

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
RÁDIO, TV E INTERNET

ANDRÉ RIBEIRO DOS SANTOS

A CONSTRUÇÃO DE UMA PERSONA POP:

Um estudo da criação da imagem pública através dos videoclipes

Juiz de Fora

2026

ANDRÉ RIBEIRO DOS SANTOS

A CONSTRUÇÃO DE UMA PERSONA POP:

Um estudo da criação da imagem pública através dos videocliques

Trabalho de Conclusão de Curso do curso de
Rádio, TV e Internet da Universidade Federal
de Juiz de Fora como requisito para a
Conclusão de Curso em Rádio, TV e Internet.

Professor orientador: Dr. Cristiano José Rodrigues

Juiz de Fora

2026

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Santos, André Ribeiro .

A CONSTRUÇÃO DE UMA PERSONA POP: : Um estudo da criação da imagem pública através dos videoclipes / André Ribeiro Santos. -- 2026.

173 f. : il.

Orientador: Cristiano José Rodrigues

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2026.

1. Persona pop. 2. Videoclipe. 3. Imagem Pública. 4. Performance. 5. Arte e Comunicação. I. Rodrigues, Cristiano José , orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por sempre ter abençoado a minha vida e a de minha família, por abrir portas quando tudo parecia impossível e por ser, para mim, um Pai presente. Agradeço imensamente à minha mãe, mulher que sempre me inspirou por sua força, sua fé, sua perseverança e sua aura alegre. Agradeço também às forças benévolas do universo, aos espíritos e às entidades de luz que, de diferentes formas, estiveram comigo e me guiaram ao longo desta jornada.

Sou profundamente grato a todas as pessoas que cruzaram o meu caminho: amigos, professores, mestres e amores que permanecerão marcados em meu coração. Agradeço, em especial, aos amigos que fiz ao longo da graduação, sobretudo àqueles que compartilharam uma realidade semelhante à minha: sair de outra cidade, distanciar-se da família e enfrentar os desafios de viver o sonho do ensino superior. Em muitos momentos, fomos força, abrigo e apoio uns para os outros.

Tenho gratidão por tudo o que Juiz de Fora e a Universidade Federal de Juiz de Fora me proporcionaram. A UFJF contribuiu para a minha emancipação como indivíduo, para o meu desenvolvimento crítico e social, além de ter me instigado artisticamente, profissionalmente e emocionalmente. Mais do que uma formação acadêmica, a universidade me possibilitou conhecer partes de mim que antes eu ainda não compreendia plenamente, como minha efervescência política, minha sexualidade e outras dimensões da minha identidade. Estudar na UFJF permitiu que eu atravessasse a bolha em que estava inserido, em uma realidade de cidade pequena do interior, e conhecesse um mundo de novas possibilidades, experiências e perspectivas. Agradeço também às políticas públicas de permanência estudantil e às bolsas que foram essenciais para aliviar a carga exaustiva de conciliar os estudos com a necessidade de buscar fontes de renda para me manter. Essas políticas transformaram não apenas a minha trajetória, mas também a de muitos amigos e conhecidos que, assim como eu, puderam permanecer na universidade e concluir sua formação.

A todos os integrantes da equipe que contribuíram para a realização deste videoclipe, seja diante ou atrás das câmeras, agradeço pela disponibilidade, pelo cuidado e por acreditarem na potência deste projeto, mesmo diante das limitações de tempo, orçamento e estrutura. Aos funcionários da FACOM, que deram suporte para a concretização deste projeto e de tantos outros realizados dentro da universidade, minha profunda gratidão. Que Deus abençoe imensamente a vida de cada um de vocês.

Agradeço profundamente ao meu querido orientador, Cristiano Rodrigues, por quem tenho grande apreço e admiração. Ao longo da graduação, ele foi um verdadeiro mestre e amigo, sempre presente, generoso e disposto a contribuir com o meu percurso. Reconheço que a FACOM possui o privilégio de contar com professores que, para além da excelência acadêmica, tornam-se próximos, empáticos e comprometidos com seus estudantes.

