

EXPERIMENTALISMO EM PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES EM TEMPOS DE PANDEMIA¹

Lucas Neves da Rocha Franco²
Leonardo Assunção Bião Almeida³

RESUMO

O gênero videoclipe sempre foi aberto a experimentações e com o tempo os produtores aperfeiçoaram suas técnicas e se profissionalizaram. Com a pandemia de Covid-19, que começou no início de 2020, o cenário voltou ao que era antes: videoclipes enquanto espaço de experimentação, com novas técnicas usadas por consequência da impossibilidade de aglomeração, deixando alguns profissionais e equipamentos afastados do set de filmagem (pelo menos enquanto durar a medida de isolamento social para conter a disseminação da doença). As novas técnicas vão de aproveitamento de conteúdo de vídeo enviado pelos fãs, embora com imagens de qualidade inferior, a filmagens com drone. Diante disso, este trabalho visa entender o atual cenário e projetar o futuro, com eventuais legados do período daqui para frente.

Palavras-chave: Videoclipe; Produção audiovisual; Pandemia; Novos formatos.

INTRODUÇÃO

O videoclipe, historicamente, se caracterizou como um gênero do audiovisual em que experimentações são bem-vindas. Se o cinema, desde os irmãos Lumière, ganhou a alcunha de “sétima arte”, equiparando-se em relevância artística com a literatura, o teatro, a música e as artes plásticas, o videoclipe trafegava entre mais de um gênero artístico, como cinema, música e teatro, mas possibilitando não-atores de encenarem, não-cineastas de dirigirem e mais tarde, principalmente a partir da criação do *YouTube*[®], público geral de produzir em maior escala e com mais visibilidade do que em períodos anteriores. No entanto, as produções de videoclipes foram se tornando cada vez mais profissionais.

Afinal, investir em aparatos tecnológicos, em linguagem e estética mais próximas do cinema fizeram as grandes estrelas da música ganharem o “mesmo direito das estrelas de *Hollywood*”, que é o de performar.

Videoclipes passaram a contar histórias, embora fora da classificação de curtas-metragens, para o entusiasmo dos fãs, que foram os principais responsáveis por alavancar o sucesso das produções audiovisuais ligadas ao mercado musical.

¹ Trabalho apresentado no IJ-Área04. Intercom Júnior – Comunicação Audiovisual, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de produção audiovisual e membro do grupo de pesquisa Observatório da Produção Audiovisual e Audiofônica na Bahia dos cursos de Comunicação Social do Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE), e-mail: francolucasfranco@hotmail.com.

³ Orientador, Mestre em Letras, graduado em Rádio TV, professor dos cursos de Jornalismo do Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE), e-mail: leonardo.biao@unijorge.edu.br.

Com a pandemia de Covid-19, doença esta descoberta no final de 2019 e que é causada pelo vírus Sars-Cov-2, o mundo mudou. A dinâmica dos videoclipes sofreu impacto significativo, pelo menos temporariamente, embora o tempo vá dizer se algumas mudanças serão mantidas. A adesão do isolamento social impossibilitou a gravação de videoclipes nos moldes anteriores, pois o risco de contágio se tornaria alto com equipes de produção grandes e aglomeradas em um set de filmagem.

Para driblar o problema e minimizar as perdas, artistas brasileiros consagrados como Anitta, Marília Mendonça e Chico César aderiram a uma nova dinâmica, distante do que era visto nas superproduções feitas até meses atrás. A produção de videoclipes voltou a ter caráter experimental entre as estrelas, seja com imagens gravadas dentro de condomínio com equipes reduzidas, imagens cedidas pelos fãs nos celulares e captação de imagem através de drones. Os fãs passaram a ser parceiros e colaboradores em videoclipes com a assinatura de importantes gravadoras. Já as imagens de drones, que não existiam na época de maiores experimentações em videoclipes, passaram a ter um destaque maior.

