

SER FELIZ: O CINEMA DE GUERRILHA NA PRODUÇÃO DE UM VIDEOCLÍPE

BE HAPPY: GUERRILLA CINEMA IN THE PRODUCTION OF A MUSIC VIDEO

Ana Livia Bernardino

Graduada em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
ana.wheitesky@gmail.com

Carolina de Almeida Freitas Moreira Silva

Graduada em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
carolina_afms@hotmail.com

Guilherme Coracini Pontes

Graduado em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
guilherme_coracini@hotmail.com

Henrique Floret de Castro

Graduado em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
henriquefcastro@hotmail.com

Isabella Hungaro

Graduada em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
bellahungaro@gmail.com

Pedro Henrique Radighieri Turato

Graduado em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
ppturato@gmail.com

Vitória Rodrigues Cação

Graduada em Produção Audiovisual; FIB - Faculdades Integradas de Bauru, Bauru, SP, Brasil;
vitoriaracao@yahoo.com.br

Resumo: O videoclipe é uma das áreas do audiovisual em que a junção de música e vídeo permite o surgimento de produtos criativos e cheio de possibilidades de produção. Desde o seu surgimento, até os dias atuais, existem diversas formas de realizar um videoclipe que caminha entre as produções gigantescas, até as mais simples. A partir disso, dentro desse vasto universo de alternativas, o presente trabalho teve como principal legado contribuir com produtores audiovisuais, artistas e músicos que não tem verba para investir em grandes produções, mas que desejam ter um produto final de qualidade, que não dependa de ter em mãos as melhores ferramentas e equipamentos. Para isso, pretendeu-se realizar a produção do videoclipe da música “Ser Feliz”, a partir do conceito de cinema de guerrilha e utilizando como escolha artística e técnica a sobreposição de imagens.

Palavras-chave: Cinema de guerrilha, Videoclipes, Produção Audiovisual.

Abstract: The music video is one of the audiovisual areas in which the junction of music and video allows the emergence of creative products and full of production possibilities. Since its emergence, until today, there are several ways to make a music video that walks between the gigantic productions, to the simplest ones. Based on that, within this vast universe of alternatives, this work had as its main legacy to contribute with audiovisual producers, artists and musicians who don't have the budget to invest in large productions, but wish to have a quality final product that doesn't depend on having the best tools and equipment at hand. For this, we intended to produce the music video for the song "Be Happy", based on the concept of guerrilla cinema and using superimposed images as an artistic and technical choice.

Keywords: Guerilla filmmaking, Video clips, Audiovisual production.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Espit (2020) o videoclipe, como produto audiovisual, passou por diversas mudanças, criou tendências, se adaptou ao auge e declínio de vários gêneros musicais desde o seu surgimento, e com os meios digitais, segue quebrando recordes de visualizações a cada novo lançamento na plataforma do YouTube, por exemplo.

A partir dessa realidade, não é difícil imaginar que este cenário está relacionado a superproduções, e de fato está. O videoclipe mais caro da história, segundo o site da Forbes Brasil¹, é a parceria entre Michael Jackson e Janet Jackson, com a música *Scream*, o qual utilizou a verba de US\$ 10,7 milhões. Entretanto, a indústria dos videoclipes também permite dar espaço para outros tipos de produções e estéticas.

No vasto mundo de videoclipes, encontra-se aqueles que prezam apenas em mostrar o artista tocando, seja em estúdio, ou ao vivo, existem as superproduções que podem ser comparadas com produções de filmes, como é o caso citado anteriormente. Também observa-se o videoclipe mais experimental, que se relaciona ao cinema alternativo e a videoarte (junção de tecnologia com arte), entre muitas outras possibilidades (FREIRE, 2009 apud PALMA, 2012, p. 46).

A partir disto, dentro das vertentes dos videoclipes também existe espaço para produções mais simples, sem a necessidade de uma equipe grande e equipamentos de alta qualidade. Esse conceito mais enxuto de produção leva o nome de "cinema de guerrilha" e, de acordo com o Freitas (2020), é definido como:

Uma expressão dada a uma atividade de produção que se faz com o menor recurso financeiro possível e realizando os maiores feitos do cinema, sem dever nada às outras produções cinematográficas de grandes orçamentos (FREITAS, 2020, n. p).

1 Matéria disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2014/10/5-clipes-mais-caros-da-historia/#foto5>. Acesso em: 13 fev. 2021.

Sendo assim, a produção de guerrilha é feita seguindo o conceito de que poucos profissionais executem a maioria das etapas presentes no projeto, estando relacionado a fatores como: pouca verba, menor tempo de produção, poucos equipamentos, locações limitadas, ou seja, utilizar o menos possível, e o que se tem em mãos, mas fazendo com que isso não afete a qualidade técnica e artística da produção.

Diante deste cenário, o problema de pesquisa possui a seguinte questão: Como realizar um videoclipe nos moldes do cinema de guerrilha, de forma que seja passada a mensagem retratada na música, sem deixar a desejar na qualidade técnica do produto?

