando amplo contingente de adeptos e provocando uma pequena revolução no interior das indústrias do vídeo e do disco.

E nesse momento tão propício para o vídeo, surge a produtora Conspiração Filmes que seria responsável pelas produções mais bem-sucedidas de Videoclipes durante os anos de 1990 e começo dos anos 2000. Seus trabalhos concorriam anualmente nas premiações do VMB e arrecadaram 32 prêmios na competição, sendo o melhor Videoclipe durante quatro anos consecutivos (SOARES, 2012). A Conspiração surgiu no Rio de Janeiro em 1991 e é uma associação de profissionais que atuavam na publicidade, cinema, TV e Internet e tem um destaque especial por ter sido realizadora de diversos Videoclipes que marcaram a história da MTV.

As obras produzidas pela Conspiração vêm flagrar não só uma articulação de proximidade entre as linguagens publicitária e cinematográfica, como já explicamos anteriormente, mas também problematizar a questão da representação da identidade brasileira na pós-modernidade (SOARES, 2012, p.98).

Neste sentido, é de grande importância destacar a produção de Videoclipes como *Segue Seco* da cantora Marisa Monte, que traz no vídeo as problemáticas do sertanejo, a seca e a religiosidade, que ganhou nas principais categorias do VMB e principalmente o Videoclipe produzido para a banda carioca O Rappa, que iria se tornar um marco para a história do vídeo brasileiro (SOARES, 2012). O clipe de “A minha Alma (A Paz que eu não quero)”, usava uma estética documental, apresentando o dia de um grupo de jovens da Cidade de Deus, onde a violência urbana e os conflitos sociais ganhavam destaque em 6 minutos de clipe, mostrando principalmente a violência policial. O Videoclipe foi dirigido por Kátia Lund e Breno Silveira, com o roteiro do escritor Paulo Lins, autor do livro *Cidade de Deus*. Três anos mais tarde, em 2002, o romance se tornaria um filme, dirigido por Fernando Meireles e Kátia Lund, seguindo a mesma estética que o clipe da banda carioca propôs. (LUSVARGHI, 2007).

O clipe de “A minha Alma” seguia uma já padronizada e posteriormente difundida “estética MTV”, com cortes rápidos, dinâmicos, com *zoom in*. E essa estética conseguiu ultrapassar a barreira do Videoclipe e inclusive da própria emissora ao chegar aos demais programas da grade e também no cinema. Cabe por fim notar que, Luiza Lusvarghi (2007) diz que, desde a chegada da MTV, é fato que se tornou impossível lançar uma banda ou cantor sem o auxílio do Videoclipe no mercado brasileiro. O Videoclipe é um instrumento de grande peso quando se trata da força publicitária, ultrapassa fronteiras do som e cria para o artista o apelo visual, aproximando som e imagem e principalmente o artista de seu público (BRANDINI, 2006).

2.4. As Plataformas Digitais

Com a chegada da internet no meio domiciliar várias mudanças aconteceram, principalmente na forma de consumir alguns produtos e meios. No Brasil, ela começou a ser usada durante os anos de 1990 e popularizou-se nos anos 2000. Nessa época, a MTV Brasil, assim como sua matriz já havia feito anos atrás, começava a dar espaço para outros tipos de conteúdo em sua programação, trazendo programas que ainda conversavam com o público jovem, mas que não tinham mais no Videoclipe seu único trunfo (LUSVARGHI, 2007). Porém, a produção de clipes não saiu do foco das bandas e das gravadoras.

A Internet veio reestruturar as relações entre produção e consumo, principalmente quando se trata da música e do vídeo. Na música, os *softwares* de *download* de músicas de forma ilícita como o *Napster* (nos Estados Unidos), *Emule* e *Kaaza* (os mais populares no Brasil), se tornaram um gigantesco problema para artistas de longa data, que viam na Internet sua ruína. De outro lado, a Internet “e tecnologia alteraram, não só as relações do homem com seu meio – a moderna sociedade de massas –, mas as relações entre os indivíduos” (BRANDINI, 2006, p.9). Foi durante os primeiros anos do século XXI que as hoje tão comentadas redes sociais digitais surgem, horizontalizando a forma de se comunicar entre artistas e fãs.

Se, nos anos de 1980 e 1990, no período de desenvolvimento das redes digitais de comunicação se celebrava o fim da intermediação – isto é, o fim de agentes que distribuíam os produtos físicos e a conseqüente possibilidade de contato direto entre produtores e consumidores – como novidade revolucionária do mercado cultural digitalizado, hoje nota-se que as pequenas e grandes empresas investem em legitimar a re-intermediação: há novas formas e diferentes graus de mediação nas relações de produção dos bens culturais (HERSCHMANN, 2010, p.56).

O Myspace, por exemplo, se tornou um grande disseminador de bandas durante os anos 2000. Fresno, Mallu Magalhães, Forfun e *Artic Monkeys* (a nível internacional), tiveram seus primeiros fãs na rede. Ou então citar até mesmo a tão controversa e “odiada” banda Restart, que teve em 2009, no segundo ano de banda, mais de 2 milhões de acessos em sua página (R7, 2009). Tudo isso promoveu uma nova forma de se produzir música: independente e para a Internet. E é claro que essa nova forma de produzir não poderia vir desacompanhada do Videoclipe.

Na era digital, com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, a associação de um referencial imagético tornou-se imprescindível na produção musical. Com isso, o videoclipe converteu-se num dos mais poderosos veículos de divulgação da música para o consumo das massas (BRANDINI, 2006, p.8).

Foi então que em 2005 surge talvez a rede social digital mais promissora para o Videoclipe e para as bandas que queriam usar da imagem para sua divulgação: o Youtube. Um site de compartilhamento de vídeos que entre os seus já completos 13 anos de história, passou por várias modificações, limites e suportes. O surgimento do Youtube foi tão decisivo para as bandas, que a própria MTV Brasil começou a contemplar em sua premiação – o Video Music Brasil – os melhores clipes feitos para Internet, os chamados “Webclipes”.

Os Webclipes, quase que sugestivamente, eram os Videoclipes feitos exclusivamente para Internet, de forma independente e que muitas vezes contavam com a participação dos fãs em algum nível da produção. A nomenclatura, por outro lado, não vingou ou talvez não precisasse ser necessária. O que está na Internet e o que está na televisão não são coisas

diferentes, apenas plataformas diferentes. E exatamente nessa perspectiva que muitas bandas que também já tinham uma popularidade na indústria fonográfica brasileira começam a experimentar a Internet como forma de divulgação. Rosa Marie Santini (2005, p.161) destaca que:

O aspecto positivo dessa revolução para as gravadoras é o fato de milhões de consumidores estarem adquirindo o hábito de obter suas músicas pela Internet. No futuro, as estimativas indicam que a venda através da *web* deverá representar uma grande porcentagem da receita da indústria fonográfica, cerca de US\$ 4 bilhões anuais previstos para 2004, segundo estudos da Forrester Reseaserch.

E o Videoclipe não ficou para trás, que encontrou no Youtube uma forma de atingir várias pessoas no mundo inteiro. Acessando o conteúdo quando, onde e quantas vezes quisessem de forma completamente gratuita. Hugo Rangel, guitarrista e vocalista da banda maranhense Desdemona ETC relata que:

Existem outras plataformas de vídeo, claro, que a gente não utiliza. Mas é porque o YouTube hoje em dia é uma plataforma de distribuição digital super comum e popular. Assim, todo mundo tem acesso a YouTube e hoje em dia todo mundo sabe falar YouTube. Tinha uma época até que as pessoas não sabiam falar 'YouTube', falavam 'YouTubú' [sic]. Mas hoje em dia, cara, é uma coisa simples como ligar na rádio que você gosta, AM ou FM. Talvez até mais simples do que ligar numa rádio AM, por exemplo (2018).¹⁷

Toda o cenário musical foi alterado, assim como o da produção de Videoclipes. Não era mais necessário o meio massivo de comunicação para ser ouvido e visto. Não precisava mais de grandes investimentos em equipamentos, tanto para gravar uma música, quanto para gravar um vídeo e tudo isso desencadeou um novo movimento: as bandas independentes.

¹⁷ Entrevista cedida por Hugo Rangel para esta pesquisa.

3. O NOVO LUGAR DO VIDEOCLÍPE

3.1. O Vídeo é Pop, Vídeo é Tech, Vídeo é Tudo

O vídeo é uma forma de expressão visual baseada em uma produção digital, ou seja, diferente do cinema que usava película para registrar imagens em movimento (uma relação fotoquímica), o vídeo usa a tecnologia, dados e armazenamento para existir. E toda essa revolução tecnológica acontece durante o período em que o autor Arlindo Machado (1995) vai denominar de “terceira fase da televisão”, referindo-se aos impactos tecnológicos que o meio de comunicação passa durante os anos de 1970.

Durante esse novo período na televisão, a forma de produção passa a ser introduzida aos recursos tecnológicos, principalmente relacionados a forma de captar as imagens, armazenar e pós-produzir elas.

O que caracteriza essa terceira fase é a imensa manipulabilidade da imagem, não apenas a nível de articulação de planos, através do corte e da montagem, mas sobretudo no nível interno, na articulação dos elementos visuais dentro do quadro (MACHADO, 1995, p.158).

Esse momento de adoção da nova tecnologia passa também a ser um fase de aceitação, uma vez que o vídeo aparece como uma solução mais prática para forma de se praticar audiovisual. Aliás, agora não existia mais a necessidade da realização de apresentações ao vivo que limitavam a grade das emissoras a programas de improviso, auditório. Com o surgimento do vídeo-tape, as novas possibilidades de construção de narrativa, de manipulação de imagens e de som talvez “tenham aproximado perigosamente o vídeo do cinema [...]” (MACHADO, 1995, p. 158).

A relação vídeo e cinema sempre foi delicada. O cinema sempre foi colocado como uma forma de expressão artística clássica e de grande refino, sempre sustentando a “linguagem do cinema”, baseada numa construção de narrativa linear, na escolha fundamental dos planos, além das formas de construção do enredo (MACHADO, 1997). Essas características são baseadas nas opções estéticas e pressões econômicos que surgiram durante as primeiras décadas do século XX, a partir do aparecimento do diretor D. W Griffith que transformou o cinema de

uma diversão popular barata – basta pensar nos *nickelodeons*¹⁸ ou nos *vaudevilles*¹⁹ – em um produto próspero da indústria cultural. Nesse sentido, Machado (1997, p.191) afirma que:

Para que o cinema deixasse de ser apenas uma diversão popular e barata, restrita aos cinturões industriais das grandes cidades, e se convertesse numa próspera indústria cultural, para que pudesse atrair um público novo, mais sofisticado e sólido economicamente, era preciso que fosse capaz de alinhar-se às artes nobres do período: o romance e o teatro oitocentistas.

O vídeo vai surgir num contexto diferente, durante os anos de 1960, época em que a ideia de uma gramática natural e específica dos meios audiovisuais já estavam sendo contestadas e em decadência. Inclusive o formato *griffthiano* de cinema estava sendo questionado com o surgimento de movimentos como o *nouvelle vague*, na França e o *underground*, americano (MACHADO, 1997).

Essa nova forma de registro audiovisual, que além de ser mais acessível e mais barata, passa a ser também uma forma de produzir fora dos padrões segmentados pelo cinema, de construir narrativas que se aproximavam muito da literatura e do teatro. Além de poder utilizar de recursos advindos da tecnologia, como a computação gráfica. O vídeo se torna uma forma de ativismo e cria uma geração de videoartistas que utilizam dessa invenção para experimentalismos e para a quebra da hegemonia do cinema.

O vídeo herdou da televisão o aparato tecnológico e a forma de exibição, assim conquista maturidade durante os anos de 1970 com nomes como Arthur Omar, Regina Silveira e Paulo Bruscky, pioneiros da videoarte brasileira, além de outros nomes a nível internacional, como Spike Jonze, Spike Lee, que começaram no vídeo e posteriormente foram galgados a diretores de cinema e principalmente realizadores do gênero que marcou essa invenção: Videoclipes.

O vídeo durante os primeiros anos possuía algumas restrições, tanto na forma de fazer, quanto em sua exibição. O recente aparato não conseguia, por exemplo, utilizar de planos comuns no cinema como um plano geral, porque existia o risco de uma desmaterialização das figuras exibidas devido a captação e digitalização da imagem em um arquivo que tinha limite de tamanho. Além do seu formato de exibição normalmente ser em uma tela de tubo luminoso, ou seja, as televisões, que eram naquela época aparelhos de pequeno porte (MACHADO, 1997). Cabe salientar, como destaca Arlindo Machado (1997, p.190), que:

¹⁸ *Nickelodeons* eram estruturas montadas em praças e campos onde as pessoas pagariam um níquel para poder assistir um filme.

¹⁹ *Vaudevilles* eram um tipo de entretenimento barato que existiam nas camadas mais pobres da cidade, contendo show musicais, de mágica, dança e circos de horror

No entanto, quando digo que uma imagem videográfica deve ter um recorte fechado, deve tender sempre ao primeiro plano, essa afirmação tem apenas um valor indicativo, não é uma regra absoluta e o seu peso real vai depender da ideia geral que o videasta quer desenvolver.

E exatamente por suas limitações técnicas que, cada quadro do vídeo tendia a ser mais abstrato e estilizado, menos realista. Essa “dificuldade” encontrada pelos videastas, na verdade fez com que eles tivessem mais liberdade para explorar os limites do vídeo e ousar na construção das narrativas. Nesse sentido, boa parte do que era produzido durante os primórdios não era um tipo de conteúdo que pudesse ser compreendido em um primeiro contato. Muito do que era visto em tela, eram peças justapostas tentando articular um sentido. Algo que Sergei Eisenstein vai chamar de “olho intelectual” (MACHADO, 1997).

Segundo Arlindo Machado (1997), essa técnica parte duma ideia de pensamentos por imagens, que através de uma junção poética através de metáforas e metonímias, sugerem uma nova relação entre os elementos inicialmente isolados. Eisenstein chegou a utilizar esse tipo de conceito em algumas obras, sem usar necessariamente uma narrativa, porém, teve pouco sucesso no cinema, exatamente por este se apoiar bastante na literatura e teatro. De outro lado, essa forma de construção imagética se tornou muito mais adequado para o vídeo.

Esse tipo de construção influenciou bastante a forma de elaborar um conteúdo através do vídeo e que posteriormente iriam ser características bem marcadas do gênero do Videoclipe. O posicionamento do autor Thiago Soares (2012, p.49) nos diz que:

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

Neste sentido, podemos concluir que toda a evolução do vídeo, dentro dos avanços tecnológicos, suas inspirações e seu formato de exibição na televisão, desagua exatamente no surgimento do seu uso para as peças musicais. Os Videoclipes nascem como um gênero híbrido e exatamente por isso, tão delicado de se abordar. Muito do que se pode destacar das características estão pautadas na não-linearidade de uma narrativa, ou até mesmo dispensar completamente o uso de uma narrativa (MACHADO, 1995).

Por outro lado, “o que importa é menos a intenção de se contar uma história e mais o desejo de se passar uma overdose de sensações, através de informações não-relacionadas, acompanhando sons – o ritmo das imagens”. (SALLES, Jr, 1985, p. 48 apud MACHADO, 1995, p.170). É importante constatar essa ligação entre o som e a imagem principalmente por aquilo que é conhecido como sinestesia, uma relação entre diferentes sensações que ocorrem

combinadas em uma só impressão. Como já foi apontado no primeiro capítulo desta pesquisa, a relação som e imagem existe mesmo antes de existir uma tecnologia como a televisão, por exemplo. E essa relação no Videoclipe vai ser fundamental quando pensada em seu potencial, tanto artístico, quanto comercial.

Ao pensar no âmbito artístico é possível destacar Arlindo Machado (2000, p.65), que consegue entender essa relação música e imagem que começa na elaboração do vídeo e nas escolhas de cada plano, ao dizer:

Por exemplo: se tenho uma sequência de notas executadas num piano com uma dinâmica decrescente (começa forte e vai caindo pra pianíssimo), mas na pista de imagem tenho um movimento do sentido inverso, ou seja, vejo a imagem do pianista inicialmente em plano geral (de longe), enquanto uma zoom in vai fechando o campo de visão até terminar num primeiríssimo plano dos dedos do intérprete sobre o teclado, exatamente no momento em que as notas mais tênue estão sendo tocando, como caracterizar essa percepção “paradoxal” que nos dá o mínimo de ênfase no plano sonoro quando se tem o máximo de ênfase no plano visual?

Essa relação entre arte e vídeo, vem desde o surgimento dessa tecnologia. Mas o Videoclipe também nasce com elementos da publicidade. E essa relação videoclipe-cinema-publicidade vai ser pautada no tipo de artista que utiliza o vídeo (SOARES, 2012). Neste sentido, é bom lembrar que o Videoclipe está articulado tanto na publicidade quanto na linguagem cinematográfica. Aliás, essa liberdade que existe no formato permitiu vários músicos e artistas a ousarem e utilizarem o Videoclipe como um laboratório de experimentos, como os próprios videastas faziam.

E é claro que a MTV teve uma grande influência na estética e na montagem dos Videoclipes. Ken Dancyger (2003) ao falar da influência da MTV mostra que o poder que a emissora teve dentro do estilo de produção está muito ligado à televisão, mas que ela já conseguiu superar até mesmo o próprio meio. André Mantovani (2006, p.7), diretor geral da MTV Brasil durante os anos 2000, considera que

A MTV inova a própria televisão, até mesmo quando ela chegou no Brasil, e hoje você lê no jornal (uma linguagem “emitiviana”), quando você fala de corte rápido na pós-produção, todo mundo que é MTV. A MTV inova primeiro no sentido estético, ela começa a trazer para o vídeo uma forma de expressão nova que é o videoclipe, que não é nem ela que faz, ela simplesmente transmite aquilo.

A MTV também evitava as características tradicionais da montagem, não utilizando uma narrativa linear e o enredo desenvolvido por personagens, mas ao mesmo tempo ela conseguiu dar espaço para Videoclipes que tinham uma história, que tinham apenas um personagem, tendo o sentimento e o tom como elo que ligam esses dois estilos (DANCYGER, 2003). Um Videoclipe comumente segue uma montagem rápida, com cortes dinâmicos e que tendem a seguir o ritmo da música e essa ligação entre o ritmo e a montagem é um dos modos

clássicos de realizar a montagem de um filme atribuída a Sergei Eisenstein: a montagem rítmica. A música e o sentimento que o artista passa na canção se torna a baliza para uma forma de se criar um Videoclipe, algo que a MTV não só vai popularizar como se torna um dos objetos centrais do estilo MTV. Por sua vez, o autor Ken Dancyger (2003, p.195) considera que:

A música – particularmente a letra – sintetiza o sentimento humano. A mente processa o som. Foi Bergman que mais rapidamente definiu o objetivo da experiência fílmica – ela deveria ser como a música. Esta equação da música com e elevada experimentação emocional foi aplicada por Bergman para a experiência plena do filme.

E conseqüentemente, a MTV, assim como os próprios Videoclipes, se tornaram responsáveis por todo um estilo de se fazer audiovisual. É possível se ouvir falar em “estilo MTV” em filmes e em programas de televisão, embora na sétima arte com um pouco menos de impacto. Mas muito diretores que surgiram da publicidade como Ridley Scott, Tony Scott, ou até os mais novos como Richard Linklater passaram por esse estilo de construção dinâmico.

Além disso, o cinema durante os anos 1990 vive uma crise econômica pautada não só na forma de se realizar um filme – que se torna bem mais caro²⁰ – mas também perde público dentro de um contexto social em que o crescente desenvolvimento urbano torna o ir ao cinema uma grande dificuldade, que encontra na mobilidade urbana, violência, um empecilho (MACHADO, 1997). Aliás, nesta época as pessoas já têm o videocassete, a própria televisão e hoje em dia DVD's e os canais de *streaming* de vídeo.

Por outro lado, o vídeo vai se tornando cada vez mais acessível, desde a compra de equipamentos, até a forma de se pós-produzir e divulgar. A televisão existia para comportar esse gênero e as pessoas estavam prontas para recebê-lo. O Videoclipe não ficou para trás e conseguiu se estabelecer como uma forma de construção do audiovisual de grande utilidade para os artistas, além de ser uma ferramenta publicitária para a grande indústria fonográfica. Para bem entender-se este importante aspecto, Arlindo Machado (1995, p.175) diz que:

Uma vez que a produção de arte em nosso tempo depende do acesso a uma tecnologia dispendiosa e do financiamento das entidades que concentram o capital (Estado ou empresas privadas), é natural que também os artistas mais inquietos recorram às fórmulas do mercado para viabilizar suas ideias criativas. O videoclipe aparece nesse contexto como um dos espaços mais promissores, porque mobiliza procedimentos que são vitais para a arte deste final de século. Mas, para que se possa tirar dele todas as conseqüências, é preciso que as pessoas que o praticam se mostrem dispostas a colocar entre parênteses os clichês acumulados à custa da repetição e ponham a explorá-lo com sensibilidade renovado e decisão crítica.

²⁰ Segundo Arlindo Machado (1997) um filme que custasse 1 milhão de dólares em 1987, passou a custar 4 milhões de dólares em 1997. Isso se deu por conta da taxa de crescimentos dos custos de produção que aumentara durante aquela época 16% ao ano.

Mais tarde, chegando aos primeiros anos do século XXI, com a utilização da internet como um recurso doméstico, muitas mudanças ocorreram na forma de produzir e consumir conteúdo e o Videoclipe naturalmente e quase que de forma “perfeita”, migra para os canais digitais de compartilhamento de vídeos que hoje já se tornam referência para esse tipo de produção. Em pouco mais de 13 anos, o YouTube abriu porta para uma geração de novos videastas e músicos de todo mundo.

3.2. Tá no Youtube!

A internet como um uso pessoal e doméstico se tornou algo real durante o começo da década de 1990 (MULLER, 2008). Claro, como uma nova tecnologia, os recursos e as limitações sempre foram um problema, principalmente quando se trata do uso de vídeos. Durante os primeiros anos de utilização da Internet, páginas demoravam para carregar; achar algo nesse vasto universo era uma tarefa árdua, que se resumia a decorar um endereço de navegador ou usar alguns buscadores precusores do Google. E é claro, a internet desde sempre encurtava fronteiras e o sistema de envio de arquivos pelas redes foi algo que se tornou bem popular.

Mas quando se tratavam de vídeos, por exemplo, era quase impossível ter acesso a algo de qualidade devido as limitações de tamanho dos anexos. Das poucas coisas que eram enviadas via e-mail, resumiam-se em vídeo em formato *flash*²¹ que passavam por conteúdos de terror, charges online e trechos de programas televisivos. Foi quando um trio de amigos, ao discutir sobre a dificuldade de assistir vídeos na Internet, tiveram uma ideia que iria revolucionar a forma de produção de vídeos: O Youtube (KLEINA, 2017).

O ano de 2005 marcou o início do Youtube e o início de uma nova plataforma de distribuição de vídeos e, claro, de Videoclipes. Desde o surgimento da MTV, o Videoclipe tem acompanhado os avanços tecnológicos e assim, ele começou a ser comercializado junto ao CD, depois começou a ser lançado em VHS e posteriormente em DVD (PALMAS, 2012). E quando ele chega nas plataformas digitais de compartilhamento de vídeo, ele atinge um novo patamar de ideias e possibilidades.

²¹ Flash é o formato de arquivo de vídeo originário do Adobe Flash Player 6. Era mais utilizado por comprimir arquivos e deixar ele mais leve para poder ser enviado e baixado.

Todo o processo de criação do vídeo e do Videoclipe, até chegar hoje com a criação das plataformas digitais para sua distribuição, reflete o quão esse gênero tem um caráter independente. Como já foi colocado no ponto anterior, o vídeo surge como uma forma acessível e de experimentação; o Videoclipe, não distante – mesmo sendo usado como uma peça publicitária pela indústria fonográfica – continua permitindo que diretores possam ousar e criar peças que se afastem do *maistream*. Na Internet, esse processo consegue chegar na mão de qualquer pessoa que possua acesso à rede.

O uso da ferramenta se popularizou de forma quase que instantânea. Prova disso é que em 2006 – um ano depois de sua fundação –, o Google adquire o site por 1,65 bilhões de dólares (KLEINA, 2017). Na época o Google tentava competir com o Youtube, usando sua própria plataforma de vídeos o “Google Videos”, mas sem sucesso. O Youtube passou por várias transformações durante os anos: conseguiu criar o *Content ID* para o pagamento dos direitos autorais e dos anúncios dos vídeos; conseguiu dar suporte para vídeos em resoluções melhores, chegando até o 4K²² e criou uma geração de profissionais que produzem conteúdos independentes para o site, conhecidos como *youtubers*. O papel do Youtube na sociedade passa a ter grande importância quando o consumo do conteúdo gerado pelo site consegue ultrapassar aquele que é exibido pela televisão. Segundo o site El País Brasil (2017), estamos vivendo uma geração que não assiste mais TV e que corre atrás do Youtube.