Todo o audiovisual precisou se readequar e uma estética e linguagem própria do período se tornou um padrão repetido em várias produções. Das séries de *streamings* aos quadros de humor, como os de Bruno Mazzeo, “Diário de um Confinado” (2020), e Marcelo Adnet, “Sinta-se em Casa” (2020).

O objetivo deste trabalho, portanto, é entender esse cenário, já que até o momento a repercussão sobre toda a produção audiovisual em tempos de pandemia tem sido feita por veículos de jornalismo, logo, sem método científico. Além de entender e descrever o cenário, outra meta deste artigo é antever tendências com o fim de se tornar uma ferramenta confiável de consulta para profissionais de audiovisual, principalmente produtores de videoclipe.

A busca pela compreensão do cenário passará pela análise qualitativa dos videoclipes “Coisa Linda” (2020) e “Localizei” (2020), de Ivete Sangalo, “Nova TV” (2020), de Mahmundi, e “Tócame” (2020), de Anitta.

AUDIOVISUAL COMO ANTÍDOTO EM TEMPOS DE ISOLAMENTO SOCIAL

As produções em TV, historicamente, estão próximas da vanguarda das tecnologias no audiovisual. Novelas brasileiras não demoraram muito para serem gravadas em HD após a difusão de televisores em alta definição no país, no final da década de 2000. Nesse tempo, os canais de *YouTube*[®] se destacavam pela criatividade, para compensar a qualidade da imagem e som, já que os produtores ainda não investiam pesado na plataforma. Em uma década o cenário se inverteu: programas de TV de grande audiência, seja nos canais esportivos *ESPN Brasil*[®] e

Fox Sports[®], como noticiários da Globo, contam com imagens de baixa qualidade, captadas por celulares ou webcams de notebooks, enquanto canais do *YouTube*[®] e até perfis de *Instagram*[®] e *TikTok*[®] exibem produções ambiciosas nos quesitos definição de imagem e edição. No caso da *ESPN Brasil*[®], *Fox Sports*[®] e canais do grupo *Disney*[®], houve uma política, durante o período de pandemia de Covid-19, para que nenhum programa fosse gravado em estúdio, a fim de preservar seus funcionários. Já na situação que envolve noticiários da Globo, embora a condução seja feita por um âncora no estúdio e muitas matérias tenham repórteres nas ruas, alguns entrevistados tem suas imagens captadas de celular ou *notebook*.

A pandemia de Covid-19 fez com que muitas participações em telejornais fossem transmitidas através de links diretos com o entrevistado, o qual se encontrava em casa devido os riscos de contágio sendo reduzido com a medida. Afinal, o isolamento social é importante para a contenção do contágio e por isso, se evitou ao máximo que entrevistados fossem aos estúdios das emissoras. Em alguns casos, os próprios entrevistadores faziam as perguntas de casa, como no “Altas Horas” (2000 -) e no “Domingão do Faustão” (1989 -), ambos da Rede Globo. Em programas como “Encontro com Fátima” (2012 -), também da Rede Globo, e “Roda Viva” (1986 -), da TV Cultura, o entrevistado respondia de casa e os entrevistadores faziam as perguntas do estúdio.

Ainda que os *smartphones*[®] de 2020 tenham boa qualidade de imagem, é perceptível que não puderam captar imagens tão boas como as de um cinegrafista em estúdio. A situação piorava quando o entrevistado não estava acostumado a dar entrevistas e não tinha uma boa estrutura em casa, comprometendo a qualidade de imagem e som, sem falar nas quedas de conexão da internet e ruídos nas ruas, que não podiam ser controlados.

Por outro lado, o nível de exigência do usuário de *YouTube*[®] subiu. A ideia de produzir o próprio conteúdo continua, mas os aparatos usados incluem aparelhos com captação para HD. Em tempos de pandemia, os produtores de conteúdo que não fazem parte da grade de TV e que costumam gravar os vídeos de seus quartos, ou seja, sem externas, não mudaram tanto seus parâmetros estéticos e de linguagem, a exemplo dos famosos Whindersson Nunes e Felipe Neto.