Para responder à questão norteadora, o objetivo geral deste projeto é deixar a experiência dos autores para futuros pesquisadores e artistas que não tem verba para investir em grandes produções, mostrando como o cinema de guerrilha pode auxiliar na produção de videoclipes. Este objetivo será feito a partir da produção do videoclipe da música *Ser Feliz*, composta e interpretada pela Vitória Cação, utilizando o conceito de cinema de guerrilha com a técnica de sobreposição de imagens.

Com isso, os objetivos específicos se baseiam em: compreender o conceito do cinema de guerrilha; conhecer a história do videoclipe como produto audiovisual; analisar videoclipes que servirão de referência para o produto final; definir os elementos que farão parte do videoclipe *Ser Feliz*; produzir o videoclipe de acordo com os conceitos estudados e referências analisadas.

Acredita-se que boas ideias de produções audiovisuais não precisam ser diretamente relacionadas com produções que utilizam altos orçamentos, equipes gigantescas e equipamentos de melhor qualidade. Tendo isso em vista, optou-se por aplicar em nossa realidade um produto viável de ser feito em meio à pandemia, com equipe reduzida, baixo orçamento, que será distribuído pelo YouTube, e que se relaciona com o gosto em comum dos participantes pela área musical e artística.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 CINEMA DE GUERRILHA

Existem muitas formas de fazer cinema, de grandes produções até o cinema independente, esse meio de comunicar a arte do audiovisual na maioria das vezes está atrelado ao custo elevado para se produzir. Concordando com Leroux (2017), o cinema de modo geral, inclusive o brasileiro, é marcado pelo elitismo, pois o acesso aos meios de produção está relacionado a quantias exacerbadas de dinheiro. Entretanto, as tecnologias audiovisuais da virada do século XXI, como, por exemplo, os *smartphones*, câmeras digitais, computadores, entre outros equipamentos tecnológicos, se tornaram mais acessíveis aos

bolsos de classes sociais menos providas de orçamento e fazem parte do cotidiano de diversas pessoas. Esse fato tornou a produção audiovisual mais alcançável e democrática para quem tem o desejo de se tornar um produtor e até mesmo participar de festivais e premiações.

Porém, é importante ressaltar que produzir com celular, ou com equipamentos mais acessíveis, não tornam a produção de fato mais barata e feita com poucos recursos materiais e humanos. Nesse sentido, como conceituar esse cinema feito a partir de recursos mínimos, pouca equipe, orçamento e tempo reduzidos, além de outros empecilhos ao longo da produção?

O termo usado é conhecido como *cinema de guerrilha* e não se sabe ao certo quando surgiu. A guerrilha, de acordo com o dicionário Michaelis², é uma luta armada feita a partir de um movimento revolucionário que ataca o inimigo com ações de surpresa e violência e, também, se refere como o movimento sem caráter político de forma disciplinada que adota esse sistema de luta. A partir disso, entende-se que o cinema de guerrilha é como uma forma de combate, em que “se improvisa fora da produção convencional, contra as convenções formais impostas ao público geral e na elite.” (ROCHA, 1980 apud LEROUX, 2017, p. 2).

A partir deste trecho de Rocha, se pode comparar o cinema de guerrilha com o movimento brasileiro *Cinema Novo*, iniciado na década de 60, em que tinha como lema a frase do diretor Glauber Rocha, que disse: “Uma ideia na cabeça e uma câmera na mão”, que se traduz em produzir o que tem em mente através do equipamento que está em suas mãos. As principais características desse movimento eram ter baixo custo nas produções; lidar com equipamentos novos, leves e de fácil transporte, deslocamento e custos menores; ter o contato direto com a realidade; entre outras. Tendo isso em vista, a estética do cinema de guerrilha, como diz o autor Chagas (2018 apud WEYL, 2019, p. 99), surge sendo uma alternativa à história da arte contada pelos tradicionais, ou seja, ela se apoia no máximo possível a ser realizado, seja como gambiarra ou com tecnologias possíveis de serem acessadas, tornado como lema que qualquer coisa pode ser um trabalho artístico.

A partir disso, o cinema de guerrilha é usado para traduzir o conceito das produções com baixo ou nenhum orçamento, costumeiro em países em que não há um suporte para as produções nacionais. É feito a partir de uma equipe reduzida, em que vários membros possuem diversas funções, o que possibilita uma gama de técnicas e experiências que desenvolvem e ampliam a capacidade do trabalho executado. De acordo com a autora Leroux (2017), o conceito não se limita em apenas realizar filmes com o que é possível, mas também é uma forma de potencializar os recursos mínimos, a mesma completa dizendo:

2 Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/guerrilha/>. Acesso em 15 mar.2021.

Além dos recursos financeiros infinitamente modestos ou por vezes inexistentes que caracterizam estas produções, fazer filmes “com o que se tem” significa fabricar alternativas a partir de um contexto de não especialização e de escassez de tempo livre fora do trabalho diário com o qual se ganha (ou melhor dizendo, se perde) a vida (LEROUX, 2017, p. 30).

A partir da contextualização sobre o termo, definiu-se que o cinema de guerrilha será utilizado para desenvolver o videoclipe da música *Ser feliz*, pois se está com uma equipe reduzida, sem grandes disponibilidades de orçamento, e também com limitações decorrentes da pandemia do coronavírus. A partir disso, para desenvolver a produção, é necessário compreender a história dos videoclipes em geral, até chegar no dia de hoje, o que será tratado no próximo capítulo.