Embora a TV aberta continue sendo campeã de audiência no Brasil, o tempo que o brasileiro passa assistindo a vídeos na Internet vem crescendo em maiores proporções, segundo um estudo de 2016 apresentado pelo YouTube em parceria com o site Meio&Mensagem e a consultoria Provokers. “Os brasileiros são consumidores compulsivos de conteúdo em vídeo”, diz Cerávol. Os números da enquete revelam inclusive que o conteúdo da Internet já é mais procurado que o da televisão a cabo: enquanto 82 milhões de brasileiros, 42% da população, têm costume de assistir a vídeos na rede, os que assistem a TV por assinatura representam 37% (MARTÍN, 2017).

O Videoclipe é um gênero híbrido que nasceu na televisão, “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 um amplo potencial de distribuição” (MACHADO, 2000, p.173).

Por sua vez, o Youtube sempre propôs para seus usuários que era possível criar conteúdo audiovisual de qualquer tipo e da forma que eles pudessem. Hoje, a cada dia que passa, temos cada vez mais acesso aos meios de produção, principalmente quando se trata do vídeo. Durante anos, a produção audiovisual ficou restrita as grandes produtoras de cinema e as TV’s, mas com

²² Resolução de vídeo conhecida pela proporção 3840x2160 pixels.

a crise econômica que aconteceu no cinema – já explanada neste capítulo –, o vídeo se tornou uma forma de expressão bem mais popular, bem mais acessível, com o preço de equipamentos bem menores, a qualidade dos produtos aumentou e se tornou mais fácil pós-produzir os conteúdos.

O Videoclipe parece ter sido feito para as plataformas digitais de compartilhamento de vídeos, uma vez que se torna possível publicar vídeos de qualquer lugar do mundo e poder receber acesso de qualquer lugar do mundo. Aliás, cabe ressaltar, que essa logística é aplicável para qualquer tipo de produção: seja independente ou feita por bandas e artistas que já tinham um maior alcance. Neste contexto, é possível trabalhar o conceito de Cultura da Convergência, que na concepção de Henry Jenkins (2009) se dá pela troca de conteúdo por meio das diferentes plataformas de mídia, em que o poder de quem produz um conteúdo e o poder de quem consome interage de várias maneiras.

A participação ocorre em três níveis diferentes, nesse caso – produção, seleção e distribuição. Cada uma dessas funções e relações tem um papel na análise que farei a seguir. Nenhuma dessas atividades é nova, mesmo no contexto da mídia digital, mas o YouTube foi o primeiro a unir essas três funções numa única plataforma e a direcionar tanta atenção ao papel das pessoas comuns nesta paisagem transformada das mídias (JENKINS, 2009, p.349).

Na verdade, se pararmos para usar o conceito de convergência baseado apenas na troca de conteúdo entre diferentes mídias, é claro que convergência não é algo que surge com a internet, a convergência está apenas sendo ressignificada (JENKINS, 2009). Mas as relações que passam a existir com a Internet mostram como esse conceito se torna bem mais palpável para quem antes era um mero espectador de conteúdo. De acordo com Jenkins (2009, p.30), existe uma expressão para esse fenômeno que é a cultura participativa.

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considera-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais.

Essa forma de participação, convergência e criação é fundamental em um contexto em que os meios de comunicação sempre foram tratados de forma separada, em que cada parte desse processo podia ser encontrada em um determinado espaço em uma “prateleira”. Essa forma de enxergar a comunicação pode se tornar um empecilho, como o autor Arlindo Machado (2010, p.64) vai destacar:

Nas sociedades humanas, uma ênfase nas identidades isoladas pode levar à intolerância e à guerra entre culturas, enquanto os processos de hibridização podem favorecer uma convergência mais pacífica entre as diferenças. Da mesma forma, no campo da comunicação, chega um momento em que a divergência entre os meios torna-se improdutiva, limitativa e beligerante, deixando claro, pelo menos aos setores de vanguarda, que a melhor alternativa pode estar na convergência.

A comunicação conseguiu alcançar junto com o avanço tecnológico e principalmente com as ferramentas criadas através da internet, como o Youtube, uma produção diversificada, que conversasse com várias pessoas e que principalmente fizesse a relação entre os grandes produtores e os receptores – a partir desse momento, também produtores – deixasse de ser apenas de cima pra baixo para se tornar também de baixo pra cima (JENKINS, 2014).

O Videoclipe no Youtube pode ser visto como um exemplo desse tipo de produção, onde artistas independentes e que não possuem participação em meios de comunicação tradicionais como a televisão, passaram a ter a possibilidade de desenvolver uma peça audiovisual associada ao seu trabalho e divulgá-la amplamente através de sites. A convergência das mídias altera essas relações entre as próprias mídias, mas também nas indústrias, nos gêneros e nos públicos e faz com que toda uma lógica de produção se adapte a essa mudança (JENKINS, 2009).

O Youtube é uma plataforma que oferece um alcance potencialmente grande para quase todos os que chegam. O site incentiva os usuários a pensa em si mesmos como uma espécie de moeda, com os participantes ganhando prestígio social através do número de visitas que atraem (JENKINS, 2014, p.127).

O Videoclipe tem tanta importância nesse processo de criação de conteúdo para o Youtube que o site, em parceria com a Sony Music Entertainment, Universal Music, EMI e a Abu Dhabi Media Company, criou o Vevo, um portal de clipes musicais que reúne o acervo das três maiores gravadoras da indústria fonográfica do mundo. A criação do site Vevo também mostra a preocupação que o Youtube tem com os direitos autorais do conteúdo que é postado no site, já que os vídeos são de domínio das respectivas gravadoras.

Com a liberdade criativa e com o suporte acessível para todos, o Youtube se tornou uma rede de vídeos, que fez e ainda faz com que artistas da música se tornem reconhecidos através dos Videoclipes. Ao fazer uma breve pesquisa, podemos ver como existem casos de videoclipes que surgiram no Youtube e se tornaram ícones para as bandas como o da música *Here It Goes Again* da banda norte-americana *Ok Go*, em que o grupo realiza uma coreografia muito bem ensaiada em cima de quatro esteiras ergométricas.

A nível nacional, a banda O Terno, sempre conseguiu fazer dessa ferramenta uma forma de tornar suas músicas mais populares. O vídeo de “Não Espero Mais” ousa de diferentes formas e brinca com a plataforma do Youtube, utilizando vários recursos forjados pelo próprio videoclipe para mostrar alguns dos “problemas” dessa “geração Youtube”. Para começar enganando o público, eles usam um sinal de “Pular Anúncio” que comumente aparece nos

vídeos que possuem anunciadores – ironicamente, o vídeo não utiliza de monetização²³ e assim não possui anúncios. Além disso, faz o vídeo “travar” e engana quem está assistindo ao induzir que a internet não está conseguindo carregar o vídeo (ver figura 1); logo após o travamento, o vídeo retorna, mas dessa vez com uma qualidade inferior. Eles conseguem até mesmo convidar a cantora Liniker para fazer uma participação no Videoclipe, via chamada de vídeo (ver figura 2).

Figura 1 – Vídeo Travando



Fonte: *print screen* do vídeo “O Terno - Não Espero Mais (Clípe Oficial)”²⁴

O vídeo surge com um símbolo de carregamento e ao retornar, tem sua qualidade de vídeo diminuída

Figura 2 – Liniker canta com a banda



Fonte: *print screen* do vídeo “O Terno - Não Espero Mais (Clípe Oficial)

A cantora Liniker aparece via chamada de vídeo para cantar alguns versos

O videoclipe é uma verdadeira metalinguagem sobre os vídeos da internet e utiliza de muito bom humor para mostrar como essa realidade internet, música e vídeo se tornou uma associação comum.

²³ Monetização é o termo usado para os vídeos do Youtube, que através dos anúncios disponibilizados pelos parceiros do Google, querem receber dinheiro através das visualizações, cliques e compartilhamentos.

²⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=TUATZgrVIT0>. Acesso em: 29 de setembro de 2018

Tão comum que o primeiro vídeo da história do Youtube a atingir a marca de 1 bilhão de visualizações foi um Videoclipe, da música *Gangnam Style* do cantor sul-coreano *Psy* em 2012. Outro aspecto importante a ressaltar é que atualmente, entre dez os canais com maior número de inscritos no mundo, cinco são de artistas da música. Ainda neste ranking, um dos canais é o brasileiro KondZilla, contabilizando 35 milhões de inscritos, que é o canal exclusivo dos Videoclipes produzidos pelo selo musical de mesmo nome (BELING, 2018).

A produção musical e a produção de vídeos obtiveram um novo motivo para caminhar juntos com a internet e as relações de consumo também foram alterados por conta desse novo meio. O Videoclipe se tornou um aliado ainda mais presente nos lançamentos de músicas e CD's e tudo isso acarretou uma mudança na forma de se produzir e distribuir música. A música independente e o vídeo independente se aliaram a internet nessa fase de transição, mas com o cuidado de não se perder na vasta produção e na possibilidade de replicar conteúdo proporcionado pela internet, ou seja: a pirataria.

3.3. A indústria fonográfica em transição

Por outro lado, “Quando as pessoas assumem controle das mídias, os resultados podem ser maravilhosamente criativos; podem ser também uma má notícia para todos os envolvidos” (JENKINS, 2009, p.45). O Youtube opera pelo conceito de Web 2.0, ou seja, faz com que seus usuários tenham total poder de criação de conteúdo, dentro das normas e diretrizes do site (JENKINS, 2009). No começo, postar um vídeo no Youtube era de fato uma situação banal e sem nenhum tipo de filtro. Isso permitiu que pessoas comuns se apropriassem de conteúdos que não as pertenciam.

A pirataria se tornou um problema maior no começo do século XXI, a Internet facilitava a propagação de qualquer conteúdo até mesmo aqueles que não eram de direito do emissor. Essa problemática atinge principalmente a indústria fonográfica que durante esse período, ainda investindo em apenas diferentes mídias físicas para vender seu produto, se deparou com as músicas de várias bandas sendo disponibilizadas para download de forma gratuita via softwares como Napster²⁵.

²⁵ Criado em 1999, era um serviço de *streaming* de músicas baseado no sistema de redes *peer-to-peer* (P2P), uma arquitetura de rede de computadores que cada ponto funciona tanto como cliente quanto como servidor de conteúdo. Em seu auge, contava com 40 milhões de faixas para download.

O Napster foi criado por Shawn Fanning, na época com dezenove anos, com a pretensão de facilitar a forma de se obter músicas em MP3²⁶ na internet. Sua criação se tornou o ponto inicial para uma nova forma de consumo de música, baseado não mais na compra de mídias físicas como LP, fitas cassetes e CD's, mas através do download e *streaming*. Porém, o Napster realizava essa troca de músicas sem ter o direito dos conteúdos colocados para download, o que naturalmente fez com que a indústria fonográfica se sentisse prejudicada. Não só ela, como diversos grupos e artistas se manifestaram na época contra a invenção do Napster, a exemplo da banda norte-americana de *heavy metal* *Metallica*, que processou Shawn. No fim, em um primeiro momento, a indústria fonográfica se saiu vencedora no processo judicial, mas o Napster era só um dos programas que existiam e operavam com essa forma de compartilhamento.

O Napster alcançou patamares não imaginados na época, se tornando uma espécie de febre entre usuários da internet - e uma praga para bandas, gravadoras e órgãos reguladores. Quando a aceitação da ideia de Fanning tornou-se indiscutível (no auge, o Napster chegou a contar com 50 milhões de usuários), começaram as brigas. O *Metallica* de James Hetfield e Lars Ulrich encabeçou uma luta contra Fanning e seu produto, entrando com um processo na primeira quinzena de abril de 2000. O ícone do metal não imaginava que todos os esforços acabariam sendo em vão - é possível encontrar dezenas de programas que se utilizam do mesmo princípio para o compartilhamento de arquivos - a rede P2P, ou peer-to-peer (STONE, 2008).

Devemos ressaltar, todavia, que a disseminação desse tipo de programas de compartilhamento de músicas e a crise da indústria fonográfica que volta a aparecer durante o final dos anos 1990, também está relacionada à construção de uma imagem negativa das grandes gravadoras com seu público. Michael Herschmann (2010) diz que a pirataria, principalmente após a popularização do MP3, se tornou uma forma de resposta que o público deu sobre os altos preços cobrados pelas gravadoras pelos fonogramas²⁷. A música gravada começa a ser desvalorizada e na tentativa de reverter esse quadro, a indústria começa a reprimir os programas de download de músicas.

Mas era inevitável. A indústria da música tradicional estava sofrendo golpes de todos os lados por conta do compartilhamento de MP3 de forma bem mais acessível - literalmente de graça - e com a comodidade de estar à apenas a um clique. O Napster foi só um dos muitos programas que utilizaram esse sistema ilegal de troca de músicas e consequentemente acabou encerrando as atividades em 2001, após o processo contra o *Metallica*. O fim do Napster, contudo, não representou nenhum resultado na diminuição de downloads de músicas, que pelo contrário, aumentou em todo o mundo. A escolha das grandes gravadoras irem contra o Napster

²⁶ Um dos primeiros formatos de compressão de um arquivo musical sem perdas notáveis de qualidade na obra.

²⁷ Fonograma é a fixação da música em um suporte para o consumo, como CD's, cassetes, etc.

foi uma decisão que só mostrou como a indústria fonográfica não estava pronta para lidar com as novas tecnologias e com as convergências dos meios físicos com os digitais. A internet estava se mostrando como um novo segmento para a venda e distribuição de um produto cultural e isso criou oportunidade para o início da música em arquivos digitais.

Acompanhando a corrente da internet, o iTunes, da Apple, foi o primeiro programa criado para dar uma alternativa ao consumo de músicas na internet de forma legal. Seria possível agora pagar valores acessíveis – as faixas seriam comercializadas no máximo por US\$ 0,99 – por músicas de algum artista ou por um CD inteiro, fora a facilidade de você poder carregar essas músicas para qualquer lugar, através de aparelhos reprodutores de MP3, como o próprio iPod, lançado também pela Apple (TERRA, 2013).

O avanço tecnológico e a convergências entre os meios já era realidade. E assim como o Youtube, onde milhões de pessoas puderam criar seus vídeos e disponibilizar para o mundo inteiro, os computadores e a internet proporcionaram para aspirantes a músicos uma oportunidade de produzir seu conteúdo de forma mais barata e agora, não precisando mais de um selo de gravadora para distribuir seu trabalho.

A gravação digital vem provocando uma grande revolução nos meios da produção fonográfica em virtude de não ser mais necessário que artistas e músicos recorram às grandes companhias discográficas para terem seus trabalhos gravados e reproduzidos. O panorama atual mostra que, inclusive, algumas gravadoras estão terceirizando a produção dos trabalhos de seus artistas contratados. Devido à proliferação de pequenos e médios estúdios digitais de gravação e masterização, além da gravação caseira por computador, novos artistas e bandas podem registrar seus trabalhos e difundi-los de forma autônoma (SANTINI, 2005, p.47).

É importante ressaltar, que arte e tecnologia sempre proporcionaram grandes produtos. Novos horizontes técnicos produzem novas possibilidades artísticas e a mudança da produção musical do analógico para o digital também é resultado desse avanço. Da mesma forma que aconteceu com vídeo, na música essa transição para o mundo digital foi contestada por diversas pessoas do meio. Mas é inegável que essa mudança abriu portas para que músicos independentes começassem a produzir mais, exatamente pelo barateamento do processo de gravação. Assim, a internet se tornou um repositório de novas músicas e novas bandas que, auxiliadas pelas redes sociais, principalmente aquelas com suporte para música, conseguiram alcançar as pessoas, sem a necessidade de uma gravadora. Neste sentido, a autora Rosa Santini (2005, p.48) em seu livro “Admirável Chip Novo: A música na Era da Internet” destaca que:

Para criar um pequeno estúdio de música caseiro não é preciso ter um super equipamento. É necessário instalar dentro do micro-computador programas que editam gravações e simuladores de instrumentos, que tornam a gravação e edição de áudio possível. Em 2000, por exemplo, montar um estúdio caseiro simples exigia um investimento de cerca de US\$ 240. Esse investimento destinava-se a duas ferramentas

básicas para quem quer testar e produzir música em casa: uma placa de som com processador próprio e um programa capaz de editar e adicionar efeitos sonoros, como eco e vibração, em músicas gravadas nele.

Por conta dessa reestruturação da forma de se gravar e vender música, a contingências de bandas que surgiram na internet foram crescendo cada vez mais e as bandas que surgiram da internet viam nela seu maior ponto de produção. Durante anos, uma fita demo com algumas músicas era enviada às rádios em qualquer lugar do mundo para quem sabe ter uma oportunidade de ser executada durante a programação.

Na internet, as postagens em blogs de músicas, os comentários e a facilidade de poder gravar um CD em casa usando um computador se tornou bem mais impactante do que uma fita enviada pelos correios. Os CD's com músicas gravadas de forma caseira eram corriqueiramente distribuídos nos shows, como promocionais. A banda britânica *Artic Monkeys* obteve seu primeiro sucesso exatamente dessa forma. Um fã adquiriu um CD da banda – uma coletânea não oficial das músicas – em meados de 2003, em um dos shows e disponibilizou de forma inteiramente gratuita na internet. Em poucos meses, as músicas já eram cantadas em todos os concertos da banda, chamando atenção das rádios britânicas. Pouco tempo depois, eles assinaram seu primeiro contrato com uma gravadora e alcançaram milhares de vendas, em apenas poucos dias (MUZPLAY, 2018).

Substancialmente, a lógica do que se está em alta não foi tão alterada, tendo em conta que o modelo de propagação da grande mídia continua pautando o que é vendável e o que não é. Neste sentido, grandes bandas continuam tendo grandes selos por trás.

Apesar de uma maior autonomia do mercado independente - crescente articulação dos coletivos de músicos e das associações de indies e presença junto aos diferentes nichos de público, bem como uma redução na relação de complementaridade com as majors -, o mercado evidentemente continua sendo controlado em grande medida pelas majors. Alguns autores sugerem que ao consolidarem novos negócios on-line as majors poderão estar completando o estágio atual de transição desta indústria. É possível atestar, sem muito esforço, que as majors nos últimos anos têm comprado diversos empreendimentos culturais na internet, de forma similar a que tradicionalmente - ao longo de sua trajetória no século XX - absorveram as empresas independentes, fora da rede (HERSCMANN, 2010, p.39).

Porém, a experiência de participação acarretado pela internet proporciona para os usuários uma fidelidade maior as bandas, que antes não era possível através das várias vias de comunicação. Hoje é possível ver inúmeras bandas independente recorrendo a sua *fandom* para a elaboração de sua música, através da ferramenta de *crowdfunding*²⁸. De acordo com Henry

²⁸ Uma espécie de “vaquinha online”, em que pessoas doam dinheiro para as bandas produzirem um novo material e em troca, ganham algumas cortesias que podem passar desde um pôster autografado a um show particular.

Jenkins (2009) *fandom* está associada a uma estrutura social e uma prática cultural que é construída por consumidores apaixonados participantes nos produtos culturais. É essa estrutura de pessoas que por exemplo, apoia um artista, participa das produções e compartilha seu conteúdo.

Várias bandas independentes no Brasil já utilizaram da ferramenta de arrecadação online para produzir seus álbuns. Por exemplo, a banda paulista O Terno; a cearense Os Selvagens A Procura de Lei; e a baiana Vivendo do Ócio. Essas três bandas fizeram campanhas em sites de *crowdfunding*, pedindo por volta de 30 a 55 mil reais e todas elas conseguiram alcançar e inclusive ultrapassar essa cifra.

Vale ressaltar que para essa aplicação acontecer, é preciso que cada pessoa use um vídeo explicando o que pretende fazer com o dinheiro arrecado. E nessa perspectiva, é possível traçar um paralelo mais uma vez da importância da música e do vídeo para a divulgação de um artista, principalmente quando ele é independente. A realidade do consumo na internet está pautada em uma troca constante de conteúdo. O audiovisual, graças as plataformas que hoje estão em alta, se tornam uma ferramenta indispensável para alguém que pretende ser conhecido.

Aliás, hoje a música digital através de aplicativos de *streaming* como o Spotify se tornaram preferência quando se trata de consumo de música, de acordo com a pesquisa anual da *International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)*²⁹.

In 2017, the global recorded music market grew by 8.1%. This was the third consecutive year of global growth and one of the highest rates of growth since IFPI began tracking the market in 1997. Driven by fans' engagement with streaming – especially paid subscription audio streaming – digital revenues now account for more than half (54%) of the global recorded music market³⁰ (IFPI, 2018).

Por mais que a grande mídia ainda tenha uma grande parcela de participação, é certo, sem dúvidas que “A mudança dos meios dominantes de comunicação, de radiodifusão para digital, pode, nesse processo, reduzir o domínio do controle corporativo sobre muitos tipos de conteúdo, resultando na circulação ativa de maior diversidade de perspectivas.” (JENKINS, 2014. p. 205).

²⁹ Federação Internacional da Indústria Fonográfica, em tradução livre, responsável por representar os interesses da indústria fonográfica.

³⁰ Em tradução livre: Em 2017, o mercado global de músicas gravadas cresceu em 8,1%. Esse foi o terceiro ano consecutivo de crescimento global e uma das maiores taxas de crescimento desde que a IFPI começou a analisar o mercado em 1997. Conduzido pelo engajamento dos fãs com o *streaming* – especialmente os canais com assinatura de *streaming* de áudio – as receitas de músicas digitais agora contam mais da metade (54%) do mercado global de música.

3.4. A redefinição do Videoclipe

Após várias elucidações sobre como vídeo e como o mercado fonográfico hoje possuem nova cara, é imprescindível falar como o Videoclipe tem participação ativa, indispensável e determinante para o artista independente e como esse gênero é encontrado hoje.

Henry Jenkins (2009) disse que em um determinado momento da história, todas as mídias que conhecemos iriam convergir para um só aparelho, como o celular: é impossível encontrar um aparelho móvel que não venha equipado de câmera, reproduzidor de MP3, vídeos. E graças a internet, a forma de consumo que hoje o celular proporciona é bem mais imersivo. Neste sentido, é possível afirmar que vivemos em um momento onde qualquer pessoa pode produzir um conteúdo – devido ao acesso dos meios de produção que podem estar literalmente na palma de sua mão – e qualquer pessoa pode fazer esse conteúdo chegar em um público através da internet.

Com essas novas... essas novas ferramentas, a gente tem ali em fácil acesso. Hoje em dia é possível fazer um videoclipe incrível usando apenas a câmera do iPhone que é uma câmera muito boa. É... nós gravamos as nossas vozes no aplicativo de celular, também produzimos música em aplicativo de celular... então.... não é desculpa. Nós estamos realmente o tempo todo utilizando o que a gente tem! É um software no computador, é um aplicativo no celular e... se não fosse as novas tecnologias nós não estaríamos realmente produzindo, sabe? Porque elas realmente são muito efetivas (PAZ, 2018)³¹.

Com o Videoclipe não foi diferente. Esse cenário tecnológico e cultural permitiu que várias bandas, desde as mais famosas até as independentes, pudessem usar do recurso audiovisual para promover suas músicas. Mas mais do que isso, a adaptação da sociedade a uma cultura de consumo de vídeos proporcionou também que esses artistas explorassem vários outros produtos que nascem do vídeo.

Considerar hoje o Videoclipe apenas como um formato que trabalha com uma estética pronta, que se esbarra em limites técnicos e está diretamente associada a uma ferramenta publicitária da indústria fonográfica é vetar a potencialidade desse instrumento. Arlindo Machado em seu livro “A Televisão Levada a Sério” (2000), fala que vivemos uma nova safra de produções de Videoclipes que quebram com esse estigma que os têm colocado como apenas mais uma peça publicitária “obrigatória”. A evolução das tecnologias proporciona agora uma nova forma de utilização dos Videoclipes e expande as possibilidades para um produto que hoje é considerado como um espaço de criatividade e “Mais do que isso: numa época de entreguismo

³¹ Entrevista cedida por Rafael Paz, membro do grupo PE.ACE, para esta pesquisa.

e de recessão criativa, o videoclipe aparece como um dos raros espaços decididamente abertos a mentalidade inventivas” (MACHADO, 2000, p. 173).