Os mundos da televisão e do *YouTube*[®], porém, se mesclam. Tanto quando artistas de um meio fazem participação no outro quanto quando a produção de um meio é aproveitada no outro, o que se torna uma estratégia de distribuição. Por exemplo: a série “Carenteners” (2020), produzida por Aline Diniz e Erico Borgo, foi toda produzida pela *Warner Bros*[®] durante o período da pandemia e inclusive trata justamente do tema. Com as limitações de manter todo o seu elenco dentro de suas respectivas casas, a série usa recursos de edição para mostrar a interação entre os personagens através de vídeoconferências e todos os seus episódios estão

disponibilizados no *YouTube*[®]. “Carenteners” (2020) não foi uma série produzida por *youtubers*, mas por um estúdio internacional. Após o desfecho da série na *Warner Channel*, sua veiculação ao *YouTube*[®] foi na contramão de “Diário de um Confinado” (2020-), produzido pela Globo. A produção da Globo, feita na casa do ator Bruno Mazzeo e dirigida pela sua esposa, Joana Jabace, teve um episódio exibido a cada sábado à noite na TV Globo, mas a série completa já se encontrava na GloboPlay, o *streaming* da emissora. Sem *streaming*, a Warner disponibilizou seu produto no *YouTube*[®].

Outra série que seguiu o caminho de distribuição de “Carenteners” (2020) foi “Sala de Roteiro” (2020), escrita por Antonio Prata. Com apenas dois episódios até o final do mês de setembro, a trama envolve cinco roteiristas que se reúnem em vídeoconferência para falar da nova temporada da série que eles estão escrevendo, que corresponde ao Brasil atual da pandemia. Com poucos recursos de edição/montagem, o modelo ficcional se assemelha muito a dois programas de *talk show* que, assim como as séries citadas até então, também surgiram durante a pandemia. São eles: “Cada Um no Seu Quadrado” (2020), idealizado e escrito por Daniela Ocampo e com direção artística de Daniela Gleiser, e “Sterblitch Não Tem Um Talk Show: o Talk Show” (2020), dirigido por Rafael Queiroga.

A série ficcional “Sala de Roteiro” (2020) se assemelha aos *talk shows* pela estética de dividir telas com pessoas conversando, mas as semelhanças param por aí. Ambos os *talk shows* estão disponibilizados no Globoplay e, portanto, não podem ser acessados no *YouTube*[®]. Em “Cada Um no Seu Quadrado” (2020), Fernando Caruso e Paulo Vieira conversam com mais quatro convidados assuntos aleatórios e participam de jogos, cada um de sua casa. Já “Sterblitch Não Tem Um Talk Show: o Talk Show” (2020) traz mais ousadia na produção, com imagens projetadas em *chroma key*, que dá um aspecto “viajador” ao apresentador Eduardo Sterblitch.

Seguindo as tendências do audiovisual no período de pandemia, mas com suas particularidades, o mercado da música reagiu de sua maneira não só através da produção de videoclipes, assunto central deste artigo, mas também através das lives, que se tornaram, principalmente nos primeiros meses de isolamento social, “shows à distância”. Foi a maneira de reagir em meio às pausas dos programas de auditório que passaram a exibir reprises, além de fechamento de bares e casas de shows, locais em que os músicos ganhavam cachês.

Uma live que chamou atenção pelos números e pode ter influenciado outras em termos estéticos e de produção foi a realizada por Gustavo Lima, no dia 28 de março. Com uma superprodução em que o cantor passeou pela casa enquanto cantou durante cinco horas um repertório com 100 músicas, a live bateu o recorde mundial de audiência de até então, com 10,3 milhões de visualizações e 750 mil acessos simultâneos no seu pico. A live de Gustavo Lima

serviu de influência para os principais músicos do país a partir de então, já que lives eram anteriormente uma maneira de se apresentar sem tantas preocupações técnicas. Além das questões de estética, linguagem e produção, ficou marcado também o apelo à solidariedade. Foram arrecadadas 20 toneladas de alimentos, R\$ 100 mil e milhares de máscaras e potes de álcool em gel.