2.2 HISTÓRIA DO VIDEOCLIFE

Assim como as possibilidades e técnicas visuais, a história do videoclipe está diretamente relacionada com o cinema, sendo fruto de um longo processo de descobertas e evolução. Os primeiros indícios de solidificar a junção entre imagem e som, a qual mais para frente seria um ponto crucial para o surgimento do videoclipe, de acordo com Mozdzenski (2014), aconteceu em 1894, quando os americanos Edward B. Marks e Joe Stern resolveram divulgar sua música *The little lost child*, com uma junção de imagens estáticas, a letra da canção e os músicos cantavam ao vivo.

Em 1895, acontece a exibição do primeiro filme da história, exibido pelos irmãos Lumière, mas ainda apenas com imagens sem som. Pouco mais de 30 anos depois, a primeira junção entre áudio e vídeo foi marcada pelo lançamento de *O cantor de Jazz (The Jazz Singer)*, filme de Alan Crosland, lançado no ano de 1927, com o objetivo de divulgar o estilo musical. Na noite de estreia foi utilizado um Vitaphone³ que sincronizava os diálogos e canções do filme. Este momento deu início a uma gigantesca revolução no cinema, já que os filmes mudos foram perdendo espaço.

Confirmando a respeito da história do videoclipe ser um assunto controverso, Nercolini; Holzbach (2009) consideram como surgimento do videoclipe o lançamento de *Bohemian Rhapsody*, da banda Queen, seguindo referências da revista semanal britânica *New Musical Express (NME3)*, produzido no ano de 1975, e dirigido por Gowers e Roseman.

Para Pontes (2006), foi na década de 60 que surgiram os primeiros videoclipes e estavam relacionados com o estilo musical rock. Assim como o lema da época *Sexo, drogas*

3 “Inicialmente, Vitaphone era um sistema de gravação de áudio em disco, para ser utilizado exclusivamente no cinema, desenvolvido pela Warner Bros e sua companheira comercial, o estúdio “First Nacional”. Depois, Vitaphone passou a ser uma ramificação da Warner Bros, responsável pela produção de filmes musicais.” (LIMA; AMORIM, 2015, p.4).

e *Rock n'roll* o período em que os videoclipes surgiram estava atrelada à desconstrução de valores conservadores e sólidos. Na década de 70, existiu uma tentativa de trazer formas narrativas para a construção dos videoclipes, e muitas delas utilizaram cineastas como diretores. Um bom exemplo disso é o clipe de *Thriller*, do cantor Michael Jackson, dirigido por John Landis, que mesmo lançado em 1982, é reflexo do que se tentou fazer na década passada.

Nos anos 80, Pontes (2006) afirma que é a época de explosão dos videoclipes, já que o canal televisivo MTV surgia como uma grande novidade e buscava ser uma versão atual e visual do que tocava nas rádios. Em 1º de agosto de 1981, a MTV fez sua estreia na televisão estadunidense fechada, estando presente em 800 mil casas e tendo, em média, 250 videoclipes para passar em sua programação, o primeiro clipe passado foi *Video Killed The Radio Star*, da banda *The Buggles*. A partir disso, o canal revolucionou a forma de fazer conteúdo para a TV a cabo, se consolidou no mercado mudando a indústria fonográfica e também expandiu sua marca ao redor do mundo, colocando o canal em países diferentes que reproduziam o formato de sucesso, mas acrescentavam características da sua própria cultura. (AMORIM, 2008).

No Brasil, a emissora teve sua estreia em 20 de outubro de 1990, o primeiro videoclipe passado foi da canção *Garota de Ipanema*, com um remix da cantora Marina Lima. Assim como no exterior, no nosso país o canal foi um grande sucesso, reforçando o sucesso de bandas como *Skank*, *Raimundos*, *O Rappa*, entre outras. Programas como *Disk MTV*, em que trazia os videoclipes mais votados pela audiência por meio de ligações telefônicas, e *Acústico MTV*, o qual trazia grandes músicos/bandas para apresentarem versões acústicas de seus trabalhos, fizeram parte da grade do canal que, infelizmente, encerrou suas atividades em televisão aberta no ano de 2013.

Mesmo não conseguindo definir ao certo qual o primeiro videoclipe da história, entende-se que a popularização deles se deve ao surgimento da MTV, sendo referência do que ver, ouvir e até mesmo vestir, para os jovens dos anos 80/90, seguindo fortemente até a chegada dos anos 2000, em que a internet tomou conta do cenário, conforme afirmou Goes (2006), em entrevista para o portal UOL ⁴: “O videoclipe não pertence mais à televisão. Ele está ligado ao mundo digital e outras mídias atendem melhor a essa demanda”. Além disso, em entrevista para a Folha de São Paulo ⁵, no mesmo ano, o autor afirmou que apostar em videoclipes na televisão é um atraso, afinal o espectador não quer mais esperar para assistir na TV algo que ele tem de fácil acesso na internet.

4 Matéria disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2006/12/05/ult698u11811.jhtm>. Acesso em: 03 mar. 2021.