A limitação técnica do vídeo que outrora o colocava em um patamar inferior ao do cinema, por exemplo, hoje foi superada dentro dos avanços tecnológicos e por conta disso, podemos contemplar hoje produções que nada se distanciam de uma qualidade dita “cinematográfica”. Vale ressaltar que

A situação atual da indústria do audiovisual está marcada pelo hibridismo das alternativas. O cinema lentamente se torna eletrônico, mas, ao mesmo tempo, o vídeo e a televisão também se deixam contaminar pela tradição de qualidade que o cinema traz consigo ao ser absorvidos (MACHADO, 1997, p.215).

Essa contaminação descrita por Machado (1997), hoje já encara um mundo em que as distinções entre um Videoclipe e um filme estão sendo diluídas e no máximo resguardadas na duração entre um e outro. Embora uma artista como a *Beyoncé* tenha ultrapassado inclusive essa barreira do tempo, ao vender seus CD’s como um “álbum visual”. Por exemplo, o disco *Lemonade* de 2016 veio acompanhado de um filme transmitido pelo canal por assinatura *HBO*. Ou então até mesmo obras que ultrapassam as barreiras técnicas e que foram realizados em película e convertidos para vídeo como o Videoclipe de “Recomeçar”³² do cantor e compositor paulista Tim Bernardes, lançado em 2018.

Tim Bernardes, que também é o vocalista e guitarrista da banda O Terno, já citada neste trabalho, se torna um grande exemplo de dois pontos fundamentais que, segundo Arlindo Machado (2000), reflete essa redefinição do Videoclipe: o músico-cineasta e a criatividade das produções independentes.

Mas antes, é preciso trazer a reflexão mais uma vez de que o Videoclipe é um gênero híbrido e que ganha forças de várias frentes da comunicação audiovisual, como o cinema, a televisão e a publicidade. Contudo, Arlindo Machado (2000) ressalta ainda que existe um abandono das regras do “bem fazer” que vieram da publicidade e do cinema comercial. Um outro aspecto a se destacar, é que

Nas últimas décadas, a idéia de gênero tem sofrido um questionamento esmagador, de parte inicialmente da crítica estruturalista e posteriormente do pensamento dito pós-moderno, para os quais esse tipo de discussão se tornou alguma coisa anacrônica, quando não irrelevante (MACHADO, 2000, p.67).

O gênero tem uma importância muito grande, ele cria um ponto de partida para a produção e interpretação, facilitando o entendimento de quem faz e de quem recebe. Mas ao mesmo tempo causa uma inflexibilidade na construção de um produto, as vezes se tornando até

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mfRj60-MpRU>. Acesso em 02 de outubro de 2018.

desnecessário (MACHADO, 2000). E é exatamente nessa perspectiva que o Videoclipe se supera. Ele já nasce como um gênero pós-moderno, que possui uma construção constante de características e modos de fazer, algo que Thiago Soares (2012) vai chamar de um “escorregadio”.

Nesse sentido, ao retomar as reflexões sobre a redefinição sobre o Videoclipe, é importante notar como os artistas, principalmente os independentes como o Tim Bernardes e sua banda O Terno tem usado esse produto não só como uma representação audiovisual das músicas – de forma artística ou comercial – e que usa influências dos já citados cinema e publicidade, mas também reciclando características desses meios, na construção dessa linguagem.

Para melhor elucidação, a banda O Terno possui dois vídeos em seu canal do Youtube que conseguem demonstrar essa redefinição. O primeiro, datado de 14 de junho de 2012 chamado de “A Fita Maldita – O Terno Lança ‘66’”³³. Um curta-metragem que anuncia o lançamento do primeiro disco da banda intitulado “66”. O curta possui apenas três minutos, mas acompanha junto ao enredo, a música “Zé Assassino Compulsivo” que faz parte do álbum.

O segundo vídeo, postado no dia 22 de julho de 2014, intitulado “Classic Albums – O Terno (2014)”³⁴ é um documentário que satiriza o programa de televisão de mesmo nome “Classic Albums”, que mostra como álbuns clássicos foram concebidos, produzidos e gravados. Neste documentário, eles recriam através de legendas, falas de várias pessoas famosas da música para poder promover a banda, como se ela fosse de longa data e mundialmente conhecida e apreciada (ver imagem 3).

Figura 3 – Ringo Starr tocava com O Terno



³³ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=JOzu1XO15wI>. Acesso em: 02 de outubro de 2018.

³⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=LmQORA0WzyQ>. Acesso em: 02 de outubro de 2018.

Fonte: *print screen* do vídeo “Classic Albuns – O Terno (2014)

Em um depoimento, Ringo Starr (ex-Beatle) diz que ele tocava junto com O Terno, para entender como eles tocavam tão bem

Esses dois vídeos, por mais que não utilizados de forma convencional como o Videoclipe acostumou, além de divulgar a banda – uma das funções primordiais do Videoclipe – mostra como a criatividade pode ser uma ferramenta bem mais poderosa do que grandes recursos financeiros, afinal por conta do segundo vídeo, eles conseguiram arrecadar fundos para a produção de um próximo disco, através do *crowdfunding* – caso já citado neste capítulo. Isso tudo corrobora com o posicionamento de Arlindo Machado (2000, p.178) que vai dizer que:

O videoclipe mais interessante é, portanto, aquele que nasce de uma sensibilidade renovada e de uma decisão crítica nos planos musical e audiovisual ao mesmo tempo. Essas atitudes criativas são hoje mais facilmente encontradas em produções de caráter independente, realizadas à margem dos esquemas mercadológicos predominantes.

Além disso, ele afirma também que:

Essa geração de músicos/cineastas começa a introduzir mudanças fundamentais no conceito de clipe. A partir dela, o videoclipe passa a ser pensada dentro de um processo mais integrado de autoria, que inclui tanto a música quanto a iconografia. Em alguns casos, a concepção musical já prevê o tratamento plástico, ou seja, determinadas soluções em termos musicais podem ter sido adotadas para possibilitar efeitos visuais preconcebidos. O clipe já não é algo que necessariamente vem depois da música, tampouco um acessório a música: ele passa a fazer parte do processo integral de criação. Imagem e som nascem juntos, fazem parte de uma só e mesma atitude criativa (MACHADO, 2000, p.184).

Estas palavras de Arlindo Machado são de uma atualidade inegável, principalmente depois que o Youtube surge como uma forma de divulgação alternativa para os produtos audiovisuais de um artista. A ausência de uma gravadora e do alto investimento são uma realidade que acompanha os artistas que usam das plataformas digitais para divulgar seu trabalho. Através dessa perspectiva, podemos ver hoje Videoclipes dirigidos pelos próprios músicos como por exemplo “Quando Bate Aquela Saudade”³⁵ do cantor carioca Rubel, que conta com 28 milhões de visualizações; Ou então, Videoclipes cujo a criatividade ultrapassa as barreiras da internet e conseguem chegar a festivais de cinema, como por exemplo “Prisioneiro do Futuro”³⁶ da banda Vivendo do Ócio, um vídeo em animação que concorreu ao *Martiniqui Film Festival* (ANTUNES, 2017).

³⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tMWpm_GOLaA. Acesso em 02 de outubro de 2018.

³⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2IILrjMR5S0>. Acesso em 02 de outubro de 2018.

Pensar nessas novas formas de realizar vídeos, é pensar também nas diferentes representações que surgiram nessa plataforma e que hoje possuem uma importância tão grande quanto um Videoclipe oficial, como por exemplo os *Lyric videos* e os vídeos *Sessions*.

Pode-se dizer que o surgimento dos *Lyric videos* acompanha o surgimento do próprio Youtube. Segundo os pesquisadores Michele Kapp Trevisan e Rafael de Jesus (2013) esse formato consiste em um vídeo musical onde a letra é exibida de forma sincronizada com a música, tornando sua característica mais marcante.

Além disso, é notável que a verba de produção não é tão elevada quanto muitos clipes oficiais, que mostram a banda ou o cantor em performances ou cenários elaborados. Na realidade, muitas vezes nem a imagem do interprete é mostrada, o que leva a crer que o lyric vídeo ainda é considerado uma produção menos importante do que o videoclipe oficial da canção. Porém, com o aumento das bandas e cantores que aderiram a esta estética, o lyric video vem se tornando popular e despertando cada vez mais a atenção dos consumidores de música (TREVISAN; JESUS, 2013).

Os primeiros protótipos desse formato surgiram graças aos fãs, que em um momento mais primordial do Youtube, criavam vídeos amadores contendo imagens dos artistas, além das letras das músicas sincronizadas. Hoje, essas peças dispõem recursos de computação gráfica, animação e uma concepção artística que os tornaram bastante populares e uma opção de divulgação de uma música, sem precisar investir grandes quantias em dinheiro.

Além do *Lyric video*, os chamados vídeo *Sessions* também geram bastante movimento nos canais de artistas no Youtube, que de forma mais simplista e crua, podem atrelar um produto audiovisual a suas músicas. Os *Sessions*, são encontrados principalmente em versões acústicas de vídeos, filmados as vezes até mesmo com câmeras de celular e disponibilizados pelas bandas, como uma prévia de uma música ou uma versão alternativa para os fãs. Mesmo não atendendo às características que associamos ao Videoclipe, esse formato, assim com o *Lyric video*, tem a pretensão de divulgar uma música de um artista, e por esses formatos serem bem mais baratos, por requisitarem de menos mão de obra e equipamentos, se tornam ferramentas de grande utilidade para os artistas independentes.

Para concluir estas observações, é bom destacar que por mais que a internet seja um lugar onde a publicação de conteúdo não é seletiva e assim, qualquer pessoa pode participar e conseguir atingir a um público, é incontestável o poder dos meios de comunicação massivos como a televisão e o rádio. Léo Ramos, vocalista e guitarrista da banda Supercombo, uma das mais promissoras bandas independentes e que como um grande exemplo de interatividade –

utilizam do seu canal do Youtube para postar seus Videoclipes, seus *lyric vídeos*, seus vídeos Sessions, vídeos do processo de gravação e até mesmo *gameplays*³⁷ - nos diz que:

Por mais que, é... esse lance da internet do YouTube seja um lance que hoje em dia é o canal, cara, a televisão em alguns lugares do Brasil ainda é como que o entretenimento chega na casa da família brasileira entendeu. Não acho que isso briga muito com a internet, mas óbvio se você já tem um trabalho rolando na internet e você aparece no programa no tamanho do Superstar que era o horário, sei lá, nobre que a gente apareceu. Fora as inserções que rolou durante a programação da Globo com a tua cara com o nome da tua banda (2018).³⁸

Por mais que outras tecnologias estejam sendo inseridas como meios de comunicação, assim como em outros momentos ao longo da história, não é necessário condenar a vida dos meios mais antigos por conta do surgimento de algumas novidades – que já nem são tão novidades assim. O mais adequado é, sim, trabalhar com atitudes que se complementam e se renovam para a contínua produção de conteúdo.

³⁷ Vídeos de jogatinas feitas para o Youtube.

³⁸ MÚSICA, Pipocando. 7 Artistas que SURGIRAM na INTERNET! (ft. Supercombo). 2017. (23m00s). Disponível em: <https://youtu.be/EOXlp_r9YTts>. Acesso em: 02 out. 2018.

4. O VIDEOCLÍPE EM SÃO LUÍS

4.1. O Guarnecer

O Festival Guarnicê de Cinema é um festival realizado pelo Departamento de Assuntos Culturais da Universidade Federal do Maranhão. Hoje ele ocupa a posição de segundo festival de cinema universitário mais antigo e o quinto festival de cinema mais antigo no Brasil.

O festival já está na sua 41ª edição, acontecendo anualmente durante os meses de junho e julho em São Luís, sempre promovendo mostras de cinema competitivas, aceitando longas-metragens; curtas-metragens de todo o Brasil e também de outros países. Promove também ações formativas com oficinas, *workshops* além de bate-papos com os participantes e convidados.

Mas antes de existir o festival, é importante destacar que durante a década de 1970 o movimento de cinema em São Luís já possuía alguns ativistas, que usando dos poucos recursos disponíveis, conseguiram através da Fundação Universidade Federal do Maranhão e da Coordenação de Extensão e Assuntos Comunitários, criar um Cineclubes Universitário em 1975 (PIRES, 2002). Murilo Santos e Euclides Moreira Neto se tornaram referências na produção cinematográfica em São Luís e se tornaram também responsáveis pelo começo do Festival Guarnicê. O ano de 1977 foi determinante para o surgimento do festival. Neste ano, a produção de filmes em São Luís cresceu bastante e com muita qualidade, participando de festivais de cinema em todo o Brasil. (PIRES, 2002).

Os Videoclipes em São Luís, assim como num contexto nacional, só começaram a ser produzidos após a chegada do vídeo-tape, que possibilitava uma maior acessibilidade a uma ferramenta de captação de imagens. Timidamente, o formato começou a ter espaço na cidade a partir do Festival Guarnicê, que em suas primeiras edições não abrangia a categoria de uma forma específica, mas já aceitava alguns Videoclipes.

A 1ª Jornada Maranhense de Super-8³⁹, como foi chamada a primeira edição do Festival Guarnicê aconteceu nos dias 24 e 25 de setembro de 1977, promovido pela UFMA – Universidade Federal do Maranhão. Nesta edição,

Foram inscritos cerca de vinte e três filmes, sendo apresentado somente dezoito durante a jornada e todos produzidos na bitola super-8mm, daí o porquê da sua denominação.[...] Os filmes apresentados foram realizados por estudantes

³⁹ Super-8 é um formato cinematográfico. O filme tem 8 milímetros de largura, exatamente o mesmo que o antigo padrão 8 mm, e também tem perfurações de apenas um lado, mas as suas perfurações são menores, permitindo um aumento na área de exposição da película, e portanto mais qualidade de imagem.

universitários, pessoas da comunidade e profissionais liberais que praticam a sétima arte, tendo esses, a preocupação de documentar a realidade maranhense de forma generalizada: a sua cultura, seu povo, seus poetas, suas paisagens e seus monumentos (PIRES, 2002, p.23-24).

Mas é exatamente na décima-oitava edição, do agora nomeado como Guarnicê de Cine-Vídeo em 1995, que temos pela primeira vez de forma estruturada a categoria “1º Troféu Guarnicê de Vídeo Clip”. Em edições anteriores, por conta da popularização do vídeo-tape e o VHS, o festival já tinha dado espaço para alguns formatos que posteriormente iriam também servir de base para a categoria de Videoclipe. Dentre elas, “Melhores Vídeos” que possuíam as subcategorias como “vídeo didático”, “ficção” e “documentário”; “Melhor Reportagem Televisionada”, “Melhor Comercial” e também a categoria “Vídeo de 1 Minuto” (PIRES, 2002).

O festival já tinha familiaridade com o gênero do Videoclipe, uma vez que em edições anteriores, o Guarnicê já havia recebido inscrições que continham o formato descrito como “Videoclipe”. A partir disso surgiu a necessidade de se criar uma categoria própria para o gênero. José Guterres, técnico-projecionista do festival explica como acontecia esse acesso ao Festival.

Devido o que... nos festivais anteriores as inscrições, eles não davam, não davam temas... porque o Guarnicê ele nunca foi temático, não dava temas de categorias. Então... o cara simplesmente fazia o videoclipe contando uma história de uma família retirante do Nordeste, então ele inscrevia lá! Né... aí colocava título... o nome no título e depois formato era videoclipe. Como tava havendo muitas inscrições na época foi criado então esse troféu... 1ª Troféu para Videoclipe. Como era esse troféu? Nas inscrições que era aberta no geral, o que eu fazia... Cabia a mim separar todos os trabalhos de cunho musical, que era videoclipe. Aí os trabalhos de cunho artístico-cultural eram para o outro concurso chamado Nêgo Chico (2018).⁴⁰

Na estreia da categoria, catorze Videoclipes concorreram ao troféu (Anexo A)⁴¹. Alguns desses Videoclipes eram vídeos experimentais, que não necessariamente estavam associados à alguma música de artista ou banda. Mas compreendia a definição que Arlindo Machado (2000) descreve ao se tratar de um formato simples, de baixo custo, de curta duração, com uma seleção de imagens.

E apenas dois eram de músicos maranhenses: “Essência do Ser”, da cantora Ana Torres com direção Ernani Paiva e “O Radinho” de César Nascimento, com direção de Cícero Silva. Mas especificamente no Videoclipe, é necessário destacar que o Festival foi uma das primeiras plataformas conhecidas na cidade São Luís a dar espaço para as produções em vídeo dos músicos.

⁴⁰ Entrevista cedida por José Guterres para esta pesquisa.

⁴¹ Disponível na Página 98 desta pesquisa.

Muitos, muitos diretores e produtores da época com explosão do VHS e das vídeo locadoras é... faziam muito videoclipe, naquela época fazer videoclipe era muito mais dinâmico do que documentário. Por quê? Porque o cara tava começando a viver uma nova linguagem no audiovisual... então eu tendo uma produtora que produzia comercial, também aproveitava pra fazer videoclipe. [...] Então a onda do videoclipe foi assim... um estouro! (GUTERRES, 2018).

Foram quinze edições em que o Festival Guarnicê premiou o melhor Videoclipe, entre os anos de 1995 e 2011. Em sua última edição – a décima-quinta – no 34º Festival Guarnicê de Cinema, já era possível perceber um outro perfil de concorrentes. Dos 11 selecionados, todos eram vídeos musicais (Anexo B)⁴², contando com a participação de três Videoclipes maranhenses: “Estranha” da banda MichalBoyzBand, dirigido por Michael Mesquita; “Você Aqui” da banda Audi Stock, também dirigido por Michael Mesquita e “La Sombra” da banda Negokaapor, dirigido por Weberth Lima. É de extrema importância destacar uma certa autonomia na criação desses trabalhos, uma vez que os próprios músicos das bandas foram os diretores dos Videoclipes, já mostrando uma mudança na forma de produção e numa renovação que Arlindo Machado (2000) descreve como uma nova safra de músicos-cineastas.

Porém, logo após essa edição a categoria foi removida do Festival. Segundo Guterres Filho, o fim do troféu para Videoclipe teve uma razão administrativa, que após mudanças de diretores e gestores, acarretaram na saída da categoria do Guarnicê.

Depois da saída de um nosso diretor e de algumas pessoas que faziam parte... e também isso é uma questão muito administrativa, o festival ele é organizado por uma instituição pública federal, e é de seu saber que a cada... a cada quatro anos muda um gestor e muda um diretor e isso é uma consequência (2018).

A importância do Festival Guarnicê se compreende por ter sido a primeira plataforma que os músicos maranhenses tiveram para expor seus trabalhos usando o audiovisual. É importante destacar que após toda a trajetória desta pesquisa, fica nítido que a temos no vídeo uma grande importância para a música e também uma grande forma de convergir diferentes expressões artísticas, para a produção de um conteúdo que tem a qualidade necessária para estar em um festival de cinema.

Após a saída da categoria do Festival, os Videoclipes não encontraram nenhuma outra plataforma fixa para serem exibidos e divulgados. Consequentemente as bandas também. Com uma breve ressalva para programas jornalísticos locais que chegaram a produzir algumas reportagens anunciando lançamento de CD's e shows. Torna-se importante destacar que como já foi tratado dentro desta pesquisa, a produção de vídeo apenas começa a se tornar acessível

⁴² Disponível na Página 99 desta pesquisa.

durante a década de 1990 com a crise do cinema e os equipamentos começam a se baratear durante o decorrer dessa década e durante os primeiros anos do século XXI.

Neste sentido, só após o surgimento do Youtube que, assim como no Brasil inteiro e em São Luís, que parte dos artistas independentes conseguiram ter novamente uma plataforma para poder divulgar seus Videoclipes, que antes, estavam restritos a MTV e outros canais de TV fechada.

Pra você... uma banda que tinha um clipe já era uma vitória na carreira, assim. Já era tipo assim, era... pô esses caras já tão um degrau acima! E na época a gente pensava 'eles já tão a dois passos do paraíso' estão a dois passos do Faustão, de bombar. Até porque na época mesmo, clipes independentes existiam inclusive foram... eles acabaram sendo veiculados em programas alternativos de TV fechada que eu acompanhava... o Multishow tinha o Experimente que era só clipes de bandas independentes. Mas ainda assim, ainda assim... a exposição era limitada desse tipo de coisa e ainda assim sempre foram megaproduções até dentro dos clipes independentes, tipo sempre era uma equipe de filmagem que fazia... só que hoje em dia pelo acesso à informação e a técnica... até porque é muito fácil... eu vou tá chovendo no molhado. Cê 'googla' [sic] qualquer coisa e com muita boa vontade você faz do equipamento mais tosco você tira o melhor dele entendeu (NASCIMENTO, 2018)⁴³.

Uma realidade que foi transformada ao longo do século XXI, com o surgimento de novas tecnologias e o processo de convergência midiática que proporcionou a velocidade de produção, pós-produção e rápida distribuição associadas a uma plataforma de distribuição de vídeos online, como é o Youtube.

O Youtube emergiu como um site fundamental para a produção e distribuição da mídia alternativa – o marco zero, por assim dizer, da ruptura nas operações das mídias de massa comerciais, causada pelo surgimento de novas formas de cultura participativa. No entanto, temos de compreender o Youtube como parte de uma organização cultural maior. Em primeiro lugar, o Youtube representa o encontro entre uma série de comunidades alternativas diversas, cada uma delas produzindo mídia independente há algum tempo, mas agora reunidas por esse portal compartilhado. [...] Ter um site compartilhado significa que essas produções obtêm uma visibilidade muito maior do que teriam se fossem distribuídas por portais separados e isolados. Significa também a exposição recíproca das atividades, o rápido aprendizado a partir de novas ideias e novos projetos e, muitas vezes, a colaboração, de maneira imprevisíveis entre as comunidades (JENKINS, 2009, p. 348).

4.2. Os Vídeos Sessions

Como tratado no capítulo anterior, uma proposta de redefinição do Videoclipe está nos vídeos *Sessions*, por conta da facilidade de produção e também no baixo custo. Em São Luís, vários músicos também começaram a investir nesse formato, inspirado principalmente por essa mudança de produção de conteúdo audiovisual para a internet. A partir dessa forma de

⁴³ Entrevista cedida por Caetano Nascimento para esta pesquisa.

distribuição e divulgação, artistas conseguiram estabelecer um contato maior com seu público e até facilitar a adesão de músicas

É muito mais fácil vender um trabalho tendo todo um aparato visual junto a ela sabe? As pessoas acabam comprando mais, consumindo mais, na verdade. Tem muitos relatos de pessoas que falavam ‘eu não gostava muito dessa música, mas depois do videoclipe eu fiquei mais... mais cativado ao ouvi-la, sabe? (PAZ, 2018)

A partir dessa nova forma de produção, é necessário destacar três projetos de realizados através do Youtube que apresentam esse formato em seus canais: O Sobre Tatame Sessions, Monotonia e o Blackroom Sessions.

O Sobre Tatame Sessions é um quadro do site Sobre o Tatame, idealizado por Jonas Sakamoto e Gustavo Sampaio, quando ambos trabalhavam no site Imirante.com. Numa tentativa de remar contra a maré dos veículos de comunicação tradicionais, o Sobre o Tatame aposta em sua linha editorial postagens de ativismo cultural, comportamento e além de publicar reflexões sobre assuntos pertinentes.

O Sobre o Tatame é um espaço que tem o objetivo de levar pequenos golpes de inspiração para as batalhas da vida. O nome é uma metáfora ao palco de luta que é a vida real e todos os seus dilemas, desafios, derrotas e vitórias. [...] É fosse um espaço em que você entra, adquire conhecimentos por meio dos conteúdos em uma das nossas categorias (comportamento, cultura, fotografia, listas e viagens, além do quadro Sobre O Tatame Sessions) e sai com graus à mais no horizonte do conhecimento. (TATAME, 2017)

O quadro de *Sessions* do site teve sua estreia em 26 de outubro de 2016, com o vídeo “Soulvenir - Reach Out The Sun | Sobre O Tatame Sessions” – banda que inclusive chegou a participar do festival Nosalive em Lisboa – e serviu em sua primeira versão para divulgar os artistas locais.

O Sobre O Tatame Sessions, ele surgiu porque eu percebia, tanto com Gustavo – só que Gustavo no primeiro momento ele não tava – que lá no Imirante a gente divulgava muito artista local e era muita gente boa, pô... eu falei: mano vou dar voz e vez pra uma galera num formato super simples mesmo... “ô liguei a câmera toca aí” [...] e aí ele surgiu com esse intuito de... cara vou tentar fazer um material por meio de algum artista que é independente, que não tem muito aparato e divulgar essa galera, saca? (SAKAMOTO, 2018)⁴⁴

Após algumas edições, o formato começou a expandir, tanto em conceito quanto em produção. Os realizadores conseguiram trazer mais artistas, que agora além de gravarem suas músicas, também davam depoimentos sobre as suas composições. Isso gerava um conteúdo extra para os vídeos, além de reforçar uma cultura de participação entre os músicos e os fãs. Esse formato de vídeo músico-documental inclusive atravessou a barreira da internet e ganhou um formato “físico”, que estreou no dia 14 de junho de 2018, trazendo os músicos dos

⁴⁴ Entrevista cedida por Jonas Sakamoto para esta pesquisa.