A TRAJETÓRIA DOS VIDEOCLIPES: DO SURGIMENTO ATÉ OS ÚLTIMOS VIDEOCLIPES ANTES DA PANDEMIA

Embora existam diferenças entre os videoclipes de hoje para os de ontem, é importante pensar que o passado não é homogêneo e ao longo de décadas a história do audiovisual se desenvolveu. Abordar os videoclipes do passado é abordar toda a evolução, desde o seu início com “Bohemian Rhapsody” [1975 (2008)], de Queen até os videoclipes do início do ano de 2020, antes da pandemia forçar uma mudança que será examinada no próximo tópico. Do primeiro videoclipe da história até os últimos da safra pré-pandemia, foram-se 45 anos de evolução que precisa ser compreendida, ainda que de maneira resumida, para que sejam percebidos os impactos comparativos com o momento atual.

Parte da obra de um músico, o videoclipe se tornou “obrigatório” para os artistas mais conhecidos. A performance como “ator” ou “dançarino” passou a fazer parte do repertório das estrelas da música, que antes performavam apenas nos shows. As inovações tecnológicas do cinema chegavam ao mesmo tempo nos videoclipes e as plataformas de exibição se sofisticaram.

Dentro da TV, porém, o videoclipe não se encaixava em um gênero televisivo, segundo a classificação de Souza (2015) ou segundo a classificação de programas, de Machado e Vélez (2007) no artigo “Questões Metodológicas relacionadas com a análise de televisão”.

Souza (2015) definiu os gêneros televisivos como auditório, culinário, debate, desenho, documentário, educativo, entrevista, especial, esportivo, filme, humorístico, infantil, informativo, interativo, musical, novela, político, religioso, série, série brasileira, sorteio, publicidade/telecompras, telejornalismo, variedade, western e outros. Por se tratar de “música em vídeo”, talvez o gênero que mais se aproxime do videoclipe seja o musical, mas o questionamento feito por Arlindo Machado e Marta Lucía Vélez (2007) de que os videoclipes não se configuram em programa, mas em fragmentos de programa, torna ainda mais indefinida a categoria:

É verdade que a noção de programa tem sido bastante questionada em alguns estudos de televisão. Razões não faltam para isso: a televisão costuma borrar os limites entre

os programas, ou inserir um programa dentro do outro, a ponto de tornar difícil a distinção entre um programa “continente” e um programa “conteúdo”. Além disso, os programas de televisão carregam a contradição de terem uma duração, de um lado, cada vez mais reduzida (spots publicitários, videoclipes, logos de identidade da rede televisiva) e, de outro, cada vez mais dilatada (seriados, telenovelas). Nos dois casos, o que chamamos de programa resulta numa entidade tão difícil de ser identificada quanto definida (MACHADO; VÉLEZ, 2007, p. 4).

Destinados inicialmente à TV, os videoclipes passaram a ser exibidos na internet a partir da década de 2000 e hoje os recordes de exibição estão no *YouTube*[®] e *Facebook*[®]. O recordista em visualizações é “Despacito” (2017), de Luis Fonsi, lançado no *YouTube*[®] em 13 de janeiro de 2017 e com 6.994.949.691 de visualizações até 6 de outubro de 2020. A população mundial é de cerca de 8 bilhões, segundo a ONU, o que significa que o número de visualizações de “Despacito” pode igualar o número de pessoas que vivem no planeta em alguns anos. A marca seria impensável para a TV por dois motivos: o primeiro é que não há um mecanismo de medir a audiência na TV como no *YouTube*[®], principalmente se for levado em consideração que os números de audiência da TV estão sob o controle de órgãos de cada país, ao contrário da internet, em que usuários são “transnacionais” para efeitos de checagem de audiência. Em segundo, porque a internet possibilita que um mesmo usuário represente diversas visualizações, tanto pela possibilidade de acessar o videoclipe por dispositivos diferentes (*notebook, smartphone, smarttv, etc.*) como em horários diferentes. Enquanto a TV segue a grade de programação.