5 Matéria disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u66722.shtml#:~:text=%22O%20videoclipe%20n%C3%A3o%20%C3%A9%20t%C3%A3o,da%20grade%20composta%20de%20clipes>. Acesso em 03 mar. 2021.

É importante lembrar que com o surgimento da MTV, em seus primeiros anos, passou a existir um espaço único em que as produções independentes tinham onde ser veiculadas. Com o passar do tempo, por conta da popularização e do acesso aos jovens, as gravadoras começam a entrar nesse universo e produzir os videoclipes como grandes produtos midiáticos e de vendas. Com isso, os clipes independentes não deixam de existir, mas enfrentavam uma maior dificuldade para conquistarem seu lugar na mídia. Assim sendo, com a explosão da internet, destacada anteriormente, o meio digital se torna o local de circulação ideal para todas as vertentes dos videoclipes, em que não é relevante para o sucesso, ou alcance de público, com quanto custou a produção, quantas pessoas participaram da equipe, entre outros fatores.

Sendo assim, a transformação dos meios de comunicação também afetou de forma significativa a maneira com que os videoclipes eram consumidos e distribuídos. Com o surgimento do YouTube, em 2005, foi se tornando cada vez mais comum fazer o lançamento de clipes na própria plataforma. O autor Soares (2013), complementa dizendo:

A antiga força da MTV agora flui por canais como o YouTube, que acentua ainda mais as tensões entre formatação, produção, distribuição e fruição dos videoclipes. Se, na década de noventa, os clipes eram a mais importante peça de visibilidade dos produtos musicais, nos dias que seguem eles podem atingir altos índices de “espectatorialidade” ao mesmo tempo em que podem ser facilmente descartados (SOARES, 2013, p. 16).

Além de alcançar um número maior de espectadores, do que comparado com a televisão, o YouTube também contribuiu para o acesso fácil e mais democrático em questões de formatos, gêneros e escopos financeiros, sendo um grande espaço para seguir as tendências de grandes artistas, mas também com um leque gigante para experimentar e criar.

2.2 ANÁLISE DE VIDEOCLIPES

A seguir, será analisado o videoclipe de *Stolen Dance*, da banda *Milky Chance*, que utiliza técnicas possíveis de desenvolver em um conceito de cinema de guerrilha, principalmente a técnica de sobreposição e projeção de imagens. Observou-se que principalmente os aspectos estéticos, de direção de arte e de direção como um todo, além de fazer uma breve apresentação dos artistas, contextualizam sobre os videoclipes lançados no YouTube.

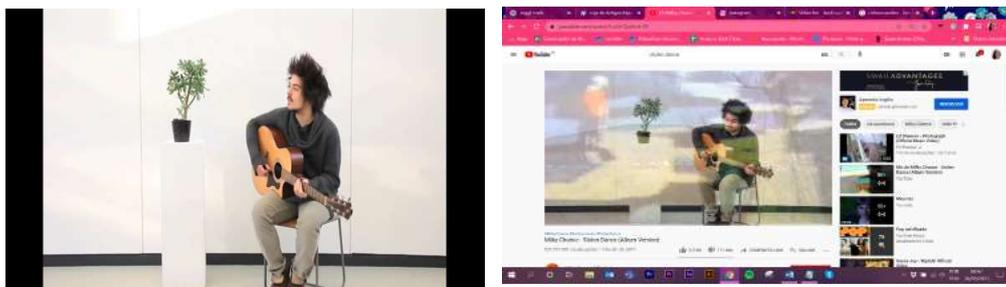
2.3 “STOLEN DANCE” - MILKY CHANCE (2013)

O produto escolhido como referência de imagens sobrepostas foi o videoclipe da música *Stolen Dance*, da banda alemã *Milky Chance*, formada em 2012 e que conta com os integrantes Clemens Rehbein (vocalista), Philipp Dausch (DJ e produtor) e Antonio Greger (guitarrista e baixista). A música foi lançada no ano de 2013, como single separado,

e depois entrou no primeiro álbum de estúdio da banda, também em 2013, chamado *Sadnecessary*.

Logo de início, observou-se Clemens sentado em uma cadeira de metal, tocando violão; o ambiente é totalmente claro, e o que compõe o cenário é uma parede branca e uma mesa de canto com uma planta em cima, a qual ajuda minimizar o branco do lugar. A roupa escolhida para o intérprete também auxilia nessa questão e compõe a tela inicial, que surge em um plano aberto e vai lentamente apresentando as primeiras sobreposições de imagem. Nesse momento, é possível ver duas filmagens distintas, em duas camadas de sobreposição, uma que aparenta ser um lugar no campo com algumas colinas verdes, e a segunda compõe trechos com pessoas em movimento e paisagens de lugares diferentes, conforme mostram as figuras abaixo:

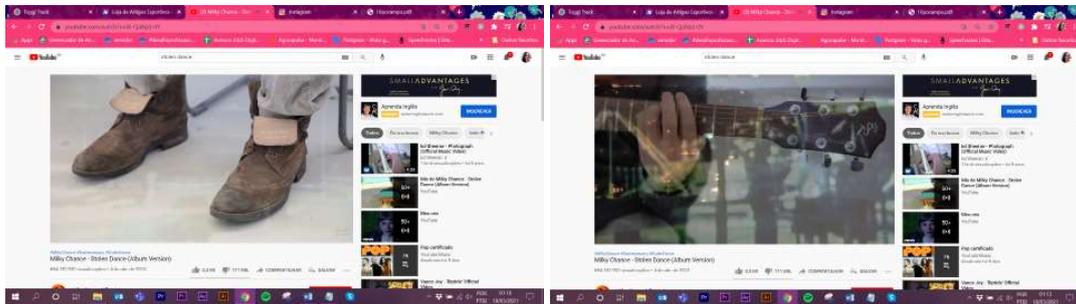
Figura 1: Exemplo de Plano Geral do videoclipe *Stolen Dance*



Fonte: Milky Chance Oficial (2013).

