

“Hoje eu vou divertir”, Videoclipe de divulgação de Mc Fiel¹

Maysa da Silva VILELA²
Anna Vitória Ferreira ROCHA³
Flahana Nogueira PFEIFER⁴
José Elias Mendes NETO⁵
Rafael Duarte Oliveira VENANCIO⁶
Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

“Hoje eu vou divertir” é a música tema do primeiro Videoclipe de Mc Fiel, representante do funk na cidade Uberlândia, MG. Produzido por alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, durante a disciplina de Comunicação Organizacional e Assessoria de Imprensa, o Videoclipe retrata a realidade buscada pelos artistas e apreciadores do “Funk Ostentação”. Vertente do funk originada em São Paulo, esse estilo musical tem como tema central de suas músicas a ostentação de bens caros, além da diversão em festas com bebidas e mulheres bonitas. É dessa realidade que o Videoclipe de divulgação aqui apresentado faz parte. Tendo uma luxuosa casa noturna como cenário, ele mostra a diversão do Mc Fiel com belas mulheres e amigos em uma festa regada a bebidas caras e muito funk.

PALAVRAS-CHAVE: Audiovisual; Videoclipe; Funk; Funk Ostentação.

1 INTRODUÇÃO

O funk é um estilo musical originalmente brasileiro que surgiu nas favelas do Rio de Janeiro, ganhando popularidade por todo o país a partir da década de 1990. A junção de ritmos da música negra, com influência direta do *Jazz*, *Soul*, *Miami Bass* e do *Freestyle*, gerou esse estilo musical que, hoje, tem adeptos por todo o Brasil. Com músicas que tratavam do cotidiano das favelas, exaltando-as, o ritmo se popularizou e os chamados “Bailes Funk” também.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Videoclipe (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: maysa_vilela@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: rocha.annavitoria@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: flahana@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: jemneto15@yahoo.com.br.

⁶ Orientador do trabalho e Professor do Curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: rdovenancio@gmail.com.

Uma nova vertente, o *funk melody*, surgiu trazendo músicas mais melódicas e de temas românticos, com artistas como Claudinho e Buchecha, que atraíram muitos admiradores com seus sucessos. Tempo depois, o funk ganhou outra corrente em meio às comunidades carentes. O “proibidão” despontou com artistas que cantavam temas ligados ao tráfico de drogas, exaltação de grupos criminosos, provocações a grupos rivais, além de músicas com forte conotação erótica, ganhando maior força ao longo dos anos 2000. Assim, o funk começou a ser alvo de preconceito na sociedade, pois além de ter surgido em meio à camada mais pobre, alguns grupos rivais se enfrentavam nos bailes, o que gerou brigas e até algumas mortes.

Apesar disso, o movimento ganhou força ao longo do tempo e passou a atrair públicos diversos, integrando as demais classes sociais. O funk também passou a movimentar valores significativos como qualquer outro ritmo de sucesso. Em São Paulo, ao longo dos anos 2000, surgiu a mais nova vertente de sucesso do funk, o chamado “funk ostentação”. Caracterizado por abordar temas relacionados ao consumo exacerbado de carros importados, correntes de ouro, festas, mulheres bonitas e bebidas caras, o funk ostentação tem como influência o rap americano dos anos 1990, que sempre abordou o luxo e o poder, proporcionado pelo dinheiro, em suas músicas. Assim, o funk ostentação exalta a ambição de se ganhar muito dinheiro para conquistar seus objetivos, uma condição de vida melhor, e a diversão tão desejada. A partir de 2011, essa vertente alcançou proporções nacionais com artistas como Mc Guimê, Mc Boy do Charmes, Mc Daleste, entre outros.