Aos membros da banca, Flávio Lins e Anita Carvalho, agradeço pela disponibilidade e pela generosidade em participarem deste momento. Flávio é outro grande mestre por quem tenho muito apreço e que marcou minha trajetória acadêmica e profissional. Agradeço também a Anita por aceitar contribuir com este trabalho com sua experiência, sua sensibilidade e seu conhecimento sobre a indústria musical. É uma honra contar com uma pesquisadora tão relevante para enriquecer as discussões propostas neste estudo.

Por fim, este trabalho é fruto do sonho de uma criança que ainda vive em mim: o André de dez anos que, mesmo sem compreender todos os caminhos que enfrentaria, já sonhava em ser artista. A arte surgiu em minha vida em um período conturbado e se tornou alívio, abrigo e uma lente por meio da qual aprendi a enxergar a existência de maneira mais positiva, brincalhona e esperançosa. É a essa criança, aos sonhos que ela guardou e à coragem que encontrou para continuar acreditando, que também dedico esta conquista.

RESUMO

Este trabalho busca refletir como a indústria musical, especialmente a pop, utiliza a linguagem audiovisual para moldar e consolidar a imagem pública dos cantores. Sendo objetos de estudo, principalmente os videoclipes, que se tornaram um meio essencial para expressar a música de forma visual, oferecendo uma plataforma onde os artistas podem projetar e reforçar suas personas públicas. Com base nisso, é criado um trabalho prático que busca conceber um “personagem”, um artista pop. Ou seja, o objetivo da pesquisa é atribuir uma personalidade pop ao intérprete – neste caso, o autor deste estudo – por meio da criação de uma música e de um videoclipe que personifiquem essa identidade.

PALAVRAS CHAVES: Persona Pop; Videoclipe; Imagem Pública; Performance; Arte e Comunicação.

ABSTRACT

This study seeks to examine how the music industry, particularly the pop music industry, uses audiovisual language to shape and consolidate singers' public images. Its main objects of study are music videos, which have become an essential medium for expressing music visually by providing a platform through which artists can project and reinforce their public personas. Based on this premise, a practical project was developed with the aim of conceiving a "character," namely a pop artist. In other words, the objective of this research is to assign a pop persona to the performer, in this case, the author of this study, through the creation of a song and a music video that embody this identity.

KEYWORDS: Pop Persona; Music Video; Public Image; Performance; Art and Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Spears leaves in West London, 2003	18
Figura 2 - 2001 MTV VMA - Show	18
Figura 3 - Roberto Carlos no palco do Canecão, Rio de Janeiro, década de 70	19
Figura 4 - Registro do passado de Mara	53
Figura 5 - Foto de familiares de Caxambu	54
Figura 6 - Registro das experiências teatrais desenvolvidas na igreja	55
Figura 7 - Experiências iniciais com a dança	56
Figura 8 - Registros de outros trabalhos artísticos em Caxambu	56
Figura 9 - Registros de vivências profissionais e artísticas em Juiz de Fora	58
Figura 10 - Primeiro áudio: melodia com a voz	60
Figura 11 - Registro inicial da melodia no teclado e da marcação de andamento	60
Figura 12 - Demo musical “Frankenstein”	61
Figura 13 - Guia 01: instrumental mais presente - piano	65
Figura 14 - Guia 02: proposta instrumental mais etérea e sintetizada	65
Figura 15 - Primeiro áudio cantarolando em cima da base	66
Figura 16 - Vídeo com os primeiros feedbacks enviados ao produtor	66
Figura 17 - 1ª versão da composição do produtor musical	68
Figura 18 - 1ª versão da composição do autor	68
Figura 19 - Áudio com sugestões de inserção de elementos e backing vocals	68
Figura 20 - 30 min da aula de canto e ajustes	70
Figura 21 - Registros da gravação da música no estúdio	71
Figura 22 - Música finalizada com a masterização	72
Figura 23 - Colagem de videoclipes referência	74
Figura 24 - Frame das cenas “Morrendo na rua” e “Velório”	77
Figura 25 - Frame das cenas “Abismo” e “Jogos”	78
Figura 26 - Registro de uma das reuniões com a produção	79
Figura 27 - Palco do Cine Theatro Central	81
Figura 28 - Palco do Teatro Paschoal Carlos Magno	81
Figura 29 - Estúdio e Estacionamento do Anexo B	82
Figura 30 - Flyer da arrecadação online	84
Figura 31 - Registro de uma das reuniões com a equipe de fotografia	86