Apesar do videoclipe não ter grandes variações de movimento de câmera, a dinâmica nos enquadramentos fica por conta dos planos. Além do plano geral, apresentado anteriormente, o videoclipe apresenta planos detalhe nos instrumentos, rosto e sapatos, que em algumas vezes acompanham o ritmo da música. Em geral, esses planos aparecem depois dos mais aberto e as sobreposições seguem criando um ambiente em que o espectador acompanha as imagens que estão sendo passadas.

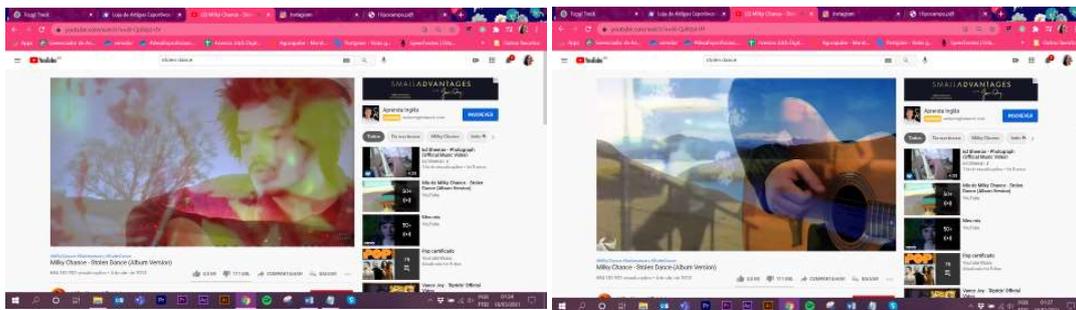
Figura 2: Exemplo de plano detalhe do videoclipe *Stolen Dance*



Fonte: Milky Chance Oficial (2013).

Nos momentos de planos detalhes, também percebe-se que a construção de equilíbrio da imagem é feita de maneira muito bem pensada, já que quando os closes da imagem de base do cantor estão mais à direita, as imagens da projeção que ficam mais à esquerda, e vice-versa. Esse tipo de composição faz o espectador prestar mais atenção na imagem que está sendo projetada, sendo mais nítido e claro de perceber qual o foco naquele momento do vídeo. Outro fator que ajuda nessa questão é a inserção de imagens de sobreposição que estão paradas, facilitando o entendimento do que é aquela paisagem, pessoa ou objeto. Alguns exemplos disso são os frames abaixo:

Figura 3: Composição de imagens no plano detalhe



Fonte: Milky Chance Oficial (2013).

Além dos planos gerais e dos detalhes, o videoclipe também nos apresenta planos médios, que garantem um pouco mais de dinamismo e, em grande parte do vídeo, faz a passagem entre planos mais abertos e mais fechados, conforme as imagens a seguir:

Figura 4: Exemplo Plano Médio videoclipe *Stolen Dance*



Fonte: Milky Chance Oficial (2013).

O videoclipe encerra com um plano geral e a música diminuindo o volume em *fade out*. Os vídeos de sobreposição também seguem o mesmo caminho, vão ficando mais claros conforme a música termina, até chegar na transparência total. Tendo por base as análises acima, observou-se algumas possibilidades, de acordo com a tradução da música feita pelo site *letras.mus*⁶. As imagens representam a visão de quem está vendo aquelas situações e paisagens e são representações do que se passa dentro da cabeça de quem está sentindo a música; de acordo com os seguintes trechos: “O suspense está controlando minha mente/ Eu não consigo encontrar o caminho para sair daqui”⁷. Lembranças antigas de momentos vividos com outra pessoa, representando a partir dos seguintes trechos: “Espero que eles não tomem a sua mente”⁸; As possíveis atividades e lembranças que seriam vividas junto com outro alguém, já que no momento do vídeo ele está sozinho, mas nas sobreposições não. Além de ser algo que se relaciona com a breve explicação sobre a música, verificou-se anteriormente seguindo o trecho da canção: “Para que eu nunca me sinta sozinho de novo”⁹.

A partir da análise realizada, observa-se que as técnicas são possíveis de serem utilizadas para a produção do videoclipe a ser produzido, enquanto a projeção traz mais riqueza nos detalhes captados pela câmera, a sobreposição nos permite mais possibilidades na hora de edição. Acredita-se que os resultados de ambos são diferentes, mas o significado que passam seguem alinhados, transpassando para o espectador que aquelas imagens são a representação do que está sendo dito na canção.