E é dessa vertente que o Mc Fiel, cantor do videoclipe de divulgação aqui analisado, faz parte. Nascido e criado no bairro Planalto, na cidade de Uberlândia, MG, Mc Fiel começou sua carreira há apenas dois anos e já conta em seu repertório com mais de vinte músicas de autoria própria, entre elas 'Baile do Dom' e 'Favelado também ama', seus maiores sucessos. Atualmente, Fiel possui um legado de fãs por onde passa, levando o funk ostentação para os palcos de casas noturnas em Uberlândia e também cidades vizinhas, conquistando desta maneira um público cada vez maior.

Sua nova música de trabalho, “Hoje eu vou divertir”, tem como conceito a diversão com os amigos regada a bebidas importadas e muita ostentação. Gravado em locações, como uma das mais luxuosas casas noturnas de Uberlândia, a Balada Club, o videoclipe de divulgação afirma a missão de Fiel em representar Uberlândia no cenário do funk nacional.

2 OBJETIVO

Durante a disciplina de Comunicação Organizacional e Assessoria de Imprensa, o grupo decidiu trabalhar com o Mc Fiel produzindo um Mídia Kit do seu trabalho, um Videoclipe de uma de suas músicas, e um Plano de Comunicação do lançamento deste material. Tendo em vista a proximidade dos integrantes do grupo com o estilo musical, acreditamos que lidar com um artista local em início de carreira no funk seria interessante e desafiador.

Entramos em contato com o trabalho do Mc Fiel pela primeira vez durante o show do Mc Guimê, um dos maiores expoentes do funk ostentação em âmbito nacional, que aconteceu na cidade de Uberlândia em 2014. Fiel fez um show de abertura que empolgou muito mais o público do que o show do próprio Mc Guimê, artista principal da noite. A partir daí, acreditamos que ele possuía um diferencial e que nosso trabalho de assessoria poderia contribuir, de alguma forma, para impulsionar sua carreira e dar visibilidade a sua realidade.

Diante disso, logo nas primeiras conversas com o Mc Fiel, ele nos demonstrou interesse na produção do videoclipe, principalmente por acreditar que um material audiovisual tem um poder incrível de atração, podendo trazer olhares interessados no funk ostentação feito por ele, além de Uberlândia. Sendo assim, o objetivo aqui é analisar o processo de produção do videoclipe de divulgação de “Hoje eu vou divertir”, de Mc Fiel, e realizar explanações sobre esse tipo de formato audiovisual e o seu poder midiático na sociedade.

3 JUSTIFICATIVA

O conceito do funk ostentação enquanto produto, fundamentado na possibilidade de jovens da periferia atingirem o estilo de vida das classes mais privilegiadas, tendo acesso ao consumo de carros luxuosos, bebidas importadas, e festas de alto nível, tem como base crucial a produção de imagens e materiais em formato audiovisual para que alcancem o sucesso entre os apreciadores desse gênero musical. Dessa forma, a união entre o funk ostentação e a produção de vídeos se torna quase que indivisível.

Assim, ao pensar os vídeos na área do funk ostentação fomenta-se o interesse por produções cada vez maiores e mais profissionais, pois, o resultado final pode render milhões de visualizações no *YouTube*, e proporcionar o sucesso tão desejado pelos Mc's. Um dos expoentes do movimento, Mc Guimê, atingiu cerca de 57 milhões de visualizações em um de seus primeiros vídeos, intitulado “Plaque de 100”, o que trouxe,

consequentemente, visibilidade para o seu trabalho em início de carreira e o consequente sucesso em âmbito nacional. Os maiores produtores de videoclipes de funk ostentação na atualidade são KondiZilla e Tom Produções, os quais disponibilizam um espaço no *YouTube* para os novos Mc's, e têm se tornado referência por fazerem a possibilidade do sucesso no funk mais acessível. Contudo, para isso, essas produtoras cobram valores considerados altos para aqueles que ainda não têm muito para investir em suas carreiras.

Este é o caso de Mc Fiel, um talentoso artista no triângulo mineiro que ainda não conseguiu investir em uma superprodução que promete fazer qualquer carreira deslançar. Ao entrarmos em contato com ele, a proposta de uma produção alternativa praticamente sem custos para o seu videoclipe foi aceita de imediato.