Figura 32 - Objetos da cenografia na pré-produção	90
Figura 33 - Objetos da cenografia nos sets	90
Figura 34 - Maquiagem facada	91
Figura 35 - Moodboard: referências de maquiagem para os dançarinos	92
Figura 36 - Figurinos do intérprete do videoclipe	93
Figura 37 - Referências de figurino para os dançarinos	94
Figura 38 - Registro dos ensaios com os dançarinos	98
Figura 39 - Vídeo com a coreografia	99
Figura 40 - Preparação da primeira cena gravada: A Escalada da Escada	101
Figura 41 - Cenas do “Abismo” gravadas no período da manhã	102
Figura 42 - Primeiros takes com a luz vermelha	102
Figura 43 - Cenas gravadas com os dançarinos	103
Figura 44 - Bastidores da cena do “Velório” em chroma key	105
Figura 45 - Bastidores das cenas solitárias em chroma key	106
Figura 46 - Bastidores das cenas dos “Jogos”	106
Figura 47 - Bastidores da cena “Morrendo na Rua”	107

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparativo entre MTV EUA (anos 80-90) e MTV Brasil (anos 90)	37
Tabela 2 - Funções recorrentes das plataformas na construção da persona pop digital	48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. A FABRICAÇÃO DE ÍDOLOS PELA INDÚSTRIA CULTURAL	14
2.1. Conceito de Ídolos e Celebridades.	14
2.2. Construção de Narrativas e Máscaras Públicas.	16
2.3. O Capital Fonográfico	20
2.4. Antecedentes históricos e consolidação do videoclipe	22
3. A ERA MTV	26
3.1. MTV: Uma Revolução Visual e Mercadológica	26
3.2. A Estética do Videoclipe: Inovação e Linguagem Audiovisual	27
3.3. A Construção da Persona Artística: Do Som à Imagem	30
3.4. A MTV Brasil: Videoclipes, no Contexto Nacional	32
4. A ERA DIGITAL PÓS MTV	38
4.1 A transição da MTV para o ambiente digital	39
4.2 Curadoria algorítmica e economia da atenção	42
4.3 A fragmentação do videoclipe e as novas estéticas	44
4.4 A persona “always on” e a ilusão de intimidade	46
4.5 Branding, ecossistema digital e a co-construção da persona pelo público	48
4.6 A aceleração e os ciclos de consumo efêmeros	50
5. MEMORIAL	52
5.1 A ESCOLHA DO TEMA E SUAS MOTIVAÇÕES	52
5.1.1 Minhas Primeiras Imersões Artísticas e a Influência Materna	52
5.1.2 Expansão de Horizontes e a Gênese do TCC	56
5.2 COMPOSIÇÃO E PRODUÇÃO MUSICAL	58
5.2.1 Minhas referências e o ponto de partida	58
5.2.2 Da ideia vocal à demo: experimentação e organização musical	60
5.2.3 Estudando a indústria e procurando um produtor	61
5.2.4 O encontro com o produtor certo	63
5.2.5 A letra e o discurso da música	67
5.2.6 Preparação vocal, gravação e finalização	69
5.2.7 Considerações sobre a colaboração	72
5.3 O PROCESSO DE ROTEIRIZAÇÃO DO VIDEOCLIFE	72
5.3.1 A pesquisa de referências imagéticas e audiovisuais	73
5.3.2 A definição das locações já na roteirização	74
5.3.3 A estrutura narrativa e as cenas do videoclipe	76
5.3.4 Do roteiro inicial ao storyboard	78
5.4 OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO DO VIDEOCLIFE	79
5.4.1 Montagem da equipe de produção	79
5.4.2 A busca e definição das locações	80
5.4.3 Equipamentos, alimentação e demais frentes de pré-produção	83
5.5 DA FOTOGRAFIA DO VIDEOCLIFE	85
5.5.1 A formação da equipe de fotografia e reuniões	85