⁶ Tradução disponível em: <https://www.letras.mus.br/milky-chance/stolen-dance/traducao.html#album:stolen-dance-201>. Acesso em 07 mar. 2021.

⁷ Trecho original da música *Stolen Dance*: *Suspence is controlling my mind/I cannot find the way out of here*.

⁸ Trecho original da música *Stolen Dance*: *I hope they didn't get your mind*.

⁹ Trecho original da música *Stolen Dance*: *I want you by my side/So that I never feel alone again*.

2.4 SER FELIZ: ESCOLHAS E APLICAÇÕES

A partir das bases teóricas estudadas e das análises feitas dos videoclipes escolhidos como referências, será realizada a produção do videoclipe da canção *Ser Feliz*. Após vários *brainstormings* realizados pelo grupo, definiu-se que o conceito do videoclipe será trabalhar com os significados presentes na música e como eles podem ser traduzidos nas imagens que irão compor o videoclipe. Assim como afirma o autor Machado (2000), o clipe não é algo que deve ser pensado depois da música, ou como um acessório da mesma, ele deve ser parte total da criação se tornando um só elemento criativo.

Por isso, além das análises de videoclipes, foi essencial compreender a música e o que cada estrofe tem a nos passar. Identificou-se que a canção tem 4 fases de passagem de sentimentos, sendo elas:

- 1º Fase: Tristeza profunda, reclusão, confusão de sentimentos, cansaço de passar pelo que está vivenciando;
- 2º Fase: Apesar de dizer *Feliz*, esse é o momento em que não se tem mais perspectiva de como alcançar o sentimento da felicidade. Porém, com o crescimento da melodia, essa fase se torna o arco da canção e vai caminhando para o encontro do que torna aquela pessoa feliz.
- 3º Fase: Momento de transição, em que a pessoa tem a consciência de que quer alcançar o sentimento da felicidade e está se sentindo mais livre.
- 4º Fase: Explosão de felicidade, o que mais queria ser alcançado no início da música de fato está acontecendo, a mesma palavra *Feliz* é repetida, mas agora sabendo que esse é um processo de construção.

Após essa análise, identificou-se quais elementos poderia ser trabalhado na direção de arte para trazer essa dualidade entre triste e feliz. O primeiro deles foi a escolha de utilizar a representação das cores, em especial o azul e o amarelo. As cores, no cinema, nos ajuda a ambientalizar melhor a história em épocas diferentes, desde preto e branco para indicar o começo dos anos 40, tons mais pastéis para os anos 70, a cores mais sóbrias e acinzentadas para indicar um possível futuro, e assim por diante (THIEL, 2019).

A coloração de um modo geral, despertam em cada pessoa sentimentos únicos, ligados à vivência e repertórios em que essa pessoa teve, desde o vermelho do amor, o azul do mar, as representações de sossego ou fogo, paixão ou descaso, as cores podem representar vários elementos em nossas vidas. Ainda de acordo com a autora Thiel (2019) as cores refletem emoções e isso pode ser diferente para cada indivíduo, já que o cérebro tem um nó para cada cor e toda vez que se observa uma tonalidade esse nó pode ser mudado com base nas experiências vivenciadas. Também é possível classificar as cores de acordo com sua temperatura: azul, verde e roxo são consideradas cores mais frias e

isso gera uma sensação de distanciamento, diminuem a percepção de tempo, e traduzem sensações mais introspectivas. Enquanto as cores mais quentes, como o amarelo, laranja e vermelho, estão associadas a felicidade, aconchego, conforto e sensação de proximidade e de calor. Sendo assim, serão abordados exatamente os pontos que foram decisivos para se trabalhar com as cores amarelo e azul.

Outra referência foi utilizar as obras do pintor Van Gogh, que utilizava muito as cores citadas anteriormente. Vicent Van Gogh nasceu no ano de 1853, na Holanda, e é considerado um dos maiores pintores da história, com um acervo de mais de duas mil obras feitas. O artista, sempre usou cores para se expressar, mas de todas elas, duas se destacaram mais, azul e amarelo. Por mais que ele usasse as duas cores em vários momentos de sua vida, duas fases dela foram bem marcantes e expressadas de maneira mais visíveis em seus quadros (TANCREDI, s. d).

A primeira delas foi a amarela. Segundo sua biografia¹⁰, após um rigoroso inverno de 1888, em Paris, Van Gogh resolve passar um tempo em uma pequena comuna, onde seus quadros de girassóis foram produzidos. Na mesma época, ele criou a obra *A Vinha Encarnada*, que foi o único quadro vendido por seu irmão, enquanto o artista ainda era vivo. Após o episódio de automutilação, em que não se sabe ao certo o que se passava com o artista, suas obras produzidas após o ocorrido começaram a “mudar de cor”, tons e estilos mais azulados predominam em seus quadros, dando origem a uma de suas principais obras, *A Noite Estrelada*, de 1889. Entre outras obras da época, seus autorretratos que também tinham predominância azul, também mostravam que algo no artista havia mudado.