Videoclipes para um show ao vivo através de um edital do Centro Cultural Vale do Maranhão. Conseguindo cumprir com o intuito idealizado pelos produtores de divulgar os músicos dentro e fora da internet. (SAMPAIO, 2018)

Além do Sobre O Tatame Sessions, outros dois canais no Youtube também se tornaram referencia nesse formato de produção. O Monotonia, idealizado por Rick Ramos, foi um projeto que somou milhares de visualizações entre 2016 e 2017, trazendo artistas de diferentes gêneros. O projeto hoje já se encontra findado, porém posteriormente se tornou um documentário abordando o cenário musical maranhense. O Monotonia conseguiu atingir grande adesão através do vídeo “Sfania – Covardia | Monotonia”, que hoje contém aproximadamente 15 mil visualizações, sendo até hoje o vídeo com maior número de visualizações dessa música⁴⁵.

Por fim, temos o Blackroom Sessions, que é de criação de Sandoval Filho, dono do Blackroom Estúdio. Um estúdio que trabalha com gravação, produção musical e audiovisual. O Blackroom Sessions traz como seu maior diferencial uma qualidade de captação de som profissional nos vídeos. As canções são executadas ao vivo, no próprio estúdio com uma ambientação escura em alusão ao nome do lugar – Blackroom em uma tradução livre para português significa “quarto escuro”.

Esses canais do Youtube são um reflexo desse novo momento de produção que agora encontra na internet uma plataforma de divulgação de materiais que além de terem uma qualidade indiscutível, mostra uma nova cena de produtores de vídeos. Em São Luís, essa produção de *sessions* consegue ser um parâmetro para músicos que estão preocupados com a produção tanto musical, quanto de material audiovisual, uma vez que a partir deste século o barateamento para criação de estúdios para gravação musical (SANTINI, 2005) se tornou uma realidade, quase que no mesmo tempo em que o acesso de produtos para captação de imagens e pós produção estão disponíveis em grande escala.

Esses dois elementos somados conseguem ser um ponto de partida para entender o motivo de como o gênero do Videoclipe vem sendo usado para a divulgação do trabalho dos artistas independentes em São Luís. O cineasta e administrador do Cine Praia Grande, Rafaele Petrini, lembra que essa logística ainda segue o padrão MTV e que mostra um novo momento para o audiovisual maranhense.

Tô vendo pessoas já pensando em lançar um single com videoclipe, né? Que é uma coisa bem MTV, agente cresceu vendo MTV, a gente via... a gente sabe como eram empacotados, como eram lançados os singles, um disco. Mas não tinha um meio... eu acho que a coisa mais difícil era ter uma plataforma de divulgação. E também a

⁴⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=5aQHv4jWNT8>. Acesso em 21 de outubro de 2018

tecnologia digital hoje tá muito mais acessível, né? E acho também, e isso é uma coisa importante, que tem muito mais pessoas interessada em fazer audiovisual no Maranhão e isso facilita a produção de maior número de vídeos e vídeos de maior qualidade também (2018).⁴⁶

Ter um meio acessível para divulgar os vídeos se torna até mesmo um incentivo para a produção. A nível local, os Vídeos produzidos, assim como o próprio cinema maranhense, era feito para estar submetido ao Festival Guarnicê e não tinham para onde escoar ou continuar gerando mais conteúdo. Essa realidade mudou com a chegada da internet e de sites como Youtube, Vimeo e fizeram artistas tanto do cinema como da música, se aproximarem através do Vídeo. Exatamente pensando nesse momento de colaboração entre as diferentes artes que o Maranhão na Tela resgatou a categoria Vídeo para seu festival de cinema.

4.3. Maranhão na Tela

O Vídeo como já foi tratado nesta pesquisa, é um gênero oriundo da televisão. Um híbrido que mescla cinema, publicidade e TV. Essa afinidade com diferentes artes e meios de comunicação, só o permitem explorar diferentes vertentes de criação e aproximar pessoas de várias expressões artísticas a culminarem num resultado audiovisual. Em São Luís, sua produção se tornou algo promissor a partir do surgimento de uma nova safra de músicos independentes que através do audiovisual, enxergam uma possibilidade fazer seu trabalho alcançar mais pessoas através da internet. Isso concorda com o novo momento em que o cinema maranhense se encontra e o Festival Maranhão na Tela é um grande responsável desse processo. Rafaelle Petrini destaca que:

O vídeo acho que é uma das tendências mais importantes que surgiram nos últimos 5 anos no cinema do Maranhão, aí a gente viu isso, eu acho pelo menos a meu ver, eu comecei a enxergar melhor, a ver os vídeos maranhenses a partir naquela noite no Maranhão na Tela que foram exibidos os vídeos (2018).

O Festival Maranhão na Tela é focado no incentivo da produção audiovisual maranhense e acredita no poder de produção cultural que existe no maranhense. Iniciado em 2007, os organizadores visam colocar o Maranhão como mais um polo de produção nordestino. O Maranhão na Tela, oferece ações gratuitas de capacitação, além de uma troca de conhecimentos com vários profissionais do cinema nacional, assim como a propagação de diferentes e ricas culturas do Brasil para outras localidades. Sua idealizadora Mavi Simão, conta que a ideia surgiu com o desejo de levar a cultura maranhense para o Brasil

⁴⁶ Entrevista cedida por Raffaella Petrini para esta pesquisa.

A Maranhão na Tela nasceu do imenso desejo de fomentar a produção cinematográfica maranhense e me lembro exatamente quando essa vontade nasceu. Foi em 2006, morava no Rio há três anos e por lá me ressentia com a falta de conhecimento do carioca acerca da história, da cultura e principalmente da potencialidade do povo maranhense. Um desconhecimento que infelizmente é regra, se estende a muitas outras localidades e sempre me incomodou. Se o Brasil visse mais imagens sobre as coisas do Maranhão isso não seria tão latente (2018).⁴⁷

O cinema foi a solução encontrada para fazer esse intercâmbio cultural, mas não apenas desenvolver um festival, mas sim fomentar a produção cinematográfica maranhense, trazendo capacitação e propagando a corrente da sétima arte na cidade de São Luís

Prestes a me formar em cinema e com alguns anos de ficha corrida no mundo das imagens, botei na cabeça que o audiovisual seria a chave para solucionar esse problema. Mas como fazer isso? Produzindo sozinha eu conseguiria muito pouco! A resposta veio quando percebi que contribuindo para que muitos outros produzissem estaria fazendo algo mais concreto (SIMÃO, 2018).

Em 2017, na comemoração de sua décima edição, o festival inaugurou a categoria competitiva “Videoclipe”, destacando que o gênero merecia uma abordagem oficial e não apenas como uma mostra. No ano da estreia da categoria, dezenove videoclipes foram selecionados pela curadoria do festival, em diferentes gêneros musicais. A importância atribuída pela organização ao gênero estava ligada também ao momento musical maranhense. “A categoria videoclipe veio de uma demanda da cena musical maranhense. Muitos videoclipes sendo produzidos de bandas e músicos bem legais. Numa cidade tão musical, não tinha como não abirmos essa categoria.” (SIMÃO, 2018)

O Maranhão na Tela, segundo organizadores e participantes é o festival que melhor representa o novo momento do cinema maranhense, que está em direta conversa com a produção de Videoclipes e das novas formas de se produzir e divulgar conteúdo audiovisual.

É um festival acho que é mais pessoal, mais próximo, mais... menos pomposo e mais direto e mais atento às tendências que a gente está tendo aqui no Maranhão. Então a grande sacada de Mavi no Maranhão na Tela do, do... ano passado foi realmente incluir o videoclipe, e não incluir o videoclipe como mostra, incluir o videoclipe como categoria! Categoria com júri, com voto... então isso eu acredito, eu não quero ser injusto, mas eu acredito que em um ano que se passou desse Maranhão na Tela, né... A cena do videoclipe foi muito potencializada (PETRINI, 2018).

Para a curadoria do festival, a adesão por meio dos músicos e dos produtores de Videoclipe da cidade, foi uma grande surpresa. O Maranhão na Tela era familiar com qualidade dos cineastas maranhenses, mas não sabia que os Videoclipes conseguiam estar no mesmo nível de uma produção cinematográfica. Josh Baconi, cineasta e curador dos Videoclipes no festival diz que:

Eu acredito que a gente vai ser surpreendido por muita coisa pela frente, porque antes de se realizar a mostra... a mostra de videoclipes do Maranhão na Tela, eu não tinha

⁴⁷ Entrevista cedida por Mavi Simão para esta pesquisa.

muita noção do que esperar. Eu sabia da qualidade dos filmes maranhenses né, da... da galera que tava tentando fazer um filme, mas mesmo assim mostrar o que pensa em relação a tudo, enfim... mas os videoclipes eu me surpreendi porque eu vi que tinha uma direção mais afiada, a direção dos videoclipes parecem ser muito mais afiadas em comparação com a quantidade de filmes Maranhense que a gente já produziu até aqui. Se se inscreveram 20 videoclipes e os 20 videoclipes entraram na mostra, isso significa que qualidade dos videoclipes está superior ao do cinema daqui, assim no sentido de completo (2018).⁴⁸

Essa perspectiva vai de acordo com o que foi muito questionado no começo da adesão do vídeo como um formato de captação de imagens. O gênero do Videoclipe sempre foi colocado como apenas uma forma de divulgação de bandas e músicos, sem nenhuma preocupação estética ou argumentos em sua composição. O Maranhão na Tela conseguiu perceber que o formato já evoluiu e conseguiu atribuir suas produções ao nível do cinema, exatamente por essa flexibilidade que o diretor encontra ao poder dirigir um Videoclipe, que agora tem cada vez mais o auxílio da tecnologia digital. Esse foi um dos principais motivos para a adesão dessa premiação do festival, que além de premiar o melhor Videoclipe, conseguiu aproximar diferentes produtores de conteúdo artístico em São Luís.

Esse foi o gatilho. Fazer... aproximar a galera que estava produzindo videoclipe da galera do cinema, até porque a música também tem muito a ver com cinema! Cinema é essa arte que envolve todas as outras artes e videoclipe não deixa de ser cinema também! Tem muitos videoclipes que a galera diz isso é cinema! (BACONI, 2018).

Concluindo este ponto, a mobilização gerada pelos Videoclipes foi tão grande para os organizadores do Festival Maranhão na Tela que no ano de 2018 eles continuaram a promover a categoria, agora com premiações individuais para “Melhor diretor”, “Melhor Roteiro” e demais categorias.

4.3.1. Os Videoclipes do Maranhão na Tela 2017

No total dezenove (Anexo C)⁴⁹ Videoclipes foram selecionados para a competitiva do Maranhão na Tela. Alguns desses, sendo mais de um por banda ou artista. Para tal, foi realizado uma entrevista, com o objetivo principal de entender como o Videoclipe tem sido uma ferramenta de difusão para esses artistas independentes. Neste sentido, foi possível compreender melhor dentre outras coisas: O que os motivou a produzir um Videoclipe; se é realmente mais fácil produzir esse tipo de conteúdo hoje e principalmente se esse material trouxe de fato alguma visibilidade maior para o artista.

⁴⁸ Entrevista cedida por Josh Baconi para esta pesquisa.

⁴⁹ Disponível na Página 100 desse trabalho.

Dentro dos artistas pesquisados, alguns se mostraram mais conscientes do que outros ao responder sobre o que o Videoclipe significa para a construção da carreira artísticas deles. Enquanto outros demonstram que entendem a necessidade de uma produção audiovisual, mas não conseguem perceber as potencialidades existentes no formato. Caetano Nascimento, guitarrista da banda Ornitorrincos do Sertão Turu conta que o Videoclipe para eles foi uma forma deles mostrarem uma reestruturação, tanto de membros quanto de estilo musical, que antes eles eram associados.

Isso é uma análise que a gente, que a banda mesmo fez a fundo... até um pouco depois de ter gravado o clipe, a gente percebeu o que que era o peso real que estava colocando ali, entendeu? Não era a ansiedade artística, mas ansiedade dizer ‘galera a gente ainda está ativo e a gente tá produzindo... isso’ ou ‘galera a partir de hoje a gente já não é mais o que vocês associavam a gente a ser, nós já estamos virando essa outra vertente, nós já temos essa outra imagem, nós já temos essa outra formação’. Então tipo assim, foi um momento de extrema assertividade para formação da gente na época, sabe? Para todo mundo. Tanto... como a gente queria que as pessoas vissem a gente, quanto o que a gente queria expor pro público (2018).

Contudo, Nascimento define que por mais que o Videoclipe apresente uma importância para a banda e todos aqueles que são fãs – uma vez que o grupo estava há alguns anos sem produzir nada – o Videoclipe não traz nada que pudesse cativar o espectador. Não existe um roteiro definido, não existe um conceito ou escolhas estéticas. Ele conclui que o grupo não obteve uma visibilidade maior pelo vídeo, mas compreende que a falta de conhecimento do meio independente se torna um fator decisivo para a não utilização desse meio para ser um agregador ao trabalho musical.

Pelo vídeo não... porque como eu te falei: existe ainda uma imaturidade, mas a imaturidade por falta de idade, falta de construção do meio Independente, acerca de você criar um conteúdo visual que seja realmente impactante. Que realmente seja um negócio que agregue. É um vídeo da gente tocando, cara... tipo assim no máximo tem a gente suado no final, entendeu? Que nem era um... tipo assim: as pessoas se identificariam com esse clipe porquê? Tipo assim, ele teve uma importância que foi muito maior do que de divulgação, entendeu? Primeiro existe o fato de você ver as caras, os rostos que estavam envolvidos no trabalho. A Ornitorrincos agora tem essas caras (NASCIMENTO, 2018).

A preocupação que a banda Ornitorrincos do Sertão Turu tinha de se apresentar para o público, mostrar quem são os membros e a nova proposta da banda, conversa com os mesmos propósitos que motivaram a banda Desdemona ETC a produzir um Videoclipe. A Banda recém-formada no ano de 2017, percebeu que o audiovisual poderia ser uma forma de estender a capacidade das músicas.

A gente gravou um EP e a gente sentiu a necessidade de junto do EP lançar um produto audiovisual. E a gente escolheu a faixa ‘Homens ao Mar’ porque era faixa quem a gente tinha trabalhado em maior coletividade, composto ela juntos. E a gente sentiu que se a gente não lançasse em um clipe, a gente meio que estaria não aproveitando a

capacidade de alcance das músicas tão bem quanto lançando um clipe. Então a gente decidiu lançar um clipe e não só lançar o clipe, mas usar esse gatilho do clipe, também para fazer uma festa de lançamento que pudesse dar uma visibilidade para a gente (RANGEL, 2018).

É possível notar que a preocupação da banda estava em aproveitar o momento em que eles passavam: com um EP recém lançado, visando impulsionar suas músicas, torna-las mais acessíveis e até mesmo mais fáceis para os fãs aprenderem. Neste sentido, a banda queria usar o Videoclipe como uma forma primordial do gênero: tornar público uma nova canção e divulgar visualmente os artistas, além de atingir o maior número de pessoas possíveis.

Essa preocupação que existe entre imagem e música, consegue ser visualizado de duas formas dentro desta pesquisa e que são mencionadas pelos entrevistados. O guitarrista da banda Soulvenir e também guitarrista e vocalista da banda Boys Bad News, Sundays James, entende que a relação da música e imagem vem de uma relação primordial e que não há como ser desassociada.

Então assim, cara! Eu sempre, eu sempre associei a música... Isso é uma resposta até pessoal. Eu sempre associei a música à imagem... então sempre que eu escutava um som, eu tava vendo um filmezinho ali, saca? Ficava viajando... então eu acho que o que o lance da imagem com a música agrega bastante! Tu consegue sentir e entender melhor tudo aquilo que está sendo cantado, falado, pensado (2018).⁵⁰

Essa associação é o que o autor Arlindo Machado (2000) chama de sinestesia. A importância dessa conversa entre os diferentes meios, faz com que a necessidade hoje de produzir um conteúdo audiovisual esteja muito pautado em uma divulgação na internet e redes sociais digitais, mas também mostra o impacto que isso causa para os espectadores que conseguem absorver melhor as músicas, através de vídeos. Em casos relatados para esta pesquisa, nem mesmo se viu necessário a gravação da música em estúdio para que os fãs a conhecessem: bastou um vídeo simples, gravado em quarto, como conta Nairon Botão, da banda Raja.

Então a gente não tem, não chegou a filmar outros clipes né... mas não sei se cabe para ti mas a gente produziu muito, muito vídeo assim [simples] sacô? Quando a gente começou, uma música que a gente não gravou ainda chamada 'Pensamento Blindado'. uma galera sabe cantar ela de um videozinho simples no YouTube que tem lá que é uma câmera parada e a gente tocando, a gente nem aparece é só bibelôzinho do meu quarto e a gente mandando esse som e uma galera sabe essa música. Sendo que ela nunca foi gravada E aí no segundo CD Nós estamos organizando essa música né e com certeza vamos fazer uma produção visual também (2018).⁵¹

Isso mostra que até mesmo que vídeos simples, como os que podem ser encontrados em *Sessions* ou vídeos como os descritos por Nairon Botão, tem um impacto muito grande para a

⁵⁰ Entrevista cedida por Sundays James para esta pesquisa.

⁵¹ Entrevista cedida por Nairon Botão para esta pesquisa.

divulgação da banda. Concluiu também, que a facilidade que hoje se encontra ao produzir um vídeo e publicá-lo no Youtube, por exemplo, auxilia os artistas a terem maior repercussão. Henry Jenkins em seu livro “Cultura da Conexão” (2014) relata o caso de Susan Boyle, que em uma apresentação de um reality show de calouros, surpreendeu a todos com uma incrível voz ao performar a música “I Dreamed a Dream”. Pouco tempo depois, milhões de visualizações, centenas de vídeos repostados com legenda em diferentes idiomas. Isso compreende a facilidade que um conteúdo consegue se propagar através de uma rede de conexão.

Em uma escala claramente menor, é isso que hoje os Videoclipes dos participantes do Maranhão na Tela realizam. Os vídeos conseguem ser compartilhados, conseguem atingir mais pessoas, e conseguem inclusive o reconhecimento e um retorno financeiro, afinal o Maranhão na Tela premiou o “Melhor Videoclipe”.

Os Videoclipes, dentre os entrevistados, foram realizados de forma colaborativa entre amigos e parcerias, reafirmando a facilidade que existe na execução desse tipo de conteúdo nos dias hoje. Graças ao Youtube, que se tornou uma plataforma democrática que promove o consumo de vídeo e o coloca hoje, para o músico, tão importante como o áudio.

Tava surgindo o YouTube que era uma plataforma aberta né que você poderia divulgar vídeo tranquilamente então eu vi a necessidade de produzir o clipe porque hoje em dia a galera consome muito do áudio claro, né... nas plataformas de streaming, mas o vídeo, né, e o áudio juntos... ele pode virar um alcance maior, então foi por isso! Foi na ideia de tentar uma visibilidade maior pra banda que a gente produziu esse primeiro clipe (BOTÃO, 2018).

Mas vale destacar que de forma quase totalitária, nenhum dos entrevistados conseguiu mensurar de fato o impacto que isso ocasionou na carreira artística deles. Hugo Rangel, guitarrista e vocalista da Desdemona ETC acredita que isso pode ser explicado pela falta de preocupação no meio com o uso consciente do vídeo.

Até porque é uma coisa [Videoclipes] pouco explorado aqui no mercado das bandas, aqui em São Luís. São poucas as bandas que produziram videoclipes assim... e poucas as bandas que produziram videoclipes que... que geraram o resultado para além do underground, sabe? Inclusive gente ainda não chegou nesse ponto, mas aqui em São Luís mesmo, outros artistas, não vou nem dizer bandas, produziram clipes que conseguiram chegar 100 mil visualizações. Simplesmente por serem clipes muito bons que conversavam com o contexto da época e agradaram um nicho consumidor daquele tipo de... de mídia, daquele tipo de conteúdo. E por serem vídeos muito bons, como por exemplo da Frimes⁵² conseguiram atingir uma repercussão massa (2018).

E isso vai de encontro ao que Caetano Nascimento fala ao relatar que o meio independente ludovicense ainda não usa do Videoclipe como uma ferramenta que som

⁵² Frimes, é uma *dragqueen* ludovicense que lançou no dia 21 de maio de 2018 o Videoclipe da música “Fadinha” dirigido por Lucas Sá. Esse clipe conseguiu em pouco mais de 5 meses mais de 400 mil visualizações.

Só que é uma, uma... uma impressão minha: nós do independente ainda... a gente percebe que as pessoas, elas estão mais... elas ainda tem uma visão meio arcaica, na minha visão, de só viabilizar imagem, tipo assim: “ah não, vamos gravar um videoclipe de uma música aí é só importante ter imagem”; “vamos filmar gente andando na rua”. Assim, da maneira mais simplória possível e não percebem que já existe uma procura de imagens que venham carregado de muito mais coisas do que só mostrar a cara. Tipo assim, eu acho que as pessoas elas... a música hoje em dia, eu uso como exemplo o último clipe da Ariana Grande ‘God is a Woman’ [...] o videoclipe tem se tornado uma parada tão forte, mas tão forte que tem tipo assim... tem artistas que superam a barreira da popularidade deles devido a eles [o videoclipe]. Porque eles já vêm agregados a um discurso político e um visual extremamente... tão Maduro e tão impactante que não tem... você não consegue passar despercebido. [...] então eu acho que existe muito, muito poder e os meios independentes ainda estão achando as maneiras mais criativas de viabilizar isso (NASCIMENTO, 2018).

Essa é uma forma de dizer que não basta apenas produzir. Hoje o momento pede algo completo. Algo que com um argumento e que agregue, com intenção de atingir e alcançar o maior número de pessoas. O meio musical independente ludovicense – como mostrado na pesquisa – trabalhando ainda com o audiovisual de forma colaborativa, não consegue viabilizar uma forma de criar um Videoclipe que converse com um conceito estabelecido previamente ou até mesmo durante a concepção das músicas – uma prática comum nos dias de hoje (MACHADO, 2000) –, diminuindo a potencialidade deste produto. Por isso, não é possível mensurar se o seu Videoclipe trouxe uma visibilidade maior para os artistas.

Concluindo este raciocínio, por mais que exista uma plataforma gratuita de vídeo na internet, como é o Youtube, os Videoclipes pesquisados têm sido usados como peças de divulgação, porém sem trazer um resultado conclusivo sobre a disseminação da música.

5. Conclusão

O Videoclipe surgiu para ser uma peça da indústria fonográfica para divulgar os artistas. Por mais que no seu começo, este gênero não fosse tão valorizado pela indústria e não utilizado em sua capacidade máxima, ele conseguiu conquistar o público consumidor através de ideias criativas e por conta da aproximação entre fãs e artistas que era criado por ele.

Baseado em um gênero televisivo, com traços da publicidade e do cinema, hoje, o Videoclipe ganhou seu espaço na internet. Este momento em que o formato se encontra é também reflexo da sua forma de produção, que está associado a facilidade que internet propõe em tornar público qualquer tipo de conteúdo. Nunca se foi tão fácil fazer um vídeo e nunca foi tão fácil torná-lo conhecido através das redes sociais digitais.

Essa logística de produção concebida pelas novas tecnologias fez as pessoas consumirem mais conteúdo cultural através das redes. As plataformas de *streaming* de música e vídeo estão produzindo incansavelmente e recebendo acesso de milhões de usuários diariamente.

A realidade da produção de Videoclipes ganhou um novo suspiro através dessas ferramentas. Mesmo aqueles que não precisam necessariamente de uma grande produção como o *lyric video* ou o vídeo *Sessions*. Principalmente baseado nessa realidade que a produção de Videoclipes em São Luís também começou a ter uma movimentação, gerando até mesmo curiosidade dos realizadores do festival de cinema Maranhão na Tela, que julgaram necessário a adesão da categoria “Videoclipe” em sua premiação.