Antes da chegada da internet, os videoclipes no Brasil eram exibidos no Fantástico, programa dominical da TV Globo, na MTV, canal de TV aberta voltado à música, além de canais de TV fechada voltados à arte e cultura. A profissionalização dos videoclipes, com mudanças estéticas e de linguagem significativas, não alcançou apenas as bandas mais famosas. Entre as mudanças, estavam movimentos de câmera mais ousados, efeitos visuais de última geração e roteiro bem elaborado, o que deixava claro, mesmo sem ver os créditos, que um videoclipe contava com uma grande equipe, tanto de pré e pós produção como no set de filmagem.

A produção audiovisual entrou no mercado fonográfico e as possibilidades de monetizar através das visualizações consolidou um produto que até então era visto apenas como uma “maneira de divulgar uma música”. Paralelo aos videoclipes feitos profissionalmente, pessoas comuns também ganharam destaque, aproveitando a onda do *YouTube*[®], com videoclipes em que fazem paródias dos videoclipes originais. Apesar da crise econômica, o mercado de videoclipes sofreu menos impacto porque depende menos de recursos de editais de cultura para

suas realizações. São poucos os videoclipes brasileiros, por exemplo, que mostram os créditos de “apoio”, como nos curtas e longas-metragens brasileiros.

Anteriormente, foi mostrado que o videoclipe teve dificuldade em se encaixar como gênero ou programa de TV. No entanto, a catalogação do videoclipe como gênero do audiovisual, como são os filmes e os comerciais de TV, também gera discussão. Estudiosos de TV, cinema e audiovisual como um todo não seguem um consenso com relação a tratar o videoclipe como um gênero do audiovisual ou a subdividir o videoclipe em vários gêneros. O autor Thiago Soares (2012) cita o videoclipe como um gênero com padrões específicos determinados por alguns autores, como a colagem eletrônica, divisão e simultaneidade das imagens, manipulação de cores e formas, fusão e sobreposição de imagens na edição, montagem rápida, precisão no corte e uso de iluminação semelhante ao de spots publicitários. No entanto, na mesma obra de Soares, se destaca a teoria da estadunidense E. Ann Kaplan, que lê o videoclipe através da psicanálise de Freud e Lacan e separa o segmento em cinco categorias: romântico, socialmente consciente, niilista, clássico e pós-moderno (KAPLAN *apud* SOARES, 2012), de modo a estabelecer mudanças em termos narrativos, de estética e de linguagem.

LINGUAGEM E ESTÉTICA DO VIDEOCLÍPE NA PANDEMIA

O período de pandemia de Covid-19 não parou o setor, mas o modificou por um momento em termos de estética e linguagem, por conta das dificuldades de se produzir com menos pessoas no set de filmagem. Entre os videoclipes lançados no período de pandemia de Covid-19, que se iniciou no Brasil em março e se estende até o presente momento, estão “Coisa Linda” (2020) e “Localizei” (2020), de Ivete Sangalo, “Nova TV” (2020), de Mahmundi, e “Tócame” (2020), de Anitta.

Além desses quatro videoclipes que serão mais detidamente analisados, outras produções lançadas após março de 2020 também seguem uma espécie de “padrão pandêmico”. Nenhum preenche todos os requisitos a serem citados, mas todos contam com pelo menos duas das características padrão que são: narrativa introspectiva ou de rotina, casa como locação, tela dividida, participação de pessoas que mandam vídeos, músicos em suas casas e captação de imagens feitas por drones.