SUMÁRIO

5.5.2 Os equipamentos e a logística de gravação	86
5.5. 3 A construção plano a plano: storyboard e decisões de câmera	87
5.6 DIREÇÃO DE ARTE E CONCEPÇÃO DE FIGURINO	88
5.6.1 Formação da equipe	88
5.6.2 Levantamento cenográfico e soluções de baixo custo	89
5.6.3 Definição estética: maquiagem e caracterização	91
5.6.4 Desenvolvimento dos figurinos	92
5.6.5 Considerações sobre o processo	95
5.7 CRIAÇÃO DA COREOGRAFIA E ENSAIO COM OS DANÇARINOS	95
5.7. 1 Contato com o coreógrafo e a construção da proposta	95
5.7. 2 O primeiro encontro presencial e o alinhamento coreográfico	96
5.7. 3 A definição dos espaços de ensaio	96
5.7. 4 Os ensaios coletivos	97
5.8 OS DIAS DE GRAVAÇÕES	99
5.8. 1 Primeira diária no Teatro Paschoal — 5 de junho de 2026	99
5.8. 2 Pré-montagem do estúdio — 8 de junho de 2026	104
5.8. 3 Segunda diária FACOM— 9 de junho de 2026	105
5.8. 4 Gravação externa no estacionamento	107
5.9 PÓS PRODUÇÃO	108
5.9. 1 Processo de edição e composição visual	108
5.9.2 O Refinamento Estético: Color Grading	110
5.10 NOME DA PERSONA	111
5.10.1 A reflexão sobre a escolha do nome artístico	111
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	113
7. REFERÊNCIAS	115
APÊNDICE A – Partitura da melodia inicial	120
APÊNDICE B – Letra da canção	121
APÊNDICE C – Roteiro do videoclipe	123
APÊNDICE D – Moodboard e referências conceituais do videoclipe	130
APÊNDICE E – Referências de maquiagem e universo visual	141
APÊNDICE F – Planilha da Direção de Arte	143
APÊNDICE G – Storyboard do videoclipe	145
APÊNDICE H – Planilha de Equipamentos	154
APÊNDICE I – Ficha técnica da equipe	156
APÊNDICE J –Flyer da campanha de arrecadação	157
APÊNDICE K – Material de captação de patrocínio	158
APÊNDICE L – Ordem do dia: gravação de 5 de junho de 2026	163
APÊNDICE M – Ordem do dia: gravação de 9 de junho de 2026	167
APÊNDICE N – Planilha de Gastos da produção	172
APÊNDICE O – Formulário de organização da alimentação da equipe	173

1. INTRODUÇÃO

A indústria cultural contemporânea se organiza, em grande medida, em torno de figuras públicas cuidadosamente construídas para o consumo midiático. No campo da música popular, essa construção assume uma dimensão especialmente visível e estratégica: artistas são moldados não apenas a partir de seus talentos vocais e musicais, mas por meio de um conjunto articulado de signos visuais, corporais, narrativos e afetivos. O videoclipe, nesse contexto, emerge como uma das ferramentas mais poderosas para a projeção e consolidação dessas identidades públicas, funcionando como uma extensão simbólica da canção e como vitrine da persona artística.

Dessa forma, a pesquisa busca refletir sobre o processo de construção de uma persona pop, cuja máscara pública se materializa por meio do videoclipe. Parte-se da hipótese de que a linguagem audiovisual, especialmente o videoclipe, não atua apenas na promoção de uma canção, mas constitui uma ferramenta estratégica utilizada pela indústria musical pop para moldar, comunicar e consolidar a imagem pública de artistas. Para compreender esse processo, o trabalho desenvolve uma reflexão teórica sobre a fabricação de ídolos e celebridades pela indústria cultural, passa pela historicização do videoclipe como gênero audiovisual e analisa a Era MTV como um período fundamental para a consolidação de uma estética e de uma lógica de construção de personas artísticas. A trajetória percorrida vai dos precursores históricos, como os Soundies norte-americanos e os promos dos Beatles, até a revolução inaugurada pela MTV em 1981, suas reverberações no Brasil a partir de 1990 e os desdobramentos na era das plataformas digitais, como o TikTok. O estudo não se limita, porém, à dimensão analítica e bibliográfica. A investigação teórica é articulada a um projeto prático autoral: a criação de uma persona pop por meio da composição de uma canção e da produção de um videoclipe. Nesse exercício, o próprio autor deste trabalho assume o papel de intérprete, idealizador e produtor, colocando em prática os mecanismos descritos pela literatura acadêmica. Trata-se, portanto, de uma pesquisa que une reflexão crítica e experimentação criativa.