Contudo, para o desenvolvimento desta pesquisa, conclui-se – dentro dos músicos pesquisados – que por mais que as bandas e artistas independentes da cidade estejam produzindo constantemente Videoclipes, é possível dizer que eles ainda não têm uma maturidade formada para melhor utilizar o Videoclipe em sua carreira musical. Neste sentido, eles produzem Videoclipes, mas não conseguem ainda fazer dele um produto potencial dentro do seu processo de divulgação e disseminação de sua música.

Espera-se que este trabalho tenha contribuído para explicar melhor o processo de desenvolvimento do gênero do Videoclipe e principalmente compreender como o Videoclipe tem sido trabalhado na cidade de São Luís – Maranhão.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, P. Estadão. **Exclusivo: Vivendo do Ócio tem a música ‘Prisioneiro do Futuro’ transformada em animação perturbadora**, 13 julho 2017. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/pedroantunes/exclusivo-vivendo-do-ocio-tem-a-musica-prisioneiro-do-futuro-transformada-em-animacao-perturbadora/>>. Acesso em: 2 outubro 2018.
- BACONI, Josh. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 16 jul. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice D desta Monografia.
- BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BELING, F. Os 10 maiores canais do YouTube. **Oficina da Net**, 2018. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>>. Acesso em: 15 Setembro 2018.
- BOTÃO, Nairon. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 10 out. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice I desta Monografia..
- BRYAN, Guilherme **A Autoria no Videoclipe Brasileiro: Estudo da obra de Roberto Berliner, Oscar Rodrigues Alves e Mauricio Eça / Guilherme Bryan**. São Paulo, 2011.
- BRANDINI, Valéria. In: PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana: **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo, Saraiva, 2006.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- CORRÊA, L. **Breve história do videoclipe**. <http://intercom.org.br>, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/resumos/R0058-1.pdf>>. Acesso em: 20 Agosto 2018.
- DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- FAVARETTO, Celso. **Tropicália Alegria Alegria**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.
- FILHO, André Barbosa. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. 2 ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
- GUTERRES, José. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 16 out. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice G desta Monografia.
- HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

JAMES, Sundays. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 03 set. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta Monografia..

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; Green, Josh. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. Fandom, Participatory Culture, and Web 2.0 -- A Syllabus. **Henry Jenkins Blog**, 2009. Disponível em: <http://henryjenkins.org/blog/2010/01/fandom_participatory_culture_a.html>. Acesso em: 23 setembro 2018.

IFPI. Facts and Stats. **IFPI Global Statistics**, 2018. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/facts-and-stats.php>>. Acesso em: 23 setembro 2018.

KAPLAN, E. Ann. **Rocking Around the Clock, Music Television, Postmodernism & Consumer Culture**. New York: Methuen, 1987.

KLEINA, N. A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo [vídeo]. **Tech Mundo**, 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>>. Acesso em: 13 Setembro 2018.

LUSVARGHI, Luiza. **De MTV a Emetevê – Pós Mordernidade e cultura mcworld na televisão brasileira**. São Paulo: Editora de Cultura, 2007.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levado a Sério**. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2010.

MANTOVANI, André. In: PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana: **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo, Saraiva, 2006.

MARTÍN, M. A geração que não assiste mais TV e corre atrás dos 'youtubers'. **El País**, 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/13/tecnologia/1502578288_835104.html>. Acesso em: 13 Setemebro 2018.

MEDEIROS, Ana. Lista Anos 70: dez albuns da música brasileira pra ouvir antes de morrer. **O Chaplin**, 2013. Disponível em: <<http://www.ochaplin.com/2013/12/lista-anos-70-dez-albuns-da-musica-brasileira-pra-ouvir-antes-de-morrer.html>>. Acesso em: 27 agosto 2018.

MULLER, Nicolas. O começo da Internet no Brasil. **Oficina da Net**, 2008. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/artigo/904/o_comeco_da_internet_no_brasil>. Acesso em: 13 de setembro 2018,

MÚSICA, Pipocando. **7 Artistas que SURGIRAM na INTERNET! (ft. Supercombo)**. 2017. (23m00s). Disponível em: <https://youtu.be/EOXlp_r9YT8>. Acesso em: 02 out. 2018.

MUZPLAY. Artic Monkeys - Biografia. **Arctic Monkeys**, 2018. Disponível em: <<http://www.muzplay.net/musica/arctic-monkeys>>. Acesso em: 03 outubro 2018.

NASCIMENTO, Caetano. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 19 jul. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice H desta Monografia.

RANGEL, Hugo. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 12 jul. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice E desta Monografia.

R7. Mais um fenômeno da web: MySpace do Restart teve mais de 2 milhões de acessos em 2009. **R7 Entretenimento**, 2009. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/restart-vende-primeiro-disco-em-seu-site-oficial-20091218.html>>. Acesso em: 03 setembro 2018.

PAZ, Rafael. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 24 agosto. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C desta Monografia.

PALMA, Louise Gonzaga Alves. **O novo lugar do videoclipe: da TV musical aos canais virtuais**. Orientador: Fernando Alvares Salis. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana (org.). **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.

PETRINI, Raffaella. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 16 jul. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice F desta Monografia.

PIRES, Fátima. **Evolução histórica dos Festivais de cinema e vídeo no Maranhão: festival Guarnicê de Cinema**. São Luís: Imprensa Universitária, 2002

PRYSTHON, Ângela. In: SOARES, Thiago. **Videoclipe: O Elogio da Desarmonia**. João Pessoa: Marca da Fantasia, 2012.

SAMPAIO, Gustavo. Sobre O Tatame Sessions ao vivo no CCVM: encontros musicais em noite de brilho. **Sobre o Tatame**, 19 de junho 2018. Disponível em: <<http://www.sobreotatame.com/sobre-o-tatame-sessions-encontros-musicais-em-noite-de-brilho/>>. Acesso em: 21 de outubro 2018

SAKAMOTO, Jonas. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 06 set. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice J desta Monografia.

SANTINI, Rose. **Admirável Chip Novo: A música na Era da Internet**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

SERVA, Leão. Prefácio. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SIMÃO, Mavi. Entrevista concedida a Rickson Ramos e Sousa Santos. São Luís, 08 out. 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A desta Monografia.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: O Elogio da Desarmonia**. João Pessoa: Marca da Fantasia, 2012.

STONE, R. Metallica x Napster aconteceu há 8 anos. **Rolling Stone**, 12 abril 2008. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/metallica-x-napster-aconteceu-ha-8-anos/>>. Acesso em: 22 setembro 2018.

STONE, R. Trajetória polêmica do Milli Vanilli será transformada em ópera. **Rolling Stone**, 12 de janeiro de 2014. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/trajetoria-polemica-do-milli-vanilli-sera-transformada-em-opera/>>. Acesso em 23 de agosto de 2018

TATAME, S. O. O Tatame. **Sobre O Tatame**, 2017. Disponível em: <<http://www.sobreotatame.com/sobre/>>. Acesso em: 10 outubro 2018.

TERRA. iTunes faz 10 anos e luta para se manter líder em música digital. **Terra Internet**, 2013. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/internet/itunes-faz-10-anos-e-luta-para-se-manter-lider-em-musica-digital,b3ef1b239e74e310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 03 outubro 2018.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981

THURAU, J. Há 50 anos, a beatlemania começava sua invasão mundial. **DW for Minds**, 4 Abril 2013. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/h%C3%A1-50-anos-a-beatlemania-come%C3%A7ava-sua-invas%C3%A3o-mundial/a-16717300>>. Acesso em: 20 Agosto 2018.

TREVISAN, M. K.; JESUS, R. D. Lyric video: uma nova estética de divulgação da música pop. **Revista Universitária do Audiovisual**, 15 julho 2013. Disponível em: <<http://www.rua.ufscar.br/lyric-video-uma-nova-estetica-de-divulgacao-da-musica-pop/>>. Acesso em: 02 outubro 2018.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Transcrição de entrevista por aplicativo de mensagens instantâneas

Entrevista com Mavi Simão – Idealizadora do Festival Maranhão na Tela

Realizada entre 08 de outubro de 2018 e 09 de outubro de 2018

Rickson Ramos - Mavi, bom dia! Acho que te avisaram que eu ia entrar em contato contg! Eu so queria que tu respondesse duas perguntas pra uma entrevista! Queria me contasse como surgiu o Maranhão na Tela e por que voces aderiram a categoria "Videoclipe" em 2017. Desde ja agradeço!

Mavi Simão - Oi querido, a categoria videoclipe veio de uma demanda da cena musical maranhense. Muitos videoclipes sendo produzidos de bandas e músicos bem legais. Numa cidade tão musical, não tinha como não abriremos essa categoria.

R.R - Oii!! Obrigado pela resposta. E sobre como começou o festival? Tem essa história em algum lugar?

M.S - A Maranhão na Tela nasceu do imenso desejo de fomentar a produção cinematográfica maranhense e me lembro exatamente quando essa vontade nasceu. Foi em 2006, morava no Rio há três anos e por lá me ressentia com a falta de conhecimento do carioca acerca da história, da cultura e principalmente da potencialidade do povo maranhense. Um desconhecimento que infelizmente é regra, se estende a muitas outras localidades e sempre me incomodou. Se o Brasil visse mais imagens sobre as coisas do Maranhão isso não seria tão latente! Prestes a me formar em cinema e com alguns anos de ficha corrida no mundo das imagens, botei na cabeça que o audiovisual seria a chave para solucionar esse problema. Mas como fazer isso? Produzindo sozinha eu conseguiria muito pouco! A resposta veio quando percebi que contribuindo para que muitos outros produzissem estaria fazendo algo mais concreto.

R.R - MUITÍSSIMOOO OBRIGADO! De verdade!! E nos vemos com certeza nessa edição do festival!!

APÊNDICE B – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Sundays James – Guitarrista da Soulvenir e Guitarrista e Vocalista da Boys Bad News

Realizada em 03 de setembro de 2018

Rickson Ramos – Domingo, cara, me fala assim é... o que te levou a produzir um videoclipe pro teu trabalho, teu trabalho musical?

Sundays James – Então assim, cara! Eu sempre, eu sempre associei a música... Isso é uma resposta até pessoal. Eu sempre associei a música à imagem... então sempre que eu escutava um som, eu tava vendo um filmezinho ali, saca? Ficava viajando... então eu acho que o que o lance da imagem com a música agrega bastante! Tu consegue sentir e entender melhor tudo aquilo que está sendo cantado, falado, pensado.

R.R – O Videoclipe de vocês, tanto o da Soulvenir quanto da Boys, ela foi feita através de um investimento ou incentivo, ou foi feito assim.... colaborativamente?

S.J – Então, o Videoclipe ele foi feito... por nós mesmo, né? Eu que gravei e editei. Com exceção de um aí da Soulvenir e outro da Boys Bad News que não foi eu que fiz. O restante tudo feito em casa mesmo, cara... porque fazer... trabalhar com vídeo, saca, é uma coisa que é muito caro e pô depende de muita gente, se não é uma parada bem complicada, sabe? Mas enfim, foi feito, foi feito por nós mesmos.

R.R - E assim é mais fácil produzir esse tipo de material hoje?

S.J – Cara... sim, de certa forma sim. Agora, um material bom depende muito da ideia, saca? Tu pode fazer um videoclipe sensacional só com o celular e também pode ser que não fique tão bom. E assim vai para qualquer tipo de equipamento, acho que vai muito de tu adequar a tua ideia com o que tu tem.

R.R - Tu acha que é importante associar o trabalho musical com o trabalho audiovisual e tal?

S.J – Cara... essencial hoje tu ter a música vinculada a imagens. Uma coisa não anda sem a outra... é isso. Que eu não consigo enxergar as músicas sem vídeos, saca?

R.R – Tu acredita que esses trabalhos eles trouxeram uma visibilidade maior?

S.J – Então, o lance da visibilidade, assim, eu não consigo mensurar, saca? Eu acho que sim pelo, pelo feedback que a gente teve tanto pessoalmente quanto na internet. Foi uma parada legal. Então, o lance de produzir e tal acaba aproximando muito a galera de ti então tu consegue, tu consegue mostrar mais um pouco do que tu pensa, de quem tu é, saca? Da pra abstrair umas ideias legais

R.R - Você já tem outros clipes assim ou/e pensa ou pensam em produzir mais?

S.J – Sim, a gente tem muitos vídeos aí já engatilhadas... Vamos, vamos esperar aí a hora certa para lançar e eu acho que vai ser em breve.

APÊNDICE C – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Rafael Paz – Membro do Grupo PE.ACE

Realizada em 24 de agosto de 2018.

Rickson Ramos – Rafael, eu queria primeiro que tu se apresentasse e dissesse quem compõe a PE.ACE

Rafael Paz - Eu sou Rafael Paz da PE.ACE e atualmente a PE.ACE conta com 4 integrantes: que sou eu, o Ruan Paz, Jacksciene Guedes e Rafael Azevedo.

R.R - O que te levou a produzir um videoclipe pro teu trabalho musical?

R.P - Nós somos um projeto de multimídia, ou seja, nós estamos o tempo todo tentando fazer da PE.ACE um trabalho voltado para todas as mídias. Desde o teatro, a dança, a música de forma muito experimental, projeções, videoclipes. Então a gente está sempre tentando conversar com essas formas de fazer artística para enriquecer o nosso trabalho.

R.R – O seu videoclipe ele foi feito, assim, através de algum investimento, incentivo ou foi de forma colaborativa?

R.P – Os nossos videoclipes são feitas de forma [sic] totalmente colaborativa. Nós quatro sempre estamos dialogando sobre novas ferramentas as quais a gente pode usar, utilizar... e sem incentivo algum, sempre... a gente acaba fazendo tudo com que a gente tem mesmo. E é isso! A gente vai fazendo e experimentando sem... sem medo!

R.R - É mais fácil hoje produzir esse tipo de material?

R.P - Totalmente mais fácil fazer com essas novas... essas novas ferramentas, a gente tem ali em fácil acesso. Hoje em dia é possível fazer um videoclipe incrível usando apenas a câmera do iPhone que é uma câmera muito boa. É... nós gravamos as nossas vozes no aplicativo de celular, também produzimos música em aplicativo de celular... então... não é desculpa. Nós estamos realmente o tempo todo utilizando o que a gente tem! É um software no computador, é um aplicativo no celular e... se não fosse as novas tecnologias nós não estaríamos realmente produzindo, sabe? Porque elas realmente são muito efetivas.

R.R - E assim, tu julga importante associar o teu trabalho musical com o trabalho audiovisual?

R.P - Eu acredito que totalmente e... não tem como vender um trabalho... na verdade tem, desculpa! [risos] mas é muito mais fácil vender um trabalho tendo todo um aparato visual junto a ela sabe? As pessoas acabam comprando mais, consumindo mais, na verdade. Tem muitos relatos de pessoas que falavam ‘eu não gostava muito dessa música, mas depois do videoclipe eu fiquei mais... mais cativado ao ouvi-la’, sabe? Isso acontece porque a gente acaba desenhando para pessoa outra história do que a letra conta ou mostrando um outro universo, sabe? Então eu acho que é muito necessário ter um vídeo acompanhado da música e graças a isso a gente deve agradecer ao Micheael Jackson que é o percussor disso e depois a Lady Gaga que reinventou esse fazer, então: *thank you* [risos].

R.R - Você já tem outros clipes ou pensa em produzir mais... e assim, qual tua ideia?

R.P – Bom, fora da PE.ACE eu tive um grande videoclipe produzido pela galera de cinema daqui de São Luís do Maranhão... que é Fadinha da Frimes e caramba não tem como mesmo é... fazer uma música sem pensar em um tratamento de vídeo hoje em dia, porque eu acho que é muito necessário... é muito necessário mesmo!

APÊNDICE D – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Josh Baconi – Curador do Festival Maranhão na Tela

Realizada em 16 de julho de 2018.

Rickson Ramos - Tudo bem... é... assim, a gente vem vendo uma crescente produção de audiovisual tanto a nível nacional como local. E que pode ser atrelado também ao momento que a gente está vivendo de facilidade da... de ter uma câmera, os celulares hoje eles têm uma qualidade incrível de gravação, a gente pode comprar... usar DSLR, pode usar... a gente tem inúmeras formas de gravar os vídeos e claro a gente tem a facilidade de botar esses vídeos em YouTube, Vimeo ou em qualquer outra plataforma de streaming. Como é que tu vê esse momento, esse cenário que a gente está vivendo a nível local de São Luís, como é que essa facilidade de acesso e facilidade de poder produzir, de poder divulgar, tem refletido nas produções de São Luís?

Josh Baconi – Cara, eu acho bastante positivos até porque as mídias é só um meio para poder transformar o trabalho de alguém realidade, né? Então com essa facilidade de poder gravar com diversos tipos de câmera e a galera está mais envolvida nas redes sociais, em querer divulgar o seu trabalho né? Eu acho isso bem interessante, principalmente aqui no Maranhão que as mídias sociais têm ficado mais forte, o cinema tem ficado mais forte, a quantidade de videoclipes tem crescido bastante. Quando a gente fez a mostra de videoclipes do Maranhão na Tela né... a gente ficou surpreso com a qualidade dos videoclipes, por conta dessa... da, da direção de arte, da direção de fotografia e eu acredito que esse cenário tá ficando bem interessante aqui em São Luís... por conta desse, desse interesse da galera mesmo em querer realizar né? Audiovisual... e só tende a crescer, cara... acredito que a gente vai ter um futuro brilhante pela frente porque a galera da arte tá cada vez mais ativa aqui... tá todo mundo se juntando: música está se juntando com o cinema enfim... acredito que a gente vai se surpreender.

R.R - E como é que tu entende... tu falou que ficou surpreso com o resultado da mostra... Assim como é que tu entendes o cenário da produção de videoclipes aqui. Porque tu tinha uma concepção que acredito que ele foi quebrada a partir do Maranhão na Tela, certo? Tu achava que tinha pouco, não era com qualidade... como é que tu enxerga esse momento agora da produção de videoclipes?

J.B – É... Então eu acredito que a gente vai ser surpreendido por muita coisa pela frente, porque antes de se realizar a mostra... a mostra de videoclipes do Maranhão na Tela, eu não tinha muita noção do que esperar. Eu sabia da qualidade dos filmes maranhenses né, da... da galera que tava tentando fazer um filme, mas mesmo assim mostrar o que pensa em relação a tudo, enfim... mas os videoclipes eu me surpreendi porque eu vi que tinha uma direção mais afiada, a direção dos videoclipes parecem ser muito mais afiadas em comparação com a quantidade de filmes Maranhense que a gente já produziu até aqui. Se se inscreveram 20 videoclipes e os 20 videoclipes entraram na mostra, isso significa que qualidade dos videoclipes está superior ao do cinema daqui, assim no sentido de completo, o videoclipe em ser... se fecha na direção, se fecha na fotografia, né... está surgindo novas pessoas aí, o Lucas Sá tá começando a dirigir videoclipes por aqui. Tem a galera do Criolina também que eles tem uma identidade visual muito própria, né? Então, inclusive o pessoal da Criolina foi o que ganhou a competitividade videoclipes do Maranhão na Tela e é um videoclipe muito interessante... é uma galera que tá transformando esse cenário audiovisual daqui, a galera daqui tá querendo consumir o que é daqui agora, coisa que não acontecia antes né... que começou mesmo com esse movimento é de quantos anos para cá? Uns 5 anos para cá que ficou realmente mais forte. Mas do ano passado

para cá, por exemplo, foi uma explosão com a abertura da Escola de Cinema, com a própria galera da música que quer... que queria divulgar o seu trabalho, começou a produzir videoclipes. Porque isso independente da escola, não foi com a escola que isso... isso começou. Mas coincidentemente com a Escola de Cinema explodiu a quantidade de videoclipes também que a galera tava produzindo aqui em São Luís, mas são... só foram duas coisas que aconteceram independentes uma da outra né... E agora tão se encontrando, porque os cineastas daqui que tão dirigindo os cliques né? Tem o Arturo Saboia, que eu acho foi o primeiro cineasta daqui que eu conheço dessa galera mais nova, desse cenário atual de cinema e de videoclipe, que ele dirigiu os cliques do Bruno Batista né - que ele nem é daqui se eu não me engano.

R.R –Ele é de Pernambuco, fez sucesso aqui e agora tá no Rio de Janeiro

J.B – Exatamente! Então ele tava aqui em São Luís e o Arturo já fez dois videoclipes com ele né? E aí tem o Lucas Sá que é outro diretor também, que é uma galera que tá vindo do cinema para poder dirigir videoclipes, sendo que pelo que eu percebi... não foi necessário Escola Cinema pra esses videoclipes bons, que estavam competindo no Maranhão na Tela, existirem e isso me deixou assim: “caraca!”. Eu fiquei surpreso demais porque não conhecia, cadê essa galera? E aí a ideia de trazer os videoclipes para competição é justamente a gente saber quem são as pessoas... né? Que a gente não conhecia. E aí eu tô curioso para saber o que que vai tá inscrito nessa próxima, nesse próximo Maranhão na Tela. Porque não vai ser, não é mais a única competição de videoclipes que tem, né? Já tem agora... os meninos estão exibindo agora... no Novo Cinema Maranhense, já começaram a exibir, ou seja, com certeza vai abrir mais espaço para galera começa a exibir seu videoclipe. Isso é bom porque vai divulgar o videoclipe da galera em espaços diferentes... numa sala de cinema ou sei lá abrindo uma Nauro Machado ali, uma mostra de videoclipes ou então no Centro Cultural da Vale que foi o que aconteceu com a mostra Cinema Maranhense, né? Então cara eu acho que todo mundo tá empolgado pra ver o que vai rolar...

R.R - O que foi que deu, qual foi o gatilho, qual foi sacada para que o Maranhão na Tela aderisse essa categoria? Porque nas edições anteriores a gente não tinha categoria... antes do Maranhão na Tela a gente tinha o Guarnicê, o Guarnicê abriu mão disso... O que que deu na curadoria da galera lá do Maranhão na Tela para pensar: “pô, esse ano a gente deveria colocar videoclipe como categoria competitiva”?

J.B - Eu acho que foi na verdade... foi isso. Foi para a gente descobrir quem é que estava produzindo aqui e o videoclipe ele tem uma, uma... ele é uma categoria dentro do audiovisual que tem em vários festivais no Brasil inteiro que tem essa categoria, só que aí eles premiam separadamente a fotografia do clipe, direção do clipe.... A gente não. A gente escolheu o melhor videoclipe porque a gente não sabia que nós iríamos ter... tanta gente e aquela qualidade, a qualidade da direção na fotografia. A Mavi mesmo! Eu, eu produzi a mostra de videoclipes, eu assisti todos coloquei todos praticamente... aí o que acontece, a Mavi viu, mas só que ela não assistiu todos. Ela assistiu alguns. E aí ela ficou para ver a mostra no dia do... do, do.... da mostra mesmo e aí ela ficou surpresa também, mas aí outros produtores do Maranhão na Tela já tinham visto e acharam incrível a qualidade dos videoclipes, né? E aí é... Esse foi o gatilho. Fazer... aproximar a galera que estava produzindo videoclipe da galera do cinema, até porque a música também tem muito a ver com cinema! Cinema é essa arte que envolve todas as outras artes e videoclipe não deixa de ser cinema também! Tem muitos videoclipes que a galera diz isso é cinema! E tem tudo a ver isso! Se a direção estava boa dos videoclipes, eles foram selecionados na mostra, significa que essa galera também é capaz de fazer cinema, que a galera do cinema é capaz de fazer videoclipe também, né? Dando exemplos de Lucas Sá e Arturo

Saboia, entendeu? E aí, eu não sei exatamente quem... por exemplo: os diretores de videoclipes, eu não conheço todos eles, mas pelo que eu vi, muitos diretores de videoclipes que estavam na amostra eram de fora! Sendo que o que eu percebo, é que aqui mesmo no Maranhão, em São Luís, tem pessoas extremamente competentes para dirigir um videoclipe, né? Da mesma qualidade, como foi gravado esses últimos videoclipes que a gente tem visto, né... que a gente tem surpreendido com os videoclipes da Soulvenir, do Criolina tem umas bandas de metal e de rap aqui que foram, que entraram no competitiva que eu fiquei assim maravilhado. Catch a Fire! Nossa cara, eu achei incrível, eu achei muito, muito, muito bem executado, cara! E com a galera daqui que faz! A gente fica assim meio alienado, achando que o que o que não é muito próximo da gente não vai nos surpreender, que é o que tá acontecendo no cenário de videoclipes de cinema daqui.

APÊNDICE E – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Hugo Rangel – Guitarrista e Vocalista Desdemona ETC

Realizada em 12 de julho de 2018

Rickson Ramos - Hugo a primeira pergunta é seguinte: O que te levou a produzir um videoclipe para o seu trabalho musical?