A partir disso, para implementar as cores e os quadros, será utilizado a construção de dualidade da intérprete com o auxílio da sobreposição. Terá uma base do vídeo com a cantora e vídeos sobrepostos que irão representar o que passa em sua cabeça, com elementos azuis e amarelos de acordo com a fase da música. Além disso, os quadros com movimentação foram escolhidos para fazer parte de cada etapa que represente de forma implícita o que está dizendo a canção.

Apesar de possuir um roteiro, acredita-se que a construção do videoclipe também pode ser feita a partir do momento de experimentação na edição, não sendo um problema de produção caso algo não siga o que se imagina previamente, mas que tenha ficado melhor em termos técnicos e artísticos, conforme diz o autor Monteiro (2014, p. 6): “...nos videoclipes não existe uma forma pré-moldada para a construção dos vídeos, o mais importante é a experimentação, a liberdade que os diretores têm de compor, sem que a sociedade rejeite”.

10 Disponível em: https://www.ebiografia.com/breve_biografia_van_gogh_obras/#:~:text=Os%20Girass%C3%B3is%20de%20Van%20Gogh,ampla%20e%20natureza%20da%20cidade. Acesso em: 03 mar. 2021

Por fim, espera-se que ao final da produção seja alcançado todos os objetivos propostos no presente trabalho e cumprindo com as escolhas de referências e aplicações mencionadas anteriormente, a fim de incentivar e contribuir com futuros produtores que desejam se expressar através de produções audiovisuais que utilizam conceito do cinema de guerrilha.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como objeto de pesquisa o cinema de guerrilha e o videoclipe, o presente projeto buscou desenvolver um estudo teórico sobre a produção de um videoclipe feito nos moldes do cinema de guerrilha e, ao final do estudo, produzir um produto audiovisual utilizando os ensinamentos aprendidos.

Assim sendo, respondendo à questão norteadora, foi realizado um videoclipe nos moldes do cinema de guerrilha com muitas reuniões de alinhamento, ideias e utilizando nossa criatividade para enfrentar os desafios destacados durante a produção. Acredita-se que como guerrilha passou-se pelos seguintes pontos: apenas um dia para gravar resultando em pouco tempo para produção; a equipe também foi reduzida, no dia foram apenas as funções essenciais para a produção; não havia muitas opções de locais para gravação; a pandemia limitou em vários aspectos e houve uma preocupação com a segurança dos integrantes que precisavam sair de casa para gravar; verba pouco disponível; trabalhou-se com a construção de um cenário criado a partir de elementos que existiam nas residências dos autores; foi utilizado equipamentos de filmagem e iluminação que os integrantes tinham em mãos e alguns emprestados.

Além disso, o momento em que decidiu-se mudar de projeção para sobreposição foi o ponto alto em que a guerrilha, se tornou uma rua sem saída, onde era preciso encontrar um novo caminho. Tentou-se de diversas formas, foram feitos testes, até entrar no consenso de que não seria a melhor solução. Ou seja, foram estudadas as possibilidades e percebeu-se que não seria viável tanto em termos de orçamento, como em habilidades para lidar com a projeção na produção e pós-produção. Entretanto, permaneceu a pergunta: o que mais se pode utilizar para deixar o resultado final tão legal quanto a projeção e sem jogar fora as escolhas que já tínhamos feito? A partir disso, o problema foi transformado em desafio e por conta da guerrilha foi solucionado com sucesso a partir do uso da sobreposição.

Visto isso, acredita-se que não se deixou a desejar na qualidade técnica do produto e foi passada a mensagem retratada na música, a qual reflete principalmente sobre a dualidade da vida entre momentos felizes e tristes. Esse feito ocorreu através do uso das cores azul e amarelo, das pinturas de Van Gogh e seus significados e interpretações, a utilização dos

enquadramentos mais abertos e fechados, o uso da sobreposição de várias vitórias que, juntamente com a interpretação da intérprete, permitiram que a mensagem da canção fosse passada e ainda dando margem para as próprias conclusões dos espectadores que irão assistir ao clipe.

Diante do exposto, pode-se afirmar que o objetivo geral da pesquisa foi alcançado, uma vez que o videoclipe da música *Ser Feliz* foi produzido, utilizando o conceito de cinema de guerrilha com a técnica de sobreposição de imagens. Acredita-se que foi deixado um legado para os futuros pesquisadores e pessoas que queiram produzir. Com isso, os objetivos específicos também foram concluídos, pois com a pesquisa bibliográfica foi possível compreender o conceito do cinema de guerrilha, conhecer a história do videoclipe, realizar a análise de vídeos que foram referência para o produto final, e definir os elementos que fizeram parte do videoclipe *Ser Feliz* e, por fim, produzi-lo de acordo com os conceitos estudados e as referências analisadas.

É válido destacar que até o momento desta pesquisa não se sabia ao certo no que o termo cinema de guerrilha se traduziria, com a conclusão dos objetivos gerais e específicos, e também com a resposta da questão norteadora. Acredita-se que é um termo que deve ser mais explorado, para que as pessoas que já fazem guerrilha, ou querem fazer, mas não sabem como nomear, possam ter uma direção na qual seguir e encontrar outros trabalhos para se inspirarem e terem como referência.