Tido como uma das melhores possibilidades de divulgação de um artista, um material audiovisual como um videoclipe traz à tona a chance de podermos além de ouvir, enxergar a música. Antes na televisão, como uma ótima ferramenta de *marketing*, agora cada vez mais na internet, na plataforma *YouTube*, esse tipo de material significa a venda do pacote música + imagem do artista.

De acordo com Soares (2012), o ato de sincronizar música e imagem, que veio a se chamar videoclipe, começou a se configurar em meados de 1949, quando a música se aproximaria cada vez mais da televisão e do cinema, através de programas e filmes que alimentariam a indústria fonográfica. Nos anos 1960, as experimentações realizadas entre o vídeo e a música, pensando em uma poética audiovisual, influenciaram com mais frequência a linguagem publicitária na produção de *spots* de TV.

Já na década de 1980, o videoclipe passou a se figurar como um divulgador de um produto, como após a produção do filme *Flashdance*, de Adrian Lyne, o próprio diretor produziu um material de 3 minutos para divulgação do filme. Em 1983, o clipe *Thriller*, dirigido por John Landis, para a música de Michel Jackson, foi produzido reforçando a independência da imagem sobre a canção, pois o tempo de duração do clipe é maior do que o tempo de duração da música, além de se tornar o mais bem vendido *homevideo* até então.

A partir disso, uma premiação para clipes intitulada “*American Video Awards*”, foi criada com o intuito de incentivar a produção desse tipo de material audiovisual, acirrando a disputa das televisões quanto à exclusividade da exibição dos materiais. No Brasil, só em 1990 o primeiro videoclipe, *Garota de Ipanema*, foi veiculado na voz e imagem de Marina Lima. E foi a MTV Brasil a responsável por fomentar a criação de videoclipes nacionais, além de disseminá-los.

“Por associar música, imagem e montagem no encadeamento de imagens, o videoclipe acabou se transformando num poderoso instrumental de divulgação de artistas da música pop”. (SOARES, 2012, p. 32). Ainda segundo o autor, a própria nomenclatura apresenta uma característica, a velocidade das estruturas. A partir dos anos 1980, o termo videoclipe veio à tona, o que significa “recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual”.

Além disso, por possuir imagens rápidas e instantâneas, o videoclipe traz uma significativa noção do ritmo das imagens. Sendo assim, a ideia da montagem e sua técnica é o que direciona as reflexões sobre o videoclipe. Neste sentido, a produção do videoclipe de divulgação de “Hoje eu vou divertir”, do Mc Fiel, se justifica por se tratar do formato audiovisual mais apropriado para a divulgação de um artista. Sendo ele adepto do funk ostentação, o videoclipe se aproxima ainda mais por representar uma ponte que vêm ligando o trabalho do artista com seu público, auxiliando-o na conquista pelo reconhecimento e sucesso desejados.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Durante a produção do videoclipe da música “Hoje eu vou divertir”, de Mc Fiel, a qual originou o videoclipe de divulgação, material aqui analisado, foi possível estarmos em contato com vários níveis do processo. Primeiramente, ao analisar a letra da música, tivemos algumas ideias da história que poderia guiar a produção do material.

Logo na primeira estrofe da música o Mc diz que já convocou as mulheres para uma festa na qual todos se divertirão muito na cidade Uberlândia. A partir disso, pensamos em retratar a festa em uma casa noturna de luxo existente na cidade, com a participação de belas meninas, amigos do Mc Fiel, funk e bebidas caras, cena recorrente em um videoclipe de funk ostentação.