Hugo Rangel – Sim... A gente gravou um EP e a gente sentiu a necessidade de junto do EP lançar um produto audiovisual. E a gente escolheu a faixa ‘Homens ao Mar’ porque era faixa quem a gente tinha trabalhado em maior coletividade, composto ela juntos. E a gente sentiu que se a gente não lançasse em um clipe, a gente meio que estaria não aproveitando a capacidade de alcance das músicas tão bem quanto lançando um clipe. Então a gente decidiu lançar um clipe e não só lançar o clipe, mas usar esse gatilho do clipe, também para fazer uma festa de lançamento que pudesse dar uma visibilidade para a gente... Tem mais alguma coisa? É que assim, porque... nesse clipe como a gente estava se apresentando para as pessoas a gente queria meio que passar uma ideia de quem a gente era, assim... imagneticamente falando, né? Mostrar nossa cara e tal. Por isso que nosso primeiro clipe ele mostra muito mais agente de que do que o segundo o que por exemplo.

R.R – E o seu vídeo ele foi feito através de um investimento... investimento, incentivo à cultura ou de forma colaborativa?

H.R - A gente fez ela de forma colaborativa, independente né... meu amigo, meu querido diretor Ben Hur, ele topou ajudar a gente nessa produção. Ele gravou, editou e dirigiu o clipe e produziu de certa forma... na verdade, a gente em colaboração com ele né. Tipo a gente teve os custos de pagar almoço, pagar hora de estúdio. Mas... mas ele fez tudo na faixa para agente na broderagem mesmo. Ele tem uma companhia de cinema, de produto audiovisual, chamada.... uma produtora chamada ‘Freela Conteúdos’ e ele tinha as manhas já! Ele já é um cara que tem muita experiência com isso, então para ele foi um trampo viável para fazer assim sem... sem... sem ter que cobrar pra a gente, até porque a gente é muito amigo mesmo... e... acho que foi feito de forma colaborativa, resumindo.

R.R – E se tornou mais fácil produzir vídeos hoje?

H.R – Cara, sim... Eu venho daquele velho e antigo princípio de cinema novo, né? Com uma câmera na mão e uma ideia na cabeça da pra fazer tudo e hoje em dia é muito mais fácil ter uma câmera na mão do que naquela época. É... agora o que falta às vezes é conhecimento técnico da parada... Assim, muita gente consegue fazer de forma autodidata. Vários casos de Youtube0sr que eram pessoas de outros setores, nada a ver com audiovisual, mas que começaram a editar seus vídeos foram aprendendo. Foram pegando as manhas, mas tiveram que botar a mão na massa uma hora para aprender. Hoje em dia todo mundo tem um celular no bolso, a maior parte das pessoas tem um celular com câmera e esses celulares com câmera também tem opção de você baixar um editor de vídeo para eles, quando já não vem integrado. E se você quiser uma coisa mais profissional ainda, você pode ainda baixar um editor de vídeo livre, um software livre no computador ou até o Movie Maker mesmo! Eu edito algumas coisas Movie Maker.

R.R - E assim, tu falou do YouTube... o YouTube ele tem um papel muito importante hoje em dia para qualquer pessoa. Afinal de contas, como tu bem falou, as pessoas do YouTube tão aprendendo a aprender também no YouTube, talvez. Os seus vídeos estão no Youtube?

H.R - Todos os vídeos nossos vídeos estão no YouTube. Na verdade, eu acho que a única plataforma de distribuição de streaming de vídeo que a gente tá usando. Tem outras plataformas que são muito interessantes, que inclusive, as vezes até soam de forma mais profissional, como por exemplo Vimeo, mas tem o fato de ser pago.... mas existem outras plataformas de vídeo, claro, que a gente não utiliza. Mas é porque o YouTube hoje em dia é uma plataforma de distribuição digital super comum e popular. Assim, todo mundo tem acesso a YouTube e hoje em dia todo mundo sabe falar YouTube. Tinha uma época até que as pessoas não sabiam falar 'YouTube', falavam 'YouTubíu' [sic]. Mas hoje em dia, cara, é uma coisa simples como ligar na rádio que você gosta, AM ou FM. Talvez até mais simples do que ligar numa rádio AM, por exemplo. Mas o YouTube é uma plataforma que basicamente todo mundo tem acesso e lá você encontra de tudo. Inclusive ferramentas para aprender a fazer outras coisas, né? Tipo editar seu vídeo, tornar sua a banda mais popular, várias dicas interessantes de como produzir uma banda, de como produzir um álbum, de como produzir um videoclipe, de como... qualquer coisa, cara! E lá se encontra o vídeo de basicamente todas as bandas! Você só não encontra por exemplo coisa do Beatles, porque é uma banda que não precisa do YouTube para se tornar popular, né, porque já são muito populares. Agora para bandas Independentes acho que... independente da banda ser underground por querer... Existem bandas que realmente não querem mostrar a cara e... ou ser uma banda que quer atingir uma mainstream máximo, o YouTube é uma das melhores ferramentas, que conta desde death metal finlandês da selva da Taiga lá... até Pablio Vittar, Anitta e Justin Bieber que tem quase 1 bilhão de acessos.

R.R – Tu julga importante associar teu trabalho musical com o trabalho audiovisual

H.R - Como eu respondi na primeira pergunta, eu acho muito importante, porque foi nossa preocupação no começo da banda. Se a gente não tivesse associado uma música a um clip, talvez a gente não tivesse aproveitando o alcance máximo dela. Eu creio que a gente tá vivendo uma fase hoje em dia que as pessoas elas querem, elas querem se... se ocupar, ocupar o tempo delas com informação. Então é muito difícil alguém.... não é difícil, mas é muito mais improvável, que alguém pare para escutar sua música sem vídeo, ou uma foto bacana, ou sem alguma animação. É muito mais improvável que ela pare pra escutar isso, do que ela parar um pouco mais, um pouco mais de tempo para escutar um produto audiovisual que entretenha ela. As pessoas estão em busca de entretenimento constantemente hoje em dia e videoclipes são uma ótima forma de selecionar as faixas que você quer que ganhe mais destaque, até porque é muito difícil fazer videoclipe para todas as faixas. Mas você consegue fazer essa seleção de quais são as que você quer que ganhe mais destaque e aproxima elas de um público mais, de forma mais, mais abrangente e uma galera fudendo.

R.R - Tu acredita que teu videoclipe ele te trouxe uma visibilidade maior, tipo, tu sentiu alguma diferença, tipo de... tanto, não só pelos acessos mas também pelas pessoas conhecerem mais a música de vocês através desse videoclipe?

H.R - Rapaz os nossos dois vídeos mais acessados são o nosso clipe, o primeiro clipe 'Homens ao Mar', e a nossa faixa, que só tem uma capa que foi desenhada exclusivamente para faixa, que é 'Segue Fumaça'... é.... Agora 'Segue Fumaça' foi uma música que teve muita visibilidade por conta de um festival que a gente se inscreveu e que teve muito acesso na página da banda no festival. Era um festival de votação online, por conta disso acabou ganhando uma repercussão e porque eu acho que as pessoas gostaram bastante da música. Agora o clipe de 'Homens ao Mar' eu tenho certeza que tornou a música mais conhecida e deu um destaque maior nela sim. Eu acho que ela inclusive é a mais acessados dos nossos vídeos e eu acho que ela deu um destaque maior. Agora a gente também fez alguns investimentos que trouxeram uma

visibilidade maior, assim. A gente fez um lançamento que foi no... Cine Praia Grande que é um espaço no Centro Histórico muito importante, com muita visibilidade. Num evento gratuito, com um som de porte de show do Roberto Carlos e tipo repercutiu... é... esse evento, deu visibilidade para banda e as pessoas ficaram um pouco curiosos para saber que... o que era isso, que uma banda que tinha acabado de surgir tava fazendo. Eu acho que se a gente não tivesse feito isso, talvez o clipe não tivesse tido tanto... tanto acesso assim. Eu acho que é um clipe legal não direi que é o clipe mais legal, assim, que já fizeram aqui São Luís, não mesmo... mas eu acho que é um clipe sincero que passa exatamente o que já tinha falado, tipo, uma ideia de quem a gente é, de... de... da nossa relação de amizade tal, dar uma visibilidade legal e instigar as pessoas, inclusive a gostarem da música.

R.R - Você já tem outro clipe, outros clipes e/ou pensa em produzir mais?

H.R – Que história é essa, Rick? Tu não sabe? Você produziu nosso clipe, segundo clipe [risos]. Ta, não, pois é! A gente gravou um segundo clipe, em parceria com Rick Ramos, você mesmo, e Peco que é da faixa ‘Segue Fumaça’. A gente gravou essa faixa porque a gente tinha um roteiro já pronto para ela, há muito tempo, e a gente tava a fim de produzir um segundo clipe. A gente acabou no fim das contas criando um outro roteiro para ela, mas... a gente conseguiu produzir, depois de muito tempo a gente lançou ele. Inclusive por falta de... de tempo, né? E atrelado a isso, grana, porque às vezes grana resolve falta de tempo das pessoas rapidamente. “Ei mano... 500 conto aí na tua mão pra fazer um clipe”. É... fora isso a gente acabou de produzir também uma *live sessions* [risos] em parceria com Rick Ramos, Fernanda Bayma e Rick Melo e o Studio FBK e o técnico do Som Daniel Nobre, que é exatamente o que eu tinha falado do Boogarins. É um vídeo da gente tocando ao vivo num contexto mais intimista e inclusive em parceria também com a galera da Escola de Cinema do IEMA! Carol, Thai e Taís que gravaram uma entrevista moça para a gente atrelar aos vídeos das músicas né.

R.R - Melhor perguntando, porque que vocês continuam existindo no videoclipe

H.R - Ah, a gente continua insistindo no videoclipe por conta do momento que a gente está vivendo, pô! A gente não escolheu nascer em 90 e poucos! E a gente tem uma banda e a gente tem um sonho agora... Tipo, é... eu particularmente gosto muito de audiovisual. Eu gosto de trabalhar com isso, eu gosto de... de tar produzindo gosto de tar me metendo nos lances e tenho vontade de produzir clipes mais legais dos que a gente produziu e a gente vai continuar insistindo nisso, investindo nisso, Até porque é uma coisa pouco explorado aqui no mercado das bandas, aqui em São Luís. São poucas as bandas que produziram videoclipes assim... e poucas as bandas que produziram videoclipes que... que geraram o resultado para além do underground, sabe? Inclusive gente ainda não chegou nesse ponto, mas aqui em São Luís mesmo, outros artistas, não vou nem dizer bandas, produziram clipes que conseguiram chegar 100 mil visualizações. Simplesmente por serem clipes muito bons que conversavam com o contexto da época e agradaram um nicho consumidor daquele tipo de... de mídia, daquele tipo de conteúdo. E por serem vídeos muito bons, como por exemplo da Frimes conseguiram atingir uma repercussão massa. É isso que acho que falta na gente e em várias bandas, assim, talvez até em todas bandas da atualidade! Que eu acho que nenhuma ainda conseguiu passar a essência daquilo que realmente é fazer um clipe bonito, assim, como por exemplo foi da Frimes, assim... Acho que o clipe Frimes foi um clipe que conseguiu passar ali: quem é Frimes, sabe? Frimes é a fadinha cyberpunk sei lá [risos]. Mas... sabe, é isso que tô falando, um produto audiovisual que demonstre a nossa essência, assim, tipo tanto em termos fotográficos, assim, iluminação, é... figurinos, saca? Tipo, termos visuais, assim, além do figurino, cabelo, esse tipo de coisa sabe, de uma produção que a gente fala: “caramba a gente quer desse jeito, bora captar desse

jeito!”. Isso que a gente quer e eu acho que a gente tem algumas ideias agora para sair e a gente vai continuar investindo nisso porque a gente acha importante e acho que a gente está no contexto histórico que pede isso.... a música atrelada ao, ao audiovisual... não por uma regra, mas por uma espécie de tática

APÊNDICE F – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Raffaele Petrini – Diretor e Administrador do Cine Praia Grande

Realizada em 16 de julho de 2018.

Rickson Ramos – Petrini, me fala assim, como é que tu enxerga o maranhão na tela e como que ele foi importante pra esse momento que a gente tá vivendo no videoclipe?

Raffaele Petrini - O Maranhão na Tela do ano passado foi meio que um... meio que mostrou que, que... que tem gente produzindo. Tem muita gente que a gente... não sabe quem tá produzindo, não sabe que tem videoclipe.... para gente, eu... eu no Maranhão na Tela no ano passado, não fui curador mas eu fui espectador e estava na equipe também, mas as sessões de videoclipe foram realmente muito surpreendente né? Então era uma categoria que existe até no Guarnicê e que parou de... não foi mais considerado depois de não sei qual ano, né? Mas eu cheguei a ver vários videoclipes no Guarnicê e Mostra Competitiva e... E agora no Maranhão na Tela está contemplando e também a Mostra Novo Cinema Maranhense, que a gente fez uma, uma... uma, uma curadoria! Eu, Marcos Ponts e Lucas Sá, fizemos... sentimos a necessidade de ter uma... uma, um dia específico para o videoclipe né? E também para colocar os autores, né? Tanto das músicas, quanto... quanto dos próprios clipes, das equipes do clipe em conversa. Acho que a gente tem um movimento bem forte aqui.

R.R - E tu acredita que todo esse movimento agora, que chegou agora em São Luís, já tava acontecendo em São Paulo, foi influenciada pela MTV e todas essas grandes formas de produção massiva... Tu acha que ela também tem muito a ver com a forma que a gente tá vivendo de ter muito mais facilidade de produzir e ser realmente mais fácil ter uma câmera na mão, é muito mais fácil saber editar um vídeo, muito mais fácil arranjar pessoas que têm interesse em trabalhar?

R.Pe - Além disso, eu acho que também é porque... eu concordo com tudo que tu falou, mas acho que além disso é porque hoje nós temos uma... uma... a certeza de ter uma facilidade em divulgar o conteúdo. Então temos várias plataformas, né? Tem YouTube, tem Vimeo, o streaming hoje é um recurso né? Que antes a gente não tinha, antes ok, cê fazia o videoclipe e passava onde?

R.R - Aqui em São Luís era o Guarnicê e é isso....

R.Pe – É... e morria lá... eu vi várias vezes até videoclipes que, que tipo eram foram empacotados como curtas-metragens, né? Tudo muito rudimental né? Nas curadorias que eu fiz... eu trabalho com curadoria no Maranhão 2014 e tipo mais de uma vez eu vi videoclipes travestidos de curta-metragem para poderem ser exibidos, para poderem ter uma janela de exibição. Mas eu acredito que por exemplo, B.O.Y... foi um grande divisor de água, por que mostrou uma maneira de divulgar um videoclipe diferente, né? De divulgar um hit, de divulgar um single através de um videoclipe, o single virou o hit através do videoclipe! Porque ele já tava no Spotify e tava no... tinha lyric video, tinha... tinha a própria música, né, no YouTube. Sim! Mas acho que depois do videoclipe é que a música alavancou! Hoje tá com 300 mil, 200 mil, sei lá! Acho que tava com número expressivo.

R.R – A Fadinha ultrapassou ele agora.

R.Pe – Isso! Então, e aí acho que a partir disso... aí teve Fadinha, a Fadinha teve praticamente a mesma equipe de B.O.Y, quase toda a equipe técnica de B.O.Y... Maioria são meninos tudo da escola, acho que o Josh trabalhou lá.

R.R – Josh fez still lá.

R.Pe - É! E tipo, é uma galera também... aí tá o diferencial do B.O.Y e da Fadinha... É uma galera que vem do cinema, então eles vem com o conceito mesmo cinematográfico, como os maiores cineastas da década de 80 e 90 vieram do videoclipe; sei lá David Fincher fez vídeos para Madonna, Mc G que é o diretor de ‘Charlie’s Angels’ ele vem do videoclipe, enfim... vários... Ah! Spike Jonze diretor de ‘HER’, diretor de ‘Quero ser John Malkovich’ ele fazia clipes para Fatboy Slim, Beastie Boys, enfim... isso a gente tá vendo numa escala obviamente menor, né, mas aqui a gente tá vendo muito, eu tô vendo movimentações assim, sabe? Tô vendo pessoas já pensando em lançar um single com videoclipe, né? Que é uma coisa bem MTV, agente cresceu vendo MTV, a gente via... a gente sabe como eram empacotados, como eram lançados os singles, um disco. Mas não tinha um meio... eu acho que a coisa mais difícil era ter uma plataforma de divulgação. E também a tecnologia digital hoje tá muito mais acessível, né? E acho também, e isso é uma coisa importante, que tem muito mais pessoas interessada em fazer audiovisual no Maranhão e isso facilita a produção de maior número de videoclipes e videoclipes de maior qualidade também, né? Tipo pega a programação da Novo Cinema Maranhense por exemplo ou do Maranhão na Tela... A gente vê videoclipes de vários tipos! Todos muito, muito diferente um do que o outro... sei ela, tem do clipe mais convencional como por exemplo ‘Caixa Preta’ de Arturo Saboia... esse vídeo do Bruno Batista, o outro não me lembro o nome... ‘Bagaça’! Que tava no Maranhão na Tela né, foi um pouco mais convencional, né? Aí depois tem o Catch a Fire, ‘Ponteiro’, que é uma outra pegada, um pouco mais underground mas que mostra uma maestria no domínio da câmera, no plano sequência, né? Enfim, acho que não existe um jeito de fazer videoclipe no Maranhão. Existem vários estilos e isso é muito legal, porque mostra a riqueza que a gente tem no audiovisual né? Não só da música, música a gente sabe que sempre foi, né? E que agora tá mais ainda, né? Que tem uma nova geração, que tem uma influência do pop e eletrônica, mas enfim... Principalmente a galera do... é feio até dizer, do movimento Queer, mas tipo assim a galera do movimento Queer tá com tudo! Tá fazendo os melhores clipes, tá fazendo os melhores singles! O Maranhão está se descobrindo uma terra de música pop eletrônica, né? Tem uma nova vanguarda maranhense. Isso é, isso é bonito e legal que o clipe tá acompanhando isso perfeitamente... ou também tem o Criolina né, com ‘A Menina do Salão’ o ‘Quizás’ né, que tem um estilo muito próprio... eu estou citando esses clipes porque são os clipes que... acho que estou esquecendo de alguns, claro, mas assim... são os primeiros que me vem em mente, tipo, o estilo do clipe casa com o conceito do cantor, da banda... por exemplo os clipes do Criolina casam perfeitamente com o conceito deles né, então... é legal

R.R - E por fim... tu já respondeu muita coisa, isso é sensacional! Eu só queria que tu falasse um pouco da importância que é o Maranhão na Tela, por que tu já falou que antes era o Guarnicê, o Guarnicê abriu mão do videoclipe e de repente Maranhão na Tela 2017, comemorando os 10 anos: “Vamos botar videoclipe!”. Por que disse e qual a importância disso?

R.Pe – A importância eu acho assim... pelo que eu vejo é... eu sou o espectador mais antigo do Maranhão na Tela, eu acompanhei todos os Maranhão na Tela desde a primeira edição. Nunca perdi um dia de Maranhão na tela na minha vida, isso é louco... E aí surge o Maranhão na tela que é um festival acho que é mais pessoal, mais próximo, mais... menos pomposo e mais direto e mais atento às tendências que a gente está tendo aqui no Maranhão. Então a grande

sacada de Mavi no Maranhão na Tela do, do... ano passado foi realmente incluir o videoclipe, e não incluir o videoclipe como mostra, incluir o videoclipe como categoria! Categoria com júri, com voto... então isso eu acredito, eu não quero ser injusto, mas eu acredito que em um ano que se passou desse Maranhão na Tela, né... A cena do videoclipe foi muito potencializada. Então tipo a gente vê, e o videoclipe acho que é uma das tendências mais importantes que surgiram nos últimos 5 anos no cinema do Maranhão, aí a gente viu isso, eu acho pelo menos a meu ver, eu comecei a enxergar melhor, a ver os videoclipes maranhenses a partir naquela noite no Maranhão na Tela que foram exibidos os videoclipes Eu sabia que era feitos videoclipes... a gente discutiu sobre na época... eu estava envolvido no Festival, então, tipo a gente discutiu na... sobre a importância de ter, a gente viu que era legal, só que tipo... tá, eu mesmo comecei a perceber a força na sessão, nas duas sessões que tiveram... nas duas sessões que tiveram realmente foi... foram duas sessões que eu senti uma força, senti uma unidade entre os curtas, eu senti um diálogo até... tinham curtas, é... tinham clipes que eram muito diferentes um do outro, mas na mesma sessão tinha alguma coisa haver... tô delirando um pouco mas é isso mais ou menos assim... e.... nossa eu falei muito

R.R - Mas tá ótimo!

APÊNDICE G – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com José Guterres – Projecionista do Festival Guarnicê de Cinema

Realizada em 16 de outubro de 2018.

Rickson Ramos – Guterres, me fala um pouco sobre tua trajetória no Festival Guarnicê e como é que o videoclipe ele entrou é... na festival?

José Guterres - Eu já entrei de... abertamente, eu já entrei nessa na, na... no procedimento do festival Guarnicê, que antes era Jornada Maranhense de Super-8, eu comecei na sétima jornada. Então já tinha seis jornadas a minha frente. Então pra me entender comecei a colecionar desde a primeira, pra seguir, para entender como é que é o processo. Daí então, eu fui começando a entender, porque os concursos eles iam sempre... sempre pelas categorias. Tinha a 16 milímetros, a 35 e quando isso entrar o VHS.... aí começa a surgir esse processo, tornando-se mais fácil a pessoa usar uma câmera de vídeo e quem começou a usar era os cineastas. Então eram os cineastas que passaram a usar o vídeo, por quê? Por que era um equipamento de baixo custo, mas que dava todo o processo! Então eles estavam resistindo a mudança do processo... da inovação tecnológica daquela época e daí esses cineastas que eram os mais conhecidos usavam as mesmas técnicas usadas no cinema para o vídeo. Então daí que vem a história dos que estão agora dizer que são cineasta... são videastas! O cineasta que não tinha recursos, como o Maranhão sempre formado com dificuldade de produção de cinema, começaram a utilizar esse recurso. Era a Betacam, a Betamax, Umatic, né? Aí surgiu a Super VHS, Mini DV, Câmera Hi8, a V8... então são câmeras que foram surgindo para poder dar um novo sentido ao cinema. Nas categorias que o festival ofertava... era... Concurso de filme de 35mm, 16... oh, minto! 35 não... o 35 era as vezes convidados e algumas produções, no caso os longas-metragens convidados. Mas o concurso existe, o 35, o 16, o Super 8. Quando começou lá na décima sexta, décima quarta, décima quinta ou sexta jornada, é que me falha a memória... eu tô com um lapso na cabeça, vem o então VHS e aí foi o Primeiro concurso para reportagem televisionada, que era reportagem de cunho artístico cultural. Depois surgiu o concurso de vídeo de 1 minuto. Depois surgiu o concurso de videoclipe. Antes, quando era aberta a inscrição depois do décima quarta, décima quinta, se não me falha a memória, mas eu posso responder com mais paciência... o Festival passa a ser Jornada de Cine-Vídeo, antes era só Jornada Maranhense de Super 8, depois passou pra Jornada Maranhense de Cine-Vídeo e ao completar o décimo quinto, por ai assim, se não me falha a memória... Eu tenho que parar pra refletir um pouquinho, passa a ser Festival Guarnicê de Cine-Vídeo, por quê? Porque todos os outros festivais já estavam com uma nova plataforma de informação. Jornada, a bem de dizer, só existia na Bahia. Então só existia Bahia e Maranhão que fazia jornada. Jornada Nacional da Bahia ainda existe... era assim, depois que migrou para este novo formato. Aí já estava... se não me recordo bem, se era seis ou oito festivais de reportagens e de minuto foi que surgiu o primeiro festival... primeiro troféu, que na verdade era um prêmio separado! Devido o que... nos festivais anteriores as inscrições, eles não davam, não davam temas... porque o Guarnicê ele nunca foi temático, não dava temas de categorias. Então... o cara simplesmente fazia o videoclipe contando uma história de uma família retirante do Nordeste, então ele inscrevia lá! Né... aí colocava título... o nome no título e depois formato era videoclipe. Como tava havendo muitas inscrições na época foi criado então esse troféu... 1ª Troféu para Videoclipe. Como era esse troféu? Nas inscrições que era aberta no geral, o que eu fazia... Cabia a mim separar todos os trabalhos de cunho musical, que era videoclipe. Aí os trabalhos de cunho artístico-cultural eram para o outro concurso chamado Nêgo Chico. E daí surgiu esse prêmio, aliás, troféu! Esse troféu consistia num troféu estilizado do bumba-meu-boi que era o Troféu para Videoclipe. Daí tinha, além do troféu, tinha as menções honrosas e o melhor daquela categoria. Então ele foi se

perdurando... 18 pra 33, de 10 a 15 anos, não me lembro bem... 12 a 13 anos. E aí naquela época simplesmente as categorias foram ganhando peso. O festival ele foi sempre de abrangência nacional e internacional, diga-se de passagem. Então, muitos.... Muitos, muitos diretores e produtores da época com explosão do VHS e das vídeo locadoras é... faziam muito videoclipe, naquela época fazer videoclipe era muito mais dinâmico do que documentário. Por quê? Porque o cara tava começando a viver uma nova linguagem no audiovisual... então eu tendo uma produtora que produzia comercial, também aproveitava pra fazer videoclipe! As produtoras eram assim! Até hoje é! As que faziam comerciais aproveitava para fazer videoclipe, porque tinha lançamento... Então a onda do videoclipe foi assim... um estouro! Porque foi o grande marco da vídeo locadora! Todo mundo tinha um vídeo locadora! Ai o SEBRAE entrou no meio porque tem que ser assim, assado... E o festival... ele, a longo do tempo.... são mais de 30 mil obras que já tem aqui... o videoclipe se tornou algo de diferente no festival. Quando acontecia concurso de videoclipe, que era apenas um troféu, era formado por três a quatro ou cinco pessoas que davam as a premiação: melhor categoria de videoclipe. Então tempo para videoclipe na época era... ele varia entre três, chegava ter videoclipe até seis minutos e meio! Chegou a ter um videoclipe até de sete minutos, pô o cara fez uma puta produção! Então... era bacana porque as pessoas adoravam assistir videoclipe, porque era diferente daquela coisa monótona como um documentário de coisa de guerra, de assentamento agrário, reforma, saúde... então aquilo ficou diferente! Quando esse concurso tinha era fantástico! Então ao longo do tempo ele foi crescendo e depois da saída de um nosso diretor e de algumas pessoas que faziam parte... e também isso é uma questão muito administrativa, o festival ele é organizado por uma instituição pública federal, e é de seu saber que a cada... a cada quatro anos muda um gestor e muda um diretor e isso é uma consequência. Fica apenas os vassalos, como eu, que ainda mantém a coisa, mas quem sou eu para dizer você tem obrigação de fazer isso? Só se o diretor ouvir de grandes outros diretores da área do audiovisual o pedido, o clamor como aconteceu na última gestão que um ator... ator global que veio aqui, ele viva-voz, pediu para que voltasse essa categoria, porque só Maranhão que fazia! Existia em outros festivais, mas como era feito no Maranhão não tinha lugar algum! Então ele clamou do dia do encerramento pedindo ao reitor que mantesse [sic] essa categoria! Que fosse ativado! Eu, por mim não deixaria que dois eventos do Festival Guarnicê deixasse de existir que era o prêmio Nêgo Chico e o festival de videoclipe. É uma coisa assim que... é complicado então especificamente eu creio que para o ano... a nova gestão, a gestão que tá se se encerrando na verdade, possa ativar a categoria de videoclipe. Porém eu acho que dessa forma, desse formato que deve vir, mas deverá vir como prêmio. Deva entender que... o concurso videoclipe era prêmio... oh desculpa, troféu! Que era o prêmio pra produtora. Então eu acho que deve-se incluir na premiação oficial do festival, como troféu! Essa é minha fala!