Por fim, foi possível contar uma história cheia de significados, mostrando que o cinema de guerrilha pode ser uma opção para produtores, músicos, artistas, compositores e todos os curiosos que querem produzir um ótimo produto com o melhor que tem em mãos. Assim, como colocadoS no início do trabalho, parafraseando o pintor Vicent van Gogh, grandes coisas não dependem de grandes feitos, grandes orçamentos ou grandes equipes, mas sim de pequenas coisas que, ao se juntarem, se tornam incríveis e fazem o seu melhor com o que tem em mãos!

REFERÊNCIAS

AMORIM, João Guilherme Barbosa de. *O videoclipe no Brasil: Uma análise do gênero nos canais de televisão por assinatura Multishow e MTV*. Orientadora: Profa. Dra. Suzy dos Santos. 56 p. Monografia (Comunicação social com habilitação em Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/1815>. Acesso em: 3 mar. 2021.

BARRETO, Rodrigo Ribeiro. *Parceiros no clipe: a atuação e os estilos autorais de diretores e artistas musicais no campo do videoclipe a partir das colaborações mondino/madonna e gondry/björk*. Orientador: Prof. Dr. Wilson da Silva Gomes. 2009. 230 p. Monografia

(Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009. Disponível em: <https://bit.ly/2RCeA5c>. Acesso em: 4 mar. 2021.

FREITAS, Edgar Ziler. *O que é cinema de guerrilha?*. [S. L.], 2020. (3,17 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PpjQejFkMw8&t=15s>. Acesso em: 13 fev. 2021.

ESPIT, Débora Grezele. *A direção de cantoras de música popular massiva sobre seus videoclipes*. Orientadora: Prof^a. Dra. Ramayana Lira de Sousa. 2020. 44 p. Monografia (Bacharel em Cinema e Audiovisual) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3dsY54b>. Acesso em: 20 fev. 2021.

LIMA, Helena Silva; AMORIM, Vítor Silva. *Videoclipe: Toddynho Kid*. Orientador: Marcos Américo. 132 p. Monografia (Bacharel em Comunicação Social – Radialismo) - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/155096/000878543.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 2 mar. 2021.

LEROUX, Liliane. *Táticas do cinema de guerrilha da baixada para transitar entre o popular e o artístico*, 2017. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/28300/20327>. Acesso em: 06 mar. 2021.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC, 2000.

MILKY CHANCE. *Milky Chance - Stolen Dance (Official Video)*. [S. L.]: Lichtdicht Records, 2013. (5,13 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iX-QaNzd-0Y>. Acesso em: 06 mar. 2021.

MOZDZENSKI, Leonardo. *Conhecendo o videoclipe: a formação histórica e sociorretórica de um gênero multissemiótico*. In: XVII Congresso Internacional da ALFAL - Associação de Linguística e Filologia da América Latina, João Pessoa, 2014. Disponível em: <http://www.mundoalfal.org/CDAnaisXVII/trabalhos/R0063-2.pdf> 2014. Acesso em: 3 mar. 2021.

MONTEIRO, Vanessa Estevam Carlos. *Funk da ostentação: uma análise semiótica do videoclipe “Na pista eu arraso”, do Mc Guime*. 2014. Disponível em: http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/30669/1/2014_eve_vmonteiro.pdf. Acesso em: 06 mar. 2021.

NERCOLINI, M. J.; HOLZBACH, A. D. Videoclipe em tempos de reconfigurações. *Revista FAMECOS*, v. 16, n. 39, p. 50-56. 22 set. 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.39.5841>. Acesso em: 3 mar. 2021.

PALMA, Louise Gonzaga Alves. *O novo lugar do videoclipe: da tv musical aos canais virtuais*. Orientador: Prof. Dr. Fernando Salis. 2012. 62 p. Monografia (Comunicação Social/ Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3647/1/LPalma.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2021.

PONTES, Pedro. Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade. *Revista Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, v. 8, ed. 10, p. 47-51, 8 set. 2006. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/799>. Acesso em: 2 mar. 2021.

RUY, Karine Santos. Os espaços do cinema de baixo orçamento no Brasil. *Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual*, [s. l.], v. 5, ed. 1, p. 1-30, jan/jun. 2016. Disponível em: <https://rebeca.socine.org.br/1/article/view/211>. Acesso em: 22 maio 2021.

SIMIS, Anita. “Cinema Independente” no Brasil. *Revista Brasileira de História da Mídia*, [s. l.], v. 7, ed. 1, p. 96-110, jan/jun. 2018. Disponível em: <https://comunicata.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/6988>. Acesso em: 22 maio 2021.

SOARES, Thiago. *A estética do videoclipe*. João Pessoa, Paraíba: Editora da UFPB, 2013.

TANCREDI, Silvia. “Vincent Van Gogh”; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/biografia/vincent-van-gogh.htm>. Acesso em 13 mar. 2021.

THIEL, Cristiane. *A Psicologia das Cores no Marketing: Entenda O Impacto Das Cores Em Nossas Emoções E Saiba Como Aplicar Esses Conhecimentos Aos Negócios*. [S. l.: s. n.], 2019. 105 p.

WEYL, Francisco. *I-margens de um Caruana entre Estéticas de Guerrilha*. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/ppgartes/article/view/9819>. Acesso em: 06 mar. 2021.