Como contraponto a essa realidade, gravamos cenas do Mc andando pelas ruas de um bairro de periferia da cidade de Uberlândia, ouvindo sua música em um fone de ouvido. A união dessas duas realidades se daria através de um sonho que faria tudo se materializar nessa festa. Fechando o videoclipe, imagens do Mc Fiel no terraço de um prédio, com uma vista da cidade ao fundo traria à tona o ideal que ele sempre buscou, representar Uberlândia no funk nacional. No videoclipe de divulgação, com 36 segundos de duração, optamos por utilizar apenas as imagens da festa, deixando os contrapontos da história para serem abordados no videoclipe, como um mecanismo surpresa.

Nas gravações o grupo utilizou uma Filmadora *Handycam Sony HD*, do curso de Jornalismo da UFU, uma *GoPro* e um tripé. A casa noturna não cobrou pela utilização do local, e as imagens foram feitas tanto no ambiente interno quanto externo. Contudo, optamos por fazer uso apenas das imagens feitas no ambiente externo do local, próximo a uma piscina, por entendermos que a ideia passada pela música ficaria mais bem representada ali. Os figurantes, tanto homens quanto mulheres, foram escolhidos pela equipe do Mc Fiel e não receberam cachê pela participação nas gravações. As bebidas foram cedidas, também, pela equipe do cantor, assim como os figurinos usados por ele.

A edição do material foi feita por meio do programa *Windows Live Movie Maker*, e a sincronização do som às imagens através do *Lip Sync*, ou sincronia labial. Depois de ter o material gravado nós juntamos som à imagem combinando segundo por segundo o movimento dos lábios do Mc com a música. Por uma limitação técnica, trabalhamos com o *Windows Live Movie Maker*, e a imagem não se encontra sincronizada ao som com a perfeição desejada. Entendemos que isso não ocorreu, pois nesse programa trabalha-se com segundos, e para a sincronização perfeita seria necessário fazer uso de uma ferramenta superior, que possibilita a edição e o corte de menos de um segundo da música. O videoclipe está disponível na plataforma *Youtube* e pode ser acessado pelo link <https://www.youtube.com/watch?v=N5yEfJlCc94>.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Durante uma tarde de domingo do mês de dezembro de 2014 iniciamos as gravações de algumas das cenas que viriam a compor o videoclipe do Mc Fiel. Embalados por “Hoje eu vou divertir”, *hit* escolhido pelo cantor e autor para ser coberto de imagens e se transformar em um videoclipe, demos início ao demorado processo de gravação. Um trabalho minucioso para decidir dentre as melhores opções de posicionamento do próprio Mc e dos figurantes, garantindo as melhores imagens.

Entre gravações em ambiente interno e externo, trocas de figurino, mudanças no posicionamento, cenas em movimento ou paradas, trabalhamos durante toda a tarde repetindo a música por diversas vezes e incitando os participantes do videoclipe a agirem naturalmente e com ânimo todas as vezes.

Com todas as escolhas e edição feitas, o videoclipe de divulgação, com 36 segundos de duração, tem início com a imagem do Mc Fiel sentado em uma poltrona, a frente de um fundo preto, usando uma corrente de ouro e um boné dourado, além de óculos de sol,

fazendo referência à ostentação pregada pela vertente de funk que ele escolheu fazer parte. Três segundos de imagens em *slow motion* do Mc dançando a primeira batida da música, e já tem início a cena diurna externa, em frente a uma piscina onde aparecem o Mc, usando um figurino mais claro, três meninas e alguns amigos curtindo a música e bebendo, em imagens que alternam o uso do *slow motion*.

A partir daí, a letra da música começa a ser cantada pelo Mc Fiel, ao lado de uma mulher que dança enquanto ele mesmo os filma usando uma *GoPro*. Logo depois, se alternam tomadas feitas em plano médio do Fiel à frente, as três meninas e cerca de seis amigos atrás do cantor dançando e cantando a música entoada por ele, com imagens feitas com a *GoPro*. Desta forma, o videoclipe de divulgação termina com a mesma tomada utilizada no início, em que o Mc aparece sozinho sentado em uma poltrona a frente de um fundo preto cantando o final do refrão que diz “Hoje eu vou divertir em Uberlândia”, e uma última imagem diz o nome da música e informa que ela será lançada “Em Breve”.