A narrativa introspectiva ou de rotina contextualiza o momento, em que muitos dos espectadores esperam identificação com as obras produzidas e se sentem representados por histórias semelhantes às suas e que, segundo a classificação de E. Ann Kaplan (*apud* SOARES, 2012), poderia ter traços niilistas. No momento da pandemia, principalmente nos primeiros meses, não se podia sair de casa, a não ser profissionais de atividades essenciais, como aquelas

relacionadas a saúde e limpeza, e para atividades essenciais, como fazer compras no supermercado ou na farmácia. A casa como locação é um requisito mais de produção do que de estética e linguagem, mas que acaba influenciando a estética e a linguagem, pois cria uma limitação. A consequência de não ter diversificação de locações é que, em um período em que tantos clipes são gravados da mesma maneira, forma-se um padrão de época, uma identidade que reflete na fotografia e no som, na história e na direção de arte.

A tela dividida é uma maneira de juntar pessoas em locações diferentes para a mesma cena, já que com os cuidados de manter-se em casa, os intérpretes não têm saído para gravar. A participação de pessoas que mandam vídeos tem uma função parecida com a da tela dividida e inclusive ambas podem se complementar: fãs enviam, a pedido dos artistas, seus vídeos, que são incluídos na história do clipe. Dessa forma, não há movimento de câmera e os planos tendem a ser mais fechados. Músicos em suas casas foi um requisito quase obrigatório nos primeiros meses de pandemia, pois as imagens mostradas dos artistas não poderiam ser gravadas em estúdios por precaução contra a contaminação e, dessa forma, imagens feitas por drones ajudaram a dar dinamismo aos clipes, pois o uso do aparelho não tem contato direto com as pessoas que tiveram imagem captada, evitando a possibilidade de contágio.

O videoclipe “Coisa Linda” (2020), de Ivete Sangalo, segue a tendência através dos requisitos casa como locação, tela dividida e músicos em suas casas. A cantora, que já havia quebrado o paradigma das “lives superproduzidas” ao cantar de sua casa de pijama na companhia do marido e filho, teve na parceria com o *youtuber* Whindersson Nunes uma convergência de plataformas e intenções.

Imagem 1 – Fotograma do clipe “Coisa Linda”, de Ivete Sangalo e Whindersson Nunes



Fonte: Canal de Ivete Sangalo no *YouTube*® (2020).

Enquanto Whindersson se aventurou a cantar, a artista baiana usou a plataforma em que o humorista piauiense se destaca para levar uma canção alegre ao público que não pode sair de casa. Músicos e dançarinos aparecem no mosaico em que ambos cantam levando a sincronia entre as imagens a se tornar uma tendência no período de quarentena, diante a impossibilidade de levar grandes equipes para gravar em estúdios ou em externas. Assim também gravaram seus videoclipes Joelma, com “Bota Pra Chorar” (2020), Marília Mendonça, com “Vira Homem” (2020), e Chico César, com “Sobre-Humano” (2020).

Em “Localizei” (2020), outro videoclipe de Ivete lançado no dia dos namorados, 12 de junho, os requisitos foram casa como locação e participação de pessoas que mandam vídeos. Diversos casais, celebridades ou anônimos, de diferentes idades, orientações sexuais e grupos étnicos, aparecem no videoclipe se beijando, um de cada vez, sem dividir tela. A qualidade das imagens varia de casal para casal, sem um padrão homogêneo, com algumas imagens aparentemente captadas por celular e outras aparentemente captadas por câmera profissional, o que torna o padrão estético heterogêneo, quando de maneira geral um diretor de uma produção audiovisual, tanto em videoclipes como em longas-metragens, tenta dar uma roupagem uniforme ao padrão estético, do início ao final. Também variam os horários das imagens, algumas diurnas e outras noturnas, embora a posição da tela na gravação seja a mesma, na horizontal.

Aparentemente, todos os casais estão em suas casas, seja residência ou casa de praia, ou pelo menos área comum de condomínio. Com um tema muito parecido, o cantor Rael também gravou um clipe com a temática beijo durante a quarentena, em 23 de abril. Porém, não eram beijos apenas de casal, mas também de familiares que moravam na mesma casa, além do que, diferente do videoclipe de Ivete, em diversos momentos no clipe de Rael a tela se dividia com mais de uma imagem.