A escolha do videoclipe como objeto central se justifica pela centralidade que o formato ocupa na construção de identidades artísticas na cultura pop. Desde sua consolidação na Era MTV, com figuras como Michael Jackson, Madonna e Britney Spears, até sua reinvenção nas plataformas de streaming e nas redes sociais, o videoclipe permanece um dispositivo fundamental para a projeção da persona do artista. Os mecanismos semióticos que

o compõem: figurino, cenário, gestualidade, narrativa visual, cor e montagem, funcionam em conjunto para comunicar valores, emoções e posicionamentos identitários que transcendem a canção em si.

Do ponto de vista metodológico, o trabalho combina pesquisa bibliográfica e documental com a pesquisa-criação. A fundamentação teórica apoia-se em autores como Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985), Chris Rojek (2008), Erving Goffman (1985), Andrew Goodwin (1992), Arlindo Machado (2001) e Edgar Morin (1997), entre outros. A dimensão prática envolve a composição musical, a elaboração do roteiro audiovisual, a pré-produção, as filmagens e a edição do videoclipe, com registros detalhados de cada etapa do processo criativo.

A estrutura do trabalho organiza-se em torno de três grandes eixos. O primeiro aborda a fabricação de ídolos pela indústria cultural, o conceito de celebridade e o capital fonográfico. O segundo percorre a história do videoclipe, da Era MTV ao contexto digital atual, com atenção especial ao panorama brasileiro. O terceiro descreve e analisa o processo de criação da persona pop autoral: da concepção da canção à produção do videoclipe, passando pela construção do nome artístico, do figurino, da direção de arte, da coreografia e da pós-produção. Ao final, busca-se compreender de que modo esse processo prático dialoga com as dinâmicas e contradições da indústria cultural e com as possibilidades de construção de uma voz artística singular dentro, e por vezes à margem, de seus códigos e convenções.

2. A FABRICAÇÃO DE ÍDOLOS PELA INDÚSTRIA CULTURAL

Ao abordar a construção de uma persona pop na indústria cultural, é necessário compreender que essa fabricação atende a interesses mercadológicos. Antes da consolidação dessas figuras, há um processo de lapidação de máscaras simbólicas que vestem os artistas, moldando identidades estrategicamente pensadas para circulação, publicidade e consumo. Trata-se de uma engrenagem industrial que envolve diversos profissionais: estilistas, preparadores vocais, produtores musicais, profissionais de marketing, assessores, maquiadores, coreógrafos, bailarinos e equipes audiovisuais que, em conjunto, contribuem para a construção dessa figura heroica. No entanto, não se cria um personagem totalmente dissociado do intérprete, mas uma versão potencializada de si, que enfatiza talentos e organiza um discurso coerente com sua trajetória. Nesse sentido, torna-se fundamental analisar o impacto desses sujeitos na sociedade de consumo e compreender por que a indústria os produz como “semideuses”: figuras que, embora idealizadas, preservam traços humanos que favorecem a identificação e a conexão com o público. Essa tensão entre idealização e humanidade sustenta sua força simbólica e comercial. Assim, este capítulo apresenta conceitos iniciais e investiga como a construção dessas personas articula desejo, pertencimento e mercado, influenciando comportamentos e práticas culturais contemporâneas.

2.1. Conceito de Ídolos e Celebidades.

O fenômeno das celebridades e da fama existe desde tempos antigos e não é exclusivo da nossa era. O termo “celebridade” é sinônimo de “famoso” ou “figura pública de referência”. De acordo com Vera França e colaboradores (FRANÇA et al., 2014), o termo articula três aspectos principais: conhecimento, reconhecimento e culto. As celebridades podem surgir em diversos campos sociais, política, religião, artes, esportes, com presença notável na mídia.

[...] se torna conhecido por muitas pessoas, reconhecido por aquilo que é ou faz, cultuado enquanto uma certa excepcionalidade digna de admiração e reverência (FRANÇA et al., 2014, p. 19).

No passado, as estrelas eram deuses, deusas, heróis e modelos, representando comportamentos ideais. Em tempos mais recentes, tornaram-se figuras de identificação,

representando modos típicos de comportamento, inclusive os das pessoas comuns. Estudiosos como Braudy (1986) indicam que o conceito de fama remonta à Antiguidade e que, embora possa haver distinções entre fama e celebridade, suas fronteiras se diluem ao longo do tempo. Isso sugere que o desejo por poder, riqueza, honra e glória não se limita à sociedade moderna, mas impulsionou o surgimento de reinos e impérios ao longo da história. Ao expandir a noção de “celebridade”, Garland identifica figuras da história como Sócrates, Cleópatra e Jesus, exemplos precoces de celebridades, e conceitos antigos como “glória” podem estar relacionados ao fenômeno moderno da cultura das celebridades. Já para Wesołowski (2020, p. 189), as celebridades são retratadas como criações da modernidade tardia”. Dessa forma, são produtos da indústria cultural, incentivando o consumo através de interações diretas com o público. Além disso, elas desempenham o papel de difundir valores populares, influenciando comportamentos sociais e tendências culturais. Contudo, as celebridades personificam o auge do capitalismo avançado, sendo tratadas como mercadorias comercializadas pelas corporações de mídia, enquanto também refletem e celebram os valores modernos que influenciam a negociação e formação das identidades culturais.

Com isso, se as figuras notórias da nossa sociedade são enaltecidos pelas suas ações, pelo seus conhecimentos, ou simplesmente cultuada por uma admiração excepcional que o público têm com essas pessoas, fica evidente que existem vários tipos de celebridades. Segundo o autor Chris Rojek, em “Celebrity”, existem três tipos de celebridades que explicam como alguém se torna uma figura de destaque. O primeiro tipo é a “celebridade conferida”, na qual o status é atribuído com base em linhagem ou herança, sendo autoridades hereditárias, como exemplo: reis, rainhas, majestades e aristocratas. Em contraste, o segundo tipo é a “celebridade adquirida”, que se origina das realizações do indivíduo em competições abertas, sendo reconhecido publicamente por seus talentos ou habilidades excepcionais, por exemplo: atores e atrizes do teatro exibem suas habilidades cênicas no palco, conquistando a admiração do público. Rojek destaca que a “celebridade adquirida” não se limita apenas a talentos ou habilidades especiais, pois, em alguns casos, pode resultar da representação concentrada do indivíduo como notável ou excepcional por intermediários culturais, caracterizando-se então como uma “celebridade atribuída”. Entretanto, embora busquem alcançar o sucesso, essas celebridades muitas vezes têm sua habilidade deslegitimada porque dependem do trabalho de intermediadores culturais, como grandes empresas e agentes da indústria do entretenimento. Esses diferentes tipos de celebridades oferecem uma visão mais completa de como a fama e o prestígio podem ser alcançados em diferentes contextos sociais. (ROJEK, 2008, p. 20).