6 CONSIDERAÇÕES

O funk está em ascensão, e juntamente com ele, a vertente da ostentação tem atingido um significativo público por todo o país. Neste contexto, Mc Fiel tem buscado reconhecimento não só do público uberlandense, mas de um público nacional. Para isso, o primeiro passo de todo o Mc em início de carreira é a produção de um videoclipe, material este que tem se mostrado essencial na divulgação de qualquer artista. O videoclipe aqui analisado foi uma produção independente e surgiu como uma alternativa no impulsionamento da carreira deste artista local na estrada do funk ostentação. Portanto, a falta de recursos nos impossibilitou de realizar algumas ideias e, fez com que nossa produção se afastasse das grandes produções frequentes neste gênero musical.

Segundo Soares (2012), tomando como ponto de intersecção a união da música, com a imagem e a edição do material, entende-se que para a produção do videoclipe tais pontos ora dialogam, ora, se sobrepõe conceitualmente sobre outros elementos. “É interessante percebermos que, no videoclipe, o entre-lugar das suas forças constituintes poderão dizer ainda mais sobre sua estrutura que, propriamente, tentar buscar um local seguro para tais vetores de forças”. (SOARES, 2012, p. 38).

Desta maneira, como ficou exemplificado na análise da produção do videoclipe do Mc Fiel, concluímos que houve um diálogo entre a música, a imagem e a montagem do

material. Neste caso, a mistura entre linguagem verbal e imagem nos leva à análise do videoclipe como um material audiovisual completo.

Compreendendo a criação do videoclipe com um todo, pois os espectadores ouvem/veem este produto numa ação simultânea, sendo o ato de assistir a um clipe uma experiência que não prevê um “assistir primeiro” e “ouvir em seguida”, não havendo nem a possibilidade de um desnível perceptivo do momento de ver e, depois, de “ouvir” uma determinada imagem audiovisual. (MONTEIRO, 2014, p. 06).

Portanto, tendo em vista o poder do videoclipe como material audiovisual de grande importância para o consumo de artista e música, ele representa, ainda, um produto audiovisual detentor de um formato livre. “O videoclipe oferece inúmeras possibilidades de criação, podendo variar, por exemplo, do documental à animação. Firma-se, portanto, como espaço da experimentação, do rompimento das estruturas clássicas de narração e como referência para outros gêneros audiovisuais”. (CORREA, 2007, p. 13).

Logo, o grupo observa que não só o resultado, mas todo o processo de produção do videoclipe de divulgação “Hoje eu vou divertir”, do Mc Fiel, foi de extrema importância em nossa evolução durante a disciplina de Comunicação Organizacional e Assessoria de Imprensa, e formação profissional no curso de Jornalismo. Além de acreditarmos que tanto o material de divulgação, quanto o videoclipe em si pode significar muito na perspectiva do artista e de sua equipe. Nós buscamos novas referências visuais para o gênero funk, e o nosso desejo é de que um número cada vez maior de Mc’s e suas realidades possam ser representados através de seus trabalhos em meios que vêm conquistando cada vez mais visibilidade na atualidade, como os meios digitais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORREA, Laura Josani Andrade. **Breve história do videoclipe**. 2007. Trabalho apresentado ao VIII Congresso de Ciências da Comunicação na região Centro-Oeste. Cuiabá, 2007.

MONTEIRO, Vanessa Estevam Carlos. **Funk da ostentação: uma análise semiótica do videoclipe “Na pista eu arraso”**, do Mc Guime. 2014. Trabalho apresentado ao XVI Congresso de Ciências da Comunicação na região Nordeste. João Pessoa, 2014.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: O elogio da desarmonia**. João Pessoa: ED. Marca de Fantasia, 2012.