APÊNDICE H – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Caetano Nascimento – Guitarrista do Ornitorrincos do Sertão Turu

Realizada em 19 de julho de 2018.

Rickson Ramos – Caetano, é uma entrevista bem simples, cara! São algumas perguntas, mas elas são abertas, então... Isso, lembrando, que é dentro do Maranhão na Tela. O que te levou a produzir um videoclipe do seu trabalho?

Caetano Nascimento – Necessidade. Porque o que acontece é o seguinte a Ornitorrincos no início 2016, nós tínhamos retomado as atividades, a banda tinha parado e não tinha uma perspectiva muito clara de futuro. No início 2016, nós retomamos a formação com basicamente só três integrantes da formação antiga e outros três integrantes novos, que trouxeram todo uma cara, todo um não sei o quê... então, como a Ornitorrincos é uma banda que trabalha muito com criação e eu falo criação no sentido de que nós somos... nós somos artistas muito sedentos por... por... por pelo fator... que que eu quero dizer com criação? Eu quero dizer com criação, que nós trabalhamos de maneira extremamente experimental! Em que sentido? Nós gostamos de experimentar ideias e de testar formas com base na bagagem de cada um dos músicos... nós somos... a gente trabalha muito esse lado, tipo assim: “cara eu quero muito tua voz individual, trabalhe sem barreiras dentro do coletivo, eu quero essa construção”. E justamente por isso que a Ornitorrincos tem um estilo de música que não é muito paralela a outras coisas. Porque ela é muito dependente dos integrantes que estão ativos na banca. Então por exemplo: se sai integrante da banda e entra um novo, a banda já é outra coisa, pois a gente já está trabalhando com outro integrante que vai se impor e a gente quer essa imposição de uma outra maneira. Isso tudo para dizer que o processo dessa... dessa nova formação demorou para gerar um resultado concreto, de perspectiva, de show, de perspectiva de uma... de criar um material de gravação, porque a gente é muito crítico pro trabalho, então a gente... vamos testar fórmulas, inclusive a gente tava testando uma fórmula muito arriscada, que era com três guitarras. Então demandava um estudo. Então... e a necessidade de querer expor esse trabalho! Pô, você tá trabalhando tanto, você quer mostrar esse trabalho para as pessoas, você quer ouvir um feedback, ne? Quer construir em cima e a gente estava nessa ansiedade natural... quando... não fui eu que enviei, mas algum integrante da banda que eu não vou me lembrar quem é, enviou no grupo do WhatsApp da banda, uma promoção que o estúdio Base SLZ tava fazendo em que era uma promoção de Primeiro de Abril - não me pergunte o quê que tem a ver com o dia da mentira - mas que viabilizava através de um preço muito barato a contemplação de uma gravação de um single e um web clipe. Então, a gente falou: “galera a gente tem esse dinheiro guardado no caixa, vamos botar cara a tapa!”. Era uma oportunidade que não podia ser perdida! Quando que a gente ia apagar aquele preço X para receber dois produtos, entendeu? E com pessoas que, tipo assim, é o estúdio que a gente sempre quis gravar e a pessoa que foi a diretora, foi a Laila Razzo, é uma pessoa que pessoalmente, eu tenho certeza que as pessoas sempre quiseram trabalhar, então, enfim... por quê? Necessidade. E... contexto e oportunidade.

R.R – Tem uma outra pergunta, mas é que eu fiquei curioso com uma coisa... Então tu acredita que para tornar a tua banda... talvez até notada, pública e mostrar que vocês estavam com cara nova, mostrar que vocês estavam com uma nova formação e que para mostrar para pessoas que tinha esquecido, talvez, da Ornitorrincos nesses últimos anos que ficaram na inatividade... o clipe ele serviu para mostrar “a gente voltou, a gente tá querendo fazer de novo! A gente tá querendo mostrar que a gente tá na ativa!” foi isso?

C.N - Perfeito! É tipo assim... ele... e isso, isso é uma análise que a gente, que a banda mesmo fez a fundo... até um pouco depois de ter gravado o clipe, a gente percebeu o que que era o peso real que estava colocando ali, entendeu? Não era a ansiedade artística, mas ansiedade de dizer ‘galera a gente ainda está ativo e a gente tá produzindo... isso’ ou ‘galera a partir de hoje a gente já não é mais o que vocês associavam a gente a ser, nós já estamos virando essa outra vertente, nós já temos essa outra imagem, nós já temos essa outra formação’. Então tipo assim, foi um momento de extrema assertividade para formação da gente na época, sabe? Para todo mundo. Tanto... como a gente queria que as pessoas vissem a gente, quanto o que a gente queria expor pro público. Que a gente pegou uma... inclusive a escolha da música foi muito assim, entendeu? Porque a gente poderia ter pego músicas mais... que tinha um paralelo um pouquinho mais claro com os trabalhos anteriores da banda ou a gente poderia ter pego músicas um pouco mais amenas para introduzir, só que a gente decidiu botar uma música que era a música que mais... era mais exagerada na linguagem que a gente tava desenvolvendo. Porque a gente queria realmente chegar e dizer: “galera, é isso!”. A gente não queria passar despercebido!

R.R – Massa! Assim o clipe de vocês ele foi feito de forma colaborativa ou teve investimento, incentivo à cultura, ou coisa do gênero?

C.N – Não, não... foi... saiu 100% do nosso bolso, no caso com a parceria com o estúdio Base SLZ e a diretora Laila Razzo.

R.R – É... dentro desse contexto, é o seguinte... tem uma acessibilidade melhor dos equipamentos, blá, blá, blá... o YouTube tá aí para poder botar o que tu quiser, de errado a maravilhoso. E enfim, a pergunta é: se tornou mais fácil produzir essas coisas hoje em dia? Porque a gente vem de uma geração que é MTV, a gente via clipe passando no Disk MTV às 17:10h da tarde! Hoje a gente vê clipe, a cada dois dias tem alguém lançando um clipe. Se tornou mais fácil?

C.N - Com certeza, cara! Porque... era incrível, né? Tu falou muito bem dessa geração MTV né? Porque tipo, para você... uma banda que tem um clipe já era uma vitória na carreira, assim! já era, tipo assim, era “pô, esses caras estão a um degrau acima” e na época a gente já visava: “eles já estão com... a dois passos do paraíso”, tão a dois passos do Faustão, de bombar! Até porque na época mesmo clipes independentes existiam inclusive foram... eles acabaram sendo veiculados em programas alternativos de TV fechada, que eu acompanhava o Multishow... tinha o Experimente que era só clipes de bandas independentes e tal, mas ainda assim, ainda assim a exposição era limitada desse tipo de coisa. E ainda assim sempre foram mega produções até dentro dos clipes Independentes, né? sempre era uma equipe de filmagem que fazia. Só que hoje em dia pelo acesso à informação e a técnica, porque é muito fácil, eu vou tá chovendo no molhado. Cê “googla” qualquer coisa e com muita boa vontade você faz do equipamento mais Tosco e você tira o melhor dele, entendeu?

R.R - Qual a importância dentro desse momento que a gente está vivendo, que... que boa parte da linguagem que a gente vê, é uma linguagem audiovisual... qual a importância de associar o vídeo à música? Porque afinal de contas, para pensar... se tu acompanha o em alta no YouTube, pelo menos nas 10 primeiras posições, provavelmente deve ter um que é um clipe. E se tu lança um single hoje em dia, tu já lança um single junto com o um clipe.

C.N – É... tipo assim, até da coisa mais do lyric video, até nesse nível... eu sou da geração, eu especificadamente, eu sou da geração e eu consumo... a coisa que eu mais consumo na internet é o YouTube. Tipo eu já sou da geração... em que, eu não me orgulho muito falar isso, mas eu

já substitui parte do processo de leitura, de tipo assim, meio de obtenção de conhecimento por esse... Não, não vou falar esse termo porque esse termo é ridículo. Mas tipo assim, desse... a gente consegue... existem meios de você chegar a informação, né? E hoje em dia eu sou um cara que consumo e cresço muito dentro do consumo de audiovisual, especialmente no YouTube. Então, eu consumo muito esse tipo de conteúdo. Tipo assim, eu posso não saber obrigatoriamente falar com toda a propriedade a importância que o audiovisual tem, mas eu sinto na pele o poder dela hoje em dia, saca? Muito! Eu sou muito necessitado de ter, de ter uma imagem que agregue junto ao discurso. Mas às vezes eu também acho que algumas imagens tiram a abrangência do discurso, limitam ele... então, tipo assim, eu acho que ainda existe um trabalho de estudo, de saber como utilizar essa ferramenta. A importância que eu vejo hoje em dia é primeiro: porque nós somos a geração consumo audiovisual, tipo assim, era uma coisa que a gente poderia debater a origem, eu não sei origem disso e eu não sei porque ela também ela ficou... mas é fato! Que as pessoas, a maioria, consomem audiovisual hoje em dia! As pessoas consomem desse jeito. É... sabendo que isso é um fato, a gente tem que se ajustar da melhor maneira. Então, é tipo assim, é uma ferramenta que a gente não abre mão porque já é uma realidade! As pessoas já consomem, então a gente tem que criar esse tipo de conteúdo. Só que é uma, uma... uma impressão minha: nós do independente ainda... a gente percebe que as pessoas, elas estão mais... elas ainda tem uma visão meio arcaica, na minha visão, de só viabilizar imagem, tipo assim: “ah não, vamos gravar um videoclipe de uma música aí é só importante ter imagem”; “vamos filmar gente andando na rua”. Assim, da maneira mais simplória possível e não percebem que já existe uma procura de imagens que venham carregado de muito mais coisas do que só mostrar a cara. Tipo assim, eu acho que as pessoas elas... a música hoje em dia, eu uso como exemplo o último clipe da Ariana Grande ‘God is a Woman’, os clipe do Kendrick Lamar... eles são com imagens... o Childish Gambino também com This is America... o videoclipe tem se tornado uma parada tão forte, mas tão forte que tem tipo assim... tem artistas que superam a barreira da popularidade deles devido a eles. Porque eles já vêm agregados a um discurso político e um visual extremamente... tão maduro e tão impactante que não tem... você não consegue passar despercebido. então, por exemplo, cê ouve o This is America, clipe... acabou! Não tem como você tipo, assistir e ficar... então eu acho que existe muito, muito poder e os meios independentes ainda estão achando as maneiras mais criativas de viabilizar isso.

R.R - Assim, tu acredita que teu vídeo, o Árvore... trouxe uma visibilidade maior pra banda? Tu acha que depois desse vídeo vocês realmente conseguiram atingir mais pessoas, o resultado do vídeo foi positivo? Começaram a compartilhar o vídeo?

C.N - Pelo vídeo não... porque como eu te falei: existe ainda uma imaturidade, mas a imaturidade por falta de idade, falta de construção do meio Independente, acerca de você criar um conteúdo visual que seja realmente impactante. Que realmente seja um negócio que agregue. É um vídeo da gente tocando, cara... tipo assim no máximo tem a gente suado no final, entendeu? Que nem era um... tipo assim: as pessoas se identificariam com esse clipe porquê? Tipo assim, ele teve uma importância que foi muito maior do que de divulgação, entendeu? Primeiro existe o fato de você ver as caras, os rostos que estavam envolvidos no trabalho. A Ornitórrincos agora tem essas caras. Essas pessoas são a Ornitórrincos hoje! Tipo assim, foi muito mais... [risos] Na época... Ei pô! Até em entrevista pô... Hell... eu acho maravilhoso que a gente já tá lidando com isso com piada, saca?

R.R – “Alguém pode sair agora no meio da entrevista”

C.N – Ei pô, Hell falou assim: “Se a gente não mudar de formação dentro de três meses, vai rolar coisa boa aí!”, saca? Pô, eu ri pra caralho! Mas é verdade! Mas tipo assim... na época foi muito importante pra... por esse motivo, mas dizer que o vídeo foi... tipo assim! Acabou sendo importante porque dentro da plataforma, especialmente no Facebook, mais do que no YouTube... a gente pagou uma rotatividade e é um tipo de conteúdo que a plataforma abraça e divulga mais do que se for só um áudio e as pessoas estão mais condicionadas a consumir uma música em vídeo! Então, tipo assim, foi importante, tipo assim, foi! Muito importante! Mas é porque o formato fala mais forte diante as ferramentas que a gente usou, saca?

R.R - Já tem outro clipe ou pensa em fazer outro clipe?

C.N - Nós já temos outro clipe maravilhoso! Que ele faz muito mais sentido, mas a gente criou... a gente fez o clipe de uma música chamada Mestre Pade Onã, que foi dirigido por Rick... Rick Ramos e foi codirigido por Magna Protásio. Que tipo assim, faz mais sentido do que Árvore porque Árvore foi um playback em cima de um clipe e a captação de Mestre foi um ao vivo. Então a mensagem que a música passa... a intenção do clipe era: “cara, vamos mostrar nossa vertente ao vivo” e a gente captou o áudio enquanto tocava, então é muito sincero toda a expressividade que existe dentro desse clipe, porque foi captada simultaneamente tanto áudio quanto o vídeo. Então ele fez muito mais sentido e esse clipe, o clipe por si, teve mais movimento acerca de opiniões, feedbacks do que o primeiro por exemplo... porque eu imagino que tenha feito mais sentido e também por uma aceitação das pessoas da música.

APÊNDICE I – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Nairon Botão – Vocalista da Banda Raja

Realizada em 10 de outubro de 2018.

Rickson Ramos - O que que te levou a produzir o videoclipe pra essa música?
Nairon Botão - Cara, é... deixa eu pensar aqui rapidinho... por que a gente escolheu essa música no caso?

R.R - Não, por qual foi...

N.B - Ah, a ideia, o porquê de produzir o clipe de maneira geral, né? Não, a gente enquanto uma banda que tava começando né, é-é produzindo o nosso primeiro CD e eu sou da época que a galera assistia MTV *e tal*. E eu peguei o final da MTV, onde quase não se tinha mais lugar pra se produzir clipe, mas em contrapartida tava surgindo o YouTube que era uma plataforma aberta né que você poderia divulgar vídeo tranquilamente então eu vi a necessidade de produzir o clipe porque hoje em dia a galera consome muito do áudio claro, né... nas plataformas de streaming, mas o vídeo, né, e o áudio juntos... ele pode virar um alcance maior, então foi por isso! Foi na ideia de tentar uma visibilidade maior pra banda que a gente produziu esse primeiro clipe.

R.R - Perfeito, e aí esse teu clipe foi feito independentemente ou algum investimento ou incentivo à cultura?

N.B - Foi produzido de maneira independente né, no que a gente chama de praticamente de “*brodagem*” e foi dividido em duas partes né, a primeira parte da concepção e das primeiras filmagens foi feita por uma galera era estudante de comunicação social da UFMA, foi a Nadia Biondo, o Rafael e mais uma outra galera, tinha uma galera trabalhando. Isso todo mundo fazendo isso na amizade *e tal*, o que a gente fazia enquanto banda, era tentar organizar uma manutenção mínima no dia de filmagem, tendo alimentação, ajudando no combustível... alguma outra coisa. E no segundo momento do clipe, que foi pra fechar, nós fizemos mais umas imagens no espigão, e aí entrou uma produtora já grande mas que também fez isso na ideia, de/na “*brodagem*”, sacou? Que foi a *Freela Conteúdo*, que ele entrou na filmagem de umas das cenas e a montagem final do-do filme.

R.R - Entendi, e aí assim, exatamente por essa forma de ter sido feita, que foi amizade e tal, a galera era estudante de comunicação já tinha um certo é-é, talvez um certo contato com a forma de fazer, mas tu considera que hoje tá mais fácil produzir o videoclipe, ele tá mais acessível pra pessoas que também não sabem mexer tanto com o vídeo?

N.B - É, eu acho que hoje tá bem mais tranquilo cara, por que por exemplo, e-eu não sei filmar, não sei editar bem, mais eu fiz um clipezinho aqui dentro do meu estúdio, coloquei uma câmera parada, fiz um plano sequência, fiz umas imagens de transição com o celular na mão mesmo, eu já tinha uma pequena noção de acompanhar a montagem do clipe né, então quer dizer o seguinte, que hoje em dia, é muito tranquilo você conseguir ferramentas grátis, como um *Vegas* da vida, que consegue baixar ali e *crackear*... você coloca no Youtube como editar um clipe e você tem ferramentas muito mais fáceis, você tem a disposição e o ímpeto de fazer, eu acredito que hoje você consegue produzir um clipe com uma facilidade muito grande. Até porque eu também penso que uma ideia muito boa ela sobrepõe uma quantidade de equipamento grande, entendeu? Se você tiver uma ideia simples e fazer, executar, você consegue ter um alcance maior, do que as vezes ter uma grua, ter é... é câmera, ter *Ursa*, ter *RED* e não ter uma ideia

boa, o clipe tem uma imagem bonita e não consegue transmitir uma essência. Eu acho que se a pessoa tiver uma sensibilidade boa e uma-uma ideia na cabeça boa, ele consegue executar um clipe com facilidade.

R.R - Perfeito... E assim é, tu julga importante associar o teu trabalho com o audiovisual, tu julga importante associar a tua música com o vídeo?

N.B - É-é... pra a conjuntura atual, de produção musical né, de bandas e tal, é inadmissível hoje em dia você lançar um trabalho de música sem vídeo, entendeu? Hoje em dia ninguém mais lança só o CD, é impossível. E com esse advento faz com que as pessoas lancem singles né, só uma música ali e lança logo o clipe, aí logo depois uma música e clipe, música e clipe. Por que essa apelação do visual né é muito importante, ela prende muito mais atenção do que só a música, se você conseguir só passar só o áudio passa ali e acabou. O vídeo ela olha, ela quer comentar, ela compartilha, ela... entendeu? tem uma apelação/relação com o público maior quando tem o vídeo.

R.R - E sim, tu acredita que esse vídeo, ele te trouxe uma visibilidade maior? Tipo tu conseguiu ver o resultado do vídeo? Tu colocou ele em outro festival além do Maranhão na Tela?

N.B - Sim, sim, sim. Além do festival, que teve o Maranhão na Tela, eu acho que algum outro edital fora que a gente participou também, mas esse clipe passa no SBT com frequência, em alguma coisa lá que eu não sei qual é que passa, tem outro canal também de televisão aberta que também na madrugada passa esse clipe que porque já por coincidência eu já olhei e também já me comentaram que também olharam o clipe né. Então teve uma veiculação na/em tv aberta, é algo assim comum pelo menos eu não conheço nenhuma banda de São Luís né, ter o seu clipe mostrado assim em tv aberta, mas também, gerou repercussão, gerou uma mídia grande, em torno do lançamento do clipe, fizemos um evento bacana... É, então o clipe, e todo... a parte que envolve a produção do clipe que você agrega muitas pessoas, você agrega pessoas além da galera da equipe técnica, você agrega também pessoas que querem de certa forma querem ajudar ali na divulgação, então, tem muita gente que quando é na “brodagem” assim, você acaba fazendo um produto quantidade... contingente de pessoas alta, que vão tá se sentindo fazendo parte daquele negócio, entendeu? Então pra gente eu achei que foi muito positivo o lançamento do clipe porque é-é durante... na época do lançamento, a galera comentou muito e muita gente ficou sabendo da banda por aquilo ali né, é uma forma de tu mostrar a tua identidade né, mostrar além do teu som, mostrar algo mais que tu queiras mostrar, no clipe específico que eu falei, é justamente mostrar a nossa relação de amizade, de proximidade que a banda tem entre os integrantes, entre os amigos né, porque o clipe foi feito na brodagem né, por amigos e filmado/filmando momentos de amizade, com os amigos ali, de interação, de diversão né, eu achei foi massa.

R.R - Entendi, e agora só para finalizar, vocês têm outros clipes? Ou pensam em produzir mais? E por quê?

N.B - Então a gente não tem, não chegou a filmar outros clipes né... mas não sei se cabe para ti mas a gente produziu muito, muito vídeo assim sacô? Quando a gente começou, uma música que a gente não gravou ainda chamada ‘Pensamento Blindado’. uma galera sabe cantar ela de um videozinho simples no YouTube que tem lá que é uma câmera parada e a gente tocando, a gente nem aparece é só bibelôzinho do meu quarto e a gente mandando esse som e uma galera sabe essa música. Sendo que ela nunca foi gravada E aí no segundo CD Nós estamos organizando essa música né e com certeza vamos fazer uma produção visual também

R.R - Entendi...

N.B - Entendeu?

R.R - Massa, cara.

N.B - Na hora, meu brother. Mais alguma coisa?

APÊNDICE J – Transcrição de entrevista gravada em áudio

Entrevista com Jonas Sakamoto – Editor-chefe do site Sobre o Tatame

Realizada em 06 de setembro de 2018.

Rickson Ramos - O que eu fazia com monotonia, era só música. Aquilo ali não era videoclipe? O que tu faz não era videoclipe também?

Jonas Sakamoto - Eu acho que é sim...

R.R - E, exatamente, é bem aí que eu quero entrar nessa parte. É falar desse tipo de conteúdo e como minha pesquisa é local, é São Luís, é Maranhão, falar contigo é essencial exatamente por isso, pra dizer que existe videoclipe não só nesses moldes de tv mas também que existe uma forma de fazer videoclipe pra internet, que aí vai entrar por exemplo, lyric vídeo, fan vídeo, web clipe e esses vídeos que não sei se tem um termo certo pra ele.