2.2. Construção de Narrativas e Máscaras Públicas.

Britney Spears pode ser compreendida como um exemplo expressivo de estrela em ascensão no início dos anos 2000, cuja projeção pública ocorreu por meio da atuação articulada de produtores, empresários e agentes culturais. Sua fama assumiu uma dimensão “atribuída”, uma vez que sua imagem foi cuidadosamente moldada para representar o ideal de ídola teen, em consonância com interesses mercadológicos específicos. A celebridade atribuída, conforme conceitua Rojek (2008, p. 20), não deriva puramente de realizações obtidas em competições abertas, mas de uma exposição pública massiva e de uma construção arquitetada pela própria indústria do entretenimento. Nesse processo, o empresário ocupa uma função estratégica, pois atua como mediador entre o artista e os elementos externos que compõem sua carreira e sua imagem pública. Como afirma Alexandre Wesley, executivo da indústria musical com mais de 25 anos de experiência, “o papel do empresário é exatamente o elo do artista com qualquer coisa que exista do lado de fora dele [...] o estúdio, seu produtor, a roupa que veste, tudo isso passa pela mão do empresário” (WESLEY apud CARVALHO, 2019, p. 40). No caso de Spears, essa mediação pode ser observada na atuação de Larry Rudolph, empresário que a conheceu ainda adolescente e esteve associado à gestão de sua carreira por mais de duas décadas, participando da organização de sua imagem, de seus lançamentos e de sua inserção no mercado pop. Assim, a máscara pública de Britney Spears pode ser compreendida não apenas como resultado de seu talento artístico, mas como produto de uma engrenagem profissional composta por empresários, produtores, gravadoras e demais agentes externos responsáveis por transformar uma artista em uma marca cultural de grande alcance.

Britney Spears, antes da fama, era uma menina simples que cresceu no interior dos Estados Unidos, em uma casa humilde no interior de Louisiana com seus pais e dois irmãos. Uma jovem de hábitos tradicionais que frequentava a igreja e jogava como armadora no time de basquete do colégio. Britney sempre teve o sonho de ser cantora, e seus pais se empenharam muito para que isso acontecesse: colocaram-na aos três anos em aulas de dança e ginástica e, mais tarde, ela viria a conquistar títulos de beleza locais e o prêmio nacional Miss Talent USA antes de estourar na televisão. Durante a adolescência de Spears, o gerenciamento de sua carreira pela indústria do entretenimento passou a influenciar diretamente a construção de sua imagem pública. Elementos como figurino, identidade visual, adequação vocal e até discussões midiáticas envolvendo sua virgindade contribuíram para moldar uma persona cuidadosamente elaborada para o consumo. Um exemplo evidente dessa construção é o

videoclipe de estreia, “Baby One More Time” (1998), no qual já se delineia uma imagem marcada pela combinação entre sexualização, infantilização e empoderamento, elementos centrais em sua trajetória.

Atualmente, discute-se no campo artístico a possibilidade de compreender o cantor como um ator de palco. Embora ambas as funções possuam especificidades próprias, existe uma aproximação evidente entre elas, sobretudo na capacidade de interpretar e transmitir emoções ao público. Ao performar uma canção, o cantor frequentemente mobiliza narrativas, gestos e expressões que ultrapassam a dimensão vocal, aproximando sua atuação de uma construção cênica. Em muitos casos, especialmente em espetáculos musicais e performances ao vivo, cantar e atuar tornam-se práticas indissociáveis. Nesse sentido, a reflexão proposta por Erving Goffman (1985) e Chris Rojek (2008) contribui para o debate ao sugerir que toda apresentação pública do eu possui um caráter teatral, marcado pela encenação e pela construção de uma imagem diante do outro. Para Chris Rojek:

As celebridades que são alvo de satisfação de desejos de fãs são elas mesmas frequentemente vítimas de fadiga de realizações. [...] A apresentação pública do eu é sempre uma atividade encenada, na qual o ator humano mostra uma “fachada” ou “face” aos outros, enquanto mantém reservada boa parte do eu (ROJEK, 2008, p. 13).

Rojek (2008, p. 13) argumenta que a fama pode fragmentar a identidade de uma pessoa. O indivíduo passa a viver com duas facetas: uma que reflete quem ele é e outra que representa a imagem pública, moldada pelas expectativas dos outros, operando naquilo que Goffman (1985) chamaria de “palco” da vida cotidiano. No caso da “princesa do pop”, sua personalidade real é de uma jovem reservada e simples, que preferia sair sem maquiagem, com os cabelos desarrumados e vestindo roupas confortáveis, como frequentemente era vista nas ruas de Los Angeles nos anos 2000. Por outro lado, sua persona pública era construída de forma sempre confiante e radiante, usando maquiagem impecável e roupas sofisticadas, como muitas vezes aparecia em eventos e premiações. Essa é a imagem de Britney que as multidões esperavam ver quando ligavam a TV. Isso sugere que a imagem pública de uma celebridade como Britney Spears era cuidadosamente construída e gerenciada para atender às expectativas e desejos do público, enquanto sua verdadeira personalidade e intimidade permaneciam ocultas dos olhos do mundo.

Figura 1: Spears leaves in West London, 2003

Fonte: Photo by Gareth Cattermole/Getty Images

Figura 2: 2001 MTV VMA- Show

Fonte: Photo by Kevin Mazur/WireImage

Um relato interessante que deixa evidente isso, é a da Lynne Spears, mãe de Britney que escreveu o livro “Britney Spears: A História por Trás do Sucesso (SPEARS; CRAKER, 2009)”. Embora Britney tenha conseguido ajustar sua voz para se adequar aos estúdios de gravação, com a famosa técnica vocal Baby Voice (Voz infantil), isso veio ao custo de sacrificar seu talento vocal natural. Sua mãe, Lynne, expressou tristeza pela transformação na voz de sua filha e colocou grande parte da responsabilidade na gravadora, evidenciando o peso da indústria cultural sobre o artista:

Isso está vindo do coração de uma mãe, não de um executivo profissional de uma gravadora, mas antes de os estúdios de gravação interferirem naquela grande e forte voz, minha doce menina podia tirar o telhado de uma casa com sua força e paixão. Minha prece por Britney, antes e agora, é que ela recupere sua real voz, uma vez forte, novamente, de várias maneiras (SPEARS; CRAKER, 2009, p. 102).

No Brasil, a criação de ídolos pode ser observada desde a era de ouro do rádio, com figuras como Carmen Miranda, Francisco Alves, Vicente Celestino e Silvio Caldas, artistas que já demonstravam a capacidade dos meios de comunicação de transformar cantores em “ídolos das multidões” (TINHORÃO, 1998, p. 290-320). Esse processo se intensificou a partir da década de 1960, quando a expansão da televisão, da indústria fonográfica e da cultura jovem criou novas formas de exposição e identificação. A Jovem Guarda e, especialmente, Roberto Carlos representam um dos exemplos mais expressivos da adaptação brasileira do modelo internacional de ídolo pop. A construção de Roberto Carlos como ídolo juvenil dialogava diretamente com referências estrangeiras, sobretudo Elvis Presley. No início dos anos 1960,

no programa Clube do Rock, da Rede Tupi, Roberto Carlos foi apresentado como o “Elvis brasileiro”. A associação não se limitava à música: envolvia o cabelo modelado, as roupas associadas à juventude urbana, a presença televisiva, a gestualidade no palco e a postura de aparente rebeldia (GARSON, 2020, p. 101-122).

Figura 3: Roberto Carlos no palco do Canecão, do Rio de Janeiro, década de 70.



Fonte: Instagram @robertocarlosocial

Essa “máscara pública” construída em torno de Roberto Carlos operava em equilíbrio entre rebeldia e docilidade. De um lado, sua imagem inicial se aproximava do universo do rock, da guitarra elétrica, da moda jovem e de uma atitude menos comportada em relação aos padrões tradicionais. De outro, essa rebeldia era cuidadosamente domesticada pela televisão e pela indústria cultural, de modo que o artista pudesse representar a juventude sem ameaçar completamente os valores familiares e morais da sociedade brasileira da época. A persona de Roberto Carlos, portanto, não se formou apenas por talento individual ou carisma espontâneo, mas por um processo de mediação entre mercado, mídia e desejo social (GARSON, 2020). O programa Jovem Guarda, exibido pela TV Record a partir de 1965, transformou Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa em referências de comportamento, moda, vocabulário e consumo juvenil. A presença semanal na televisão permitia que a imagem do artista fosse continuamente reafirmada diante do público. Roberto Carlos passava a ser visto como líder de uma geração, e sua figura era associada a um modo de vestir, cantar, falar e se comportar. A imagem do “Rei”, posteriormente consolidada pela mídia e pelo público, funcionou como síntese simbólica dessa