Com narrativa introspectiva e de rotina, casa como locação e captação de imagens feita por drones, Mahmundi é a única participante no clipe da sua música “Nova TV” (2020), publicado em 3 de junho. A cantora aparece tocando bateria, teclado, guitarra e cantando. Não só em imagens isoladas, em que toca um instrumento de cada vez, como aparece tocando todos eles em uma mesma imagem, com um recurso de edição em que a cantora se multiplica por cinco.

Imagem 2 – Fotograma do clipe “Nova TV”, de Mahmundi



Fonte: Canal de Mahmundi no *YouTube*® (2020).

O drone, tão usado nas lives do período de pandemia, captou imagens que se encaixaram com o contexto, pois a cantora foi filmada de seu apartamento e as limitações impediam grandes equipes em um só ambiente fechado. Gravar com drone, assim como Anitta fez no seu videoclipe “Tócame” (2020), de 10 de julho, garante segurança, embora as edições das imagens captadas do videoclipe de Anitta sejam mais arrojadas. “Nova TV” (2020) conta uma história de solidão e rotina, típica do período de confinamento e que não foi explorada por Ivete Sangalo. Também abordaram narrativas de rotina caseira as cantoras Pitty, no clipe da música “Submersa” (2020), publicado em 3 de junho, e Lexa, no clipe “Largadão” (2020), publicado em 17 de abril.

Com cenas no apartamento, área comum do condomínio e outras projetadas nas paredes dos prédios, o videoclipe “Tócame” (2020), de Anitta, não toca em solidão ou amor. Sua produção conta com pessoas que performam a música, inclusive das varandas, sendo estas imagens aéreas captadas do lado de fora por drones.

Imagem 3 – Fotograma do clipe “Tócame”, de Anitta



Fonte: Canal de Anitta no *YouTube*® (2020).

Os efeitos visuais fazem as imagens serem refletidas em um prédio, transições rápidas entre cenários diferentes, além de uma correção de cor que garante boas imagens aéreas noturnas, já que sem a edição não se chegaria a iluminar minimamente os prédios. Não houve iluminação artificial em captações feitas por drones e não havia possibilidade de acompanhamento de refletores nas imagens aéreas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas das atividades e serviços no Brasil que haviam fechado a partir de março voltaram a funcionar de agosto em diante. É cedo para fazer projeções a respeito de como será a vida no planeta daqui para frente e, mais especificamente, como serão as produções de videoclipe. Muitos episódios na história mudam para sempre os rumos da sociedade e de determinado segmento, mas não se sabe se as mudanças na estética e linguagem em videoclipes por conta das limitações de não aglomerar muitas pessoas em set de filmagem podem virar tendência por terem funcionado no período.

Os requisitos que citei, fruto de observação em videoclipes no período de pandemia, foram narrativas introspectivas ou de rotina, casa como locação, tela dividida, participação de pessoas que mandam vídeos, músicos em suas casas e captação de imagens feita por drones, mas o exercício de continuar a observação sobre o que vem pela frente pode criar novos requisitos, novos padrões de linguagem e estética do período e do que pode vir a se tornar um novo padrão.

O videoclipe sempre esteve aberto ao novo, ao experimental. Sua flexibilidade em aderir a novas linguagens e se adaptar ao momento, de evoluir junto com a comercialização da música, das tecnologias e, neste momento, de minimizar riscos de contágio de uma doença, o que afeta nos cuidados com a produção, fazem do videoclipe uma das formas mais adaptáveis de audiovisual, embora as outras formas como programas e séries de TV, além das lives, também se mostraram abertas às experimentações. O futuro dirá se as mudanças atuais de produção, linguagem e estética dos videoclipes vieram para ficar ou se serão parte de apenas um trecho da história.

REFERÊNCIAS

ALTAS Horas. Apresentação: Serginho Groisman. São Paulo: TV Globo, 2000 -. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/altas-horas/t/F2vsNtmNSQ/>
ANITTA FEAT. Arcangel & De La Ghetto - Tócame [Official Music Video]. Youtube: Anitta, 10 jul. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xdHo7oLRjF8>.

CADA UM no Seu Quadrado. Apresentação: Fernando Caruso e Paulo Vieira. Criação: Daniela Ocampo. Direção: Daniela Gleiser. [seriado]. Brasil: GloboPlay, 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/cada-um-no-seu-quadrado/t/yWWfmvWPQn/>.

CARENTENERS | NOVA SÉRIE COMPLETA. **Youtube:** Warner Channel Brasil, 1 jul./29 jul. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/playlist?list=PLLCaOx9cekzoilwyv_0XZGtGL11OkITHs

CHICO César - Sobre-Humano (webclipe). **Youtube:** Chico César, 4 jun. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=D1cZItNjxTI>.

DIÁRIO DE Um Confinado. Direção: Joana Jabace. Criação: Bruno Mazzeo e Joana Jabace. Brasil: TV Globo, 2020. [seriado]. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/diario-de-um-confinado/t/DQ2bh1d1bs/>.

DOMINGÃO do Faustão. Apresentação: Fausto Silva. São Paulo: TV Globo, 1989 -. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/domingao-do-faustao/t/Y1JC59gKrs/>.

ENCONTRO com Fátima Bernardes. Apresentação: Fátima Bernardes. Direção: Alexandre Mattoso. Criação: Guel Arraes et al. Brasil: TV Globo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/encontro-com-fatima-bernardes/t/FzdMkLMYfg/>.

IVETE Sangalo, Whindersson Nunes - Coisa Linda. **Youtube:** Ivete Sangalo, 29 abr. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XmaB2n2GBwA>.

JOELMA - Botar Pra Chorar (Videoclipe Oficial). **Youtube:** Midas Music, 30 abr. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=V5GZE4agw74>.

LEXA - Largação (Clipe Oficial). **Youtube:** Lexa, 17 abr. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OQFLhqymJyE>.

LOCALIZEI - Ivete Sangalo. **Youtube:** Ivete Sangalo, 12 jun. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SJPTMmQhOs8>

LUIS Fonsi - Despacito ft. Daddy Yankee. **Youtube:** Luis Fonsi, 13 jan. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk>.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Questões metodológicas relacionadas com a televisão. **E-compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, n. 8, abr. 2007.

MAHMUNDI - Nova TV. **Youtube:** Mahmundi, 3 jun. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TqEtbfQ5LsU>.

MARÍLIA Mendonça - VIRA HOMEM (Todos Os Cantos). **Youtube:** Marília Mendonça, 1 mai. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6i4zcAO5DoM>.

PITTY - Submersa (Videoclipe Oficial). **Youtube:** Pitty, 3 jun. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s3a01G-xurI>.

QUEEN – Bohemian Rhapsody (Official Video Remastered). Youtube: Queen Official, 1 ago. 2008. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fJ9rUzIMcZQ>.

RODA Viva. Apresentação: Vera Magalhães. Direção: Leão Serva. Brasil: TV Cultura, 1986 -. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCNVsZnDXOM4PodYIEgm2e4w>.

SALA DE Roteiro. Youtube: sala_de_roteiro, jul. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCMIZwG0g_mUeZvYeWOD8gFg/videos.

SINTA-SE em Casa. Brasil: GloboPlay, 2020. [seriado]. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sinta-se-em-casa/t/1k62fzChxv/>

SOARES, Thiago. **Videoclipe:** O Elogio da desarmonia. João Pessoa-PB: Marca da Fantasia, 2012.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

STERBLITCH NÃO tem um Talk Show: O Talk Show. Direção: Rafael Queiroga. Edição: Pedro Kabe. Brasil: Estúdios Globo, 2020. [seriado]. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sterblitch-nao-tem-um-talk-show-o-talk-show/t/yLcjVMDhFZ/>.