J.S - Cara, eu acho que é a própria palavra sessions mesmo tem/que, querendo ou não era um pouco do que tu fazia com monotonia, saca? É de... dar uma oportunidade do artista de expressar a música dele, de maneira visual, saca?

R.R - Sim... E aí, no caso o Tatame Sessions, ele surgiu exatamente em que momento sobre o teu projeto maior que é o Sobre O Tatame?

J.S - Cara, assim, o site, fazendo um recorte bem rápido assim, ele é um veículo independente, por que assim ele surgiu porque a minha mãe, ela acordava de manhã e assistia todas as series de policiais possíveis, e ela ficava com muito medo de sair na rua, e *pô*, eu tenho a minha irmã, e ela sempre fala: “queira ser filho mas não queira ser pai”, então ela ficava muito preocupada de a gente estar andando na rua com essa cidade extremamente perigosa, e eu, não sei se por ingenuidade ou não, eu não conseguia ver essa violência toda né, mas enfim, depois com o tempo, eu fui entendendo que era mais no bairros periféricos, tem toda uma estrutura por detrás disso, que infelizmente assola essas regiões. E aí, e eu trabalhei durante 5 anos na Mirante, na imirante.com, junto com Gustavo e a gente... o Gustavo, e a gente falava muito de cultura que era o na Na Mira né, só que inevitavelmente a gente tinha que cobrir o factual, notícias mais... é de cargas mais pesadas né. E teve esse episódio com a minha mãe e trabalhar numa redação, eu percebi que a gente ganhava a vida somente em cima de tragédia, violência... essas coisas todas e eu via que aquilo matava a humanidade da gente aos poucos, só que eu pensei assim, mano, eu vou criar uma parada que rema contra isso, não que eu ignore os aspectos negativos que existe no mundo, mas porra, tem coisa boa também rolando aqui, saca? E aí, foi com esse intuito que surgiu o site, lógico que no primeiro momento muito viajante, e caralho que já viajei muito saca assim, e aí com o tempo ele foi refinando até ficar esse negócio mais fechado hoje, que a gente fala de comportamento, cultura, é... listas... faz um negócio muito mais abrangente, e viagens e fotografia né. E aí, o O Sobre O Tatame Sessions, ele surgiu porque eu percebia, tanto com Gustavo – só que Gustavo no primeiro momento ele não tava – que lá no Imirante a gente divulgava muito artista local e era muita gente boa, *pô*... eu falei: mano vou dar voz e vez pra uma galera num formato super simples mesmo... “ó liguei a câmera toca aí”, muito similar ao que tu fazia com o Monotonia, saca? E aí ele surgiu com esse intuito de... cara vou tentar fazer um material por meio de algum artista que é independente, que não tem muito aparato e divulgar essa galera, saca? E foi nessa ideia que surgiu o Tatame Sessions e teve uma primeira versão foi com...., um primeiro episódio que foi com o Paulão, lá em dezembro de 2016, eu acho. Aí eu fui fazer com o Vinaa em outubro de 2017, e aí quando a gente tava já

reformulando o site já, no segundo semestre do ano passado, 2017, é-é Gustavo me chamou pra falar, “mano, vamo retomar esse sessions aí cara, acho que dá pra fazer muita coisa boa”, e, Gustavo tem uma bagagem musical muito boa, e aí a gente se desafiou a fazer um por mês. E aí foi quando a Onitorrincos, Caetano, Joyce participaram numa roda de conversa que a gente fez com mais três youtubers daqui, no Conecta Música, no BR do ano passado, e eles entrar... Caetano entrou em contato comigo, “Jonas, eu sou da banda Onitorrincos, eu queria lançar duas músicas com vocês e tal”, e aí a gente foi amadurecendo a conversa. E aí, eles lançaram duas músicas com a gente, a gente deu todo aparato visual e de edição, enquanto ele ficou responsável pelo som. E aí, a gente lançou esse primeiro episódio como banda, em 2018 e a meta era essa. E nesse meio tempo evoluiu para o formato do show que foi quando Gustavo falou pra mim, “mano, vai ter o edital do Pátio Aberto, vamo submeter um quadro lá? ” Ou não, a gente já tem... a gente encara muito dessa política, mano a gente tenta fazer as coisas, o não a gente já tem, e para a nossa grata surpresa a gente foi aprovado, e aí que a gente falou, “mano, vamo ter que fazer realmente agora mensal, porque a gente vai usar essa galera no show”, e aí ele criou, ele nasceu com esse intuito, e o show foi a grande combinação desse primeiro pensamento de divulgar a galera, porque como vocês estiveram lá no show, foi uma grande reunião da música independente.

R.R - Sim....

J.S - E-e foi tudo pensado nesse formato de divulgar a galera, mostrar que nem acho tu assistiu after humble? Que a gente tem no after, do-do show né. E a fala de Gustavo fala muito disso, de divulgar e divulgar, mostrar assim realmente... que porra, por exemplo, Maranhão e Jornal Nacional, mano é só tragédia, é alguma coisa envolvendo corrupção na política, alguma tragédia aquilo lá ou aqui...

R.R - o celular do Sarney hackeado...

J.S - É pô...

R.R - (Risos)

J.S - Aí eu falei, mano vamo mostrar isso pra galera, só que pra minha grata surpresa assim, já teve gente de outros estados que já procuraram a gente, “ah, queria lançar materiais aí com vocês e *pá, tu*”. E aí, a gente tá muito feliz assim, então te respondendo, o intuito é esse saca? E aí, no primeiro momento ele tinha uma linguagem muito assim, “oh, dá uma sintetizada, sobre a música que tu vai tocar e toca”, e a gente fez até a metade desse ano nesse formato. Só que a gente se viu, “cara, a gente vai fazer mais do mesmo...”, é questão de estratégia mesmo a gente falou, cara é... a gente percebeu que tinha um boom inicial com a primeira música e esse boom ia caindo quando a gente lançava a última música, era legal porque toda semana a gente tinha uma novidade, mas rolava muito isso. É, eu e Gustavo, eu falei para ele que tinha uma ideia, tinha olhado uns materiais, eu mandei tudo pra ele, aí ele achou massa esse lance meio documental, meio clipe, meio formato que a gente fazia, e permitia a gente também entrar com uma coisa mais cinema, por exemplo, aquela entrada que tu viu da Camila, “Camila, tenta por aqui, *meio pá não sei o quê*”, é... o lance de ter os takes do local, e botar um som ambiente também. E aí pra nossa grata surpresa assim, tem muita gente que comprou a ideia, que gostou, a própria Camila ficou muito feliz, ela falou “cara, eu não sei, mas eu tô muito surpresa com o que vocês fizeram, assim, saca?”

R.R - E eu tenho uma pergunta que tu falou sobre a Mirante e que tu disse o seguinte, é vocês divulgavam muito artistas independentes daqui, locais e que eram muito bons, a Mirante nos anos 90, ela tinha um programa que era o Ação e Cena...

J.S - Isso realmente faz muito tempo...

R.R - É... E que ela tinha essa pegada da cultura, de divulgar inclusive outros tipos de bandas tanto locais, quanto regionais, Pernambuco, Ceará e tal. Só que depois desse tempo, depois que o programa acabou, não tinha nenhum outro... forma de divulgação desse veículo massivo que é a Mirante, que é o maior da cidade, pra esse tipo de conteúdo, ficou pautado só na internet. Tu tentou por algum momento colocar essa tua ideia na Mirante?

J.S - Sim, eu e Fábio tentamos, não só essa ideia, mas também coisas voltadas pro cinema e tudo... Por que como tu falou cara, a Mirante, é talvez o maior veículo de comunicação daqui, muito do que eu sou como jornalista, é eu sou cria de lá mesmo, de ter uma visão crítica das coisas mesmo, não comprar a primeira versão do que vem... Só que por questão mesmo de rotina, de horário, no primeiro momento de aparato técnico assim, a gente não conseguiu botar pra frente, saca? Por que... principalmente porque Gustavo trabalhava pela manhã e eu trabalhava a tarde, e a gente já tinha as nossas demandas de rotinas, saca? Porque lá no Imirante, é – não sei hoje, né. Mas até quando eu e Gustavo trabalhava lá -, é... a gente era um jornalista que tinha que fazer tudo, saca. Fazer matéria, fazer foto, fazer vídeo, editar vídeo, ser repórter, cuidar de rede social, apurar, ir pra rua... Mano, era muito louco, saca? E aí agregar isso mais a rotina que a gente tinha, era um pouco mais delicado. Se a gente tivesse – talvez, tivesse dado a oportunidade da gente, “olha a gente tá aqui com esse projeto, ah massa, daqui pra frente vocês vão executar isso aqui dentro”, com certeza ele teria nascido lá, né. E aí, mas por conta dessa rotina de trabalho, não foi viável a gente executar, saca. E como no site eu tinha mais liberdade, tipo assim, se desse uma coisa errada, que nem tu viu hoje a gente conversando sobre a lista de músicas...

R.R - Sim.

J.S - A gente vetou, saca. A gente tem mais liberdade, saca. Só que também conversar com pessoas de outras áreas, porque oh, tem a Joceline que é psicóloga e Ingrid que é advogada... aí vem eu e Gustavo do jornalismo, Pedro da publicidade... a gente consegue conversar em diferentes pontos de vistas, saca. Não que eu ache q-que o jornalista tem que saber tudo, na verdade é até um negócio que eu remo, assim. Que às vezes a gente não sabe mesmo, por isso acho que a gente demora pra liberar alguma coisa, então lá no site a gente tinha mais essa liberdade... tinha Ingrid do meu lado, na época eu tinha Wander, que é um super parceiro nosso, que... quando eu falei pra ele, ele super comprou, então na época eu não tinha câmera, Wander levou as duas câmeras dele, é... eu tinha só a GoPro, minto. E aí, tipo lá, eu tinha mais liberdade pra executar isso. E aí, com Gustavo agora, dois anos depois mais ou menos, eu já tinha a minha câmera, eu já tinha todo meu equipamento, então tipo, eu pude finalmente executar da maneira que tenho total controle e liberdade para fazer isso. Não que a Mirante barrasse assim,

R.R - Sim.

J.S - Mas por questão de rotina mesmo, não tinha como assim, saca.

R.R - E é o seguinte, tu falou que o nome pra isso, pro Sobre O Tatame Sessions, pra esse tipo de formato de fazer vídeo, seja Sessions...

J.S - Uhum...

R.R - Aonde tu se inspira pra fazer isso aí, porque é, realmente, eu me inspirei, por exemplo no Projeto 62, que é doo Rafael Kent, que de repente começou, ah, realmente todo mundo fazia isso. Essa coisa bem intimista, pra caramba, com voz e violão

J.S - Cara, sim! Na verdade, hoje, tem um canal do amigo meu, Braga, ele é muito fã de música experimental assim, assim como ele a gente gosta muito de Tim Ray, saca. Trip Rock, essas coisas, e ele topou com o Canal Morregane Sessions – acho que é Marragane-Marragane, não sei. E o cara mano, era tipo três pessoas, no ambiente que era como se fosse um jardim de inverno, e um cara – um plano sequência só, o câmara tá aqui, e ele passeia entre os três músicos assim, e aí, o intervalo entre as três músicas ele bota muito planos, muito parecido com o que a gente faz hoje, do ambiente que eles tão né. E aí, pra fazer um ctrl+c e ctrl+v do formato do cara, eu resolvi dividir por músicas, né. E essa ideia de sintetizar pra a... a do artista sintetizar a música que ele vai tocar, pra justamente quem ouvir, ouvir meio que com outros olhos, digamos assim, né. “Ah, pô, então nesse verso ele tá querendo dizer isso, essa música trata sobre isso”. Que às vezes, o-o... quem tá ouvindo, “cara o que ele tá quer dizer com isso assim, saca?” E aí, foi assim que surgiu esse *coiso*, esse quadro... e eu acho que se eu fosse usar outra palavra no lugar de sessions, eu usaria experimental, saca?

R.R - Sim...

J.S - Eu te falei que me prolongo muito...

R.R - Não, tá ótimo.

ANEXOS

ANEXO A - Catálogo do 1º Troféu Guarnicê Para Melhor Vídeo Clipe

1º TROFÉU GUARNICÊ PARA MELHOR VÍDEO CLIP	
Sala Versátil - Teatro Arthur Azevedo	
Dia 12, 10 horas	
1 - POSTCARD - 2'40" (SP)	9 - ANEL DE FOGO - 7'50" (PR)
Direção: Marily da Cunha Bezerra	Direção: Silvana Corona
Produção: Marily da Cunha Bezerra	Produção: Eliana Borges
2 - SERENIDADES - 5'30" (CE)	10 - ESSÊNCIA DE SER - 3'30" (MA)
Direção: Daniel Lobo Filho	Direção: Emani Paiva
Produção: Daniel Lobo Filho/Ski Light	Produção: TVT - TV Talento
3 - INCENDIARE JOKE - 2'50" (MG)	11 - SOTAQUES MARANHENSES - 8' (MA)
Direção: Cláudio Santos e Eduardo de Jesus	Direção: Paulo Roberto Reis e Márcio Roberto Brito
Produção: Cláudio Santos e Eduardo de Jesus	Produção: Paulo Roberto Reis e Márcio Roberto Brito
4 - EU QUERO ESSA MULHER - 3'10" (MG)	12 - HIP - HOP - 4' (MA)
Direção: Cláudio Santos e Eduardo de Jesus	Direção: Francisco Ribeiro
Produção: Cláudio Santos e Eduardo de Jesus	Produção: MULTIVÍDEO
5 - O RADINHO - 4'15 (MA)	13 - AMOR E LIBERDADE - 4' (MA)
Direção: Cicero Silva	Direção: Francisco Ribeiro
Produção: Márcia Campos	Produção: MULTIVÍDEO
6 - PÁTRIA AMARGA - 4' (MG)	14 - ORAÇÃO DO ESPÍRITO SANTO - 4' (MA)
Direção: Nilo Estanislau do Rosário	Direção: Francisco Ribeiro
Produção: Nilo Estanislau do Rosário	Produção: MULTIVÍDEO
7 - XARPI - 2' (CE)	
Direção: Marcos Passerini	
Produção: Valdenor Xavier de Moura	
8 - SOBRE O TEMPO - 3'30" (MG)	
Direção: Eduardo de Jesus e Rodolfo Magalhães	
Produção: Ciclope Vídeo e Multimídia	

Fonte: Documento cedido pelo Departamento de Assuntos Culturais da UFMA

ANEXO B - Catálogo do 15º Troféu Guarnicê Para Melhor Vídeo Clipe

15º TROFÉU PARA VÍDEO CLIPE	
<p>1. LUCHA LIBRE – 02' 38" / ES / 2010</p> <p>Sinopse: Surf Music, Luta Livre, Zumbis e Tequila. Um videoclipe dos Muertos Vivientes.</p> <p>Direção: Lucas Bonini Barbadas</p> <p>Contato: lucastrabalha@gmail.com (27) 8172-6628</p> <p>2. SÁBIAS ALMAS – ATLANTA – 05'00" / SP / 2010</p> <p>Sinopse: Um homem vai de encontro a seus medos e ceticismos, e vive uma experiência que vai lhe abrir os olhos para o que está além do que se vê. Ao som da banda Atlanta.</p> <p>Direção: Armando Fonseca</p> <p>Contato: armandofonseccadastro@gmail.com (11) 9863-4690</p> <p>3. O QUE ME SATISFAZ – CISE – 05'00" / SP / 2010</p> <p>Sinopse: Usando de versos escritos com sangue, o quinteto paulistano CISE, entra pelo Complexo Irreal Subconsciente Extremo de Zuco (Gus Stevaux). Sequestro, tortura, medo e repulsa são o princípio dessa história sangrenta que parece não ter fim ou motivo.</p> <p>Direção: Armando Fonseca</p> <p>Contato: armandofonseccadastro@gmail.com (11) 9863-4690</p> <p>4. BELEZURA – 02'46" / MG / 2010</p> <p>Sinopse: Uma violão de sete cordas se reúne com outros instrumentos musicais em busca de um espetáculo à parte. Músicos bem peculiares em um frevo animado.</p> <p>Direção: Jackson</p> <p>Contato: jackson.abacatu@gmail.com (31) 3504-4825</p> <p>5. HERÓI – 03'30" / BA / 2011</p> <p>Sinopse: Num submundo sombrio, dominado por homens de caráter duvidos, três lindas mulheres usam o charme e a sedução para cumprir suas missões. Cenários e personagens clichês compõem o videoclipe com estética noir.</p> <p>Direção: Jackson</p> <p>Contato: rafaelardincine@gmail.com (71) 3281-8051</p> <p>6. ESTRANHA – 04'00" / MA / 2011</p> <p>Sinopse: Clipe da música ESTRANHA, da banda maranhense MichaelBoyzBand</p> <p>Direção: Michael Mesquita</p> <p>Contato: michael.mesquita@hotmail.com (98) 3238-8175</p> <p>7. VOCÊ AQUI – 03'27" / MA / 2011</p> <p>Sinopse: Clipe da cantora maranhense Audi Stock</p> <p>Direção: Michael Mesquita</p> <p>Contato: michael.mesquita@hotmail.com (98) 3238-8175</p>	<p>8. VIDA BANDIDA – 04'11" / SP / 2011</p> <p>Sinopse: Ritmo incessante, perigos e tentações da noite noturna paulistana são partes do roteiro e do cenário que compõe o novo videoclipe da banda paulistana Alarde, chamado "Vida Bandida".</p> <p>Direção: Paulo Eduardo Palmério</p> <p>Contato: padupalmerio@gmail.com (11) 7866-4948</p> <p>9. TEVE UM OLHAR RECICLADO – 05'00" / DF / 2011</p> <p>Sinopse: Uma família de catadores de lixo pesca uma TV em uma montanha de lixo. O videoclipe trata, de forma poética, das questões sócioambientais relacionadas ao consumo e à produção do lixo.</p> <p>Direção: Larissa Malty</p> <p>Contato: larissa.malty@gmail.com (61) 9924-7723</p> <p>10. MOBILE – 03'22" / RJ / 2010</p> <p>Sinopse: Dois músicos - pai e filho - caminham e tocam ao ar livre.</p> <p>Direção: Márcio Melges</p> <p>Contato: marciomelges@gmail.com (21) 2553-2458 / 9621-4330</p> <p>11. LA SOMBRA – 03'23" / MA / 2011</p> <p>Sinopse: Vídeo clipe da banda Negokaapor. A música, a palavra, a religiosidade dos povos que compuseram a cultura do Brasil.</p> <p>Direção: Werbeth Lima dos Santos</p> <p>Contato: beto_ehonque@hotmail.com (98)8805-2001</p>

Fonte: Documento cedido pelo Departamento de Assuntos Culturais da UFMA

ANEXO C - Catálogo da Categoria Videoclipe do Maranhão na Tela 2017

<p>Banda Raja - My Mind Can Fly Away 2016, 3:57"</p> <p>Produção: Fátima Correia; Ruy, Gustavo Sampaio, Nadia Biondo. Direção: Ben Hur Rese, Marim Araújo, Nadia Biondo, Nairon Balbo. Roteiro: Ben Hur Rese, Ighor Nascimento, Marim Araújo, Nadia Biondo. Som: Lucas Sena, Magno Araújo. Edição: Ben Hur Rese, Marim Araújo.</p>	<p>Coletivo Gororoba - Spray de Pimenta 2012, 3:47"</p> <p>Direção, iluminação, produção: Ramiryo Bressi Assistência de direção, câmera, iluminação, edição, figurino: Beto Rio. Produção: Camilla Pinto Baulino, Nidream Simões, Bete, Helica Fernandes, Jara Unidos, Claudia, Nilton Nagem, Maria do Carmo, Claudia, Tainá e Ailton Assistência de direção, iluminação, produção, edição, câmera: Carolina Guerra Libano. Direção de Arte, figurino, direção coreográfica: Ruber</p>	<p>PE.ACE - REFRACTOR 2016, 4:12"</p> <p>Direção: Dinno Araújo, Diones Caldas, Ruan Paz Produção: PE.ACE Assistência de Produção: Luciano Teixeira Câmeras: Dandara Kran, Dinno Araújo, Diones Caldas Figurino: Rafael Paz Montagem: Diones Caldas, Jack Guedes, Rafael Paz Roteiro e Edição: Ruan Paz</p>
<p>Boys Bad News - Another Sin 2013, 5:47"</p> <p>Direção: Arthur Costa e Marcelo Cunha Câmera: Marcelo Cunha e Arthur Costa Edição: Arthur Costa Áudio: Carlos Bacelar</p>	<p>Criolina - Latinoamericano 2016, 3:10"</p> <p>Produção: Galante Filmes Direção: Tatiana Nairu e Diego Carvalho de Rêgo Roteiro: Tatiana Nairu Produção: Mariana Sierra e Mariela Serra Direção de Fotografia: Alice Andrade Drummond Direção de Arte: Mariana Teixeira Figurino: Daniele Gerente Edição: Marcelo Vogelaar Realizado com financiamento coletivo via Catamar: catamar.megaprojeto.com.br</p>	<p>Gallo Azhuu - Bruxa 2016, 6:28"</p> <p>Direção Geral: Inácio Araújo e Leite Ana Caldas Produção Musical: Ruan Cruz (NINA Produções) Agradecimentos especiais: Gustavo França e Thais Lima.</p>
<p>Bruno Batista - Bagaça 2016, 4:42"</p> <p>Direção e Roteiro: Airton Sobral Direção de Fotografia: Edeon Castello Figurino: Chris Quaresma Edição: Emerson Souza</p>	<p>Desdemona ETC - Homens ao Mar 2017, 6:47"</p> <p>Direção, Edição e Fotografia: Ben Hur e Fátima Correia Produção: Antonia Rangel Montagem: Rigne</p>	<p>Heriverto Nunes - Samba de Esquecer 2017, 5"</p> <p>Direção, Montagem e Morphing: Marlio Macchiavello Desenho: Raulino Barbosa Arranjo: João Budes</p>
<p>Catch a Fire - Ponteiro 2017, 3:27"</p>		

SESSÃO 2 - 36'19"
Dia 24/08, 22h30 | Local: Espaço Chão (Rua do Gij)

<p>Kazamata - Quem é de Deus feat. Cedric Myton 2013, 4:26"</p> <p>Direção Geral: Rogério Pereira - Acústica Studio Direção de Imagem e Roteiro: Saulo Cavalcante Edição & Coloring: Jôgo Lobato Produção Executiva: Erali Paulo e Jr. Muniz Produção Musical: J. Manu Compositores: Carlos Berg e Celia Leite</p>	<p>Núbia - Voo de Renúncia 2016, 4:27"</p> <p>Vídeo: Arthur Rosa França Produção: Thiago Tito Sound Mix: Carlos Silva Agradecimentos Especiais: Jair</p>	<p>Criolina - Quizás 2016, 4:20"</p> <p>Direção: Henrique Sugiyama Roteiro: Tereza Dur Produção: Henrique Sugiyama / Tassia Dur Realização: Cabrones Photo & Video Apelo: Chico Diogo</p>
<p>Manlio Macchiavello - Bak Bak 2017, 2:31"</p> <p>Elenco: Daniela Boies, Eduarda Santos, Ledineis Pimenta, Ruan Paz, Victor Vilam. Direção: Manlio Macchiavello Música e Imagem: Manlio Macchiavello</p>	<p>Ornitorrincos do Sertão Turu - Árvore 2017, 4:25"</p> <p>Produção, captação e edição do vídeo: Base 512 Direção: Base 512 (Luiz Razzo e Arthur Costa) Produção da música e Arranjo: Ornitorrincos do Sertão Turu Mix, Master e captação da música: Base 512</p>	<p>Souvenir - Wild Angel 2017, 3:54"</p> <p>Direção: Sunday James & Marcelo Cunha Produção Executiva: Marcelo Cunha & Souvenir Produção: Sunday James Diretor de Fotografia: Marcelo Cunha Edição: Sunday James</p>
<p>Núbia - Obscuros às Retinas 2016, 4:17"</p> <p>Vídeo: Arthur Rosa França Produção: Thiago Tito Sound Mix: Lucas Costabile (Dreambox) Agradecimentos Especiais: Jair</p>	<p>PE.ACE - RADIANCE 2016, 2:29"</p> <p>Direção: PE.ACE Edição: Ruan Paz Co-escritores: Emanuel Balata Agradecimentos: Emanuel Balata, Brivello Viana, Luciano Teixeira, Benício Costeira, Junior Barros</p>	<p>Tony Soubler - Raio de Sol 2016, 4:32"</p> <p>Auton: Tony Soubler Produção: Chiquinho Sousa Montagem, fotos e vídeo: Manlio Macchiavello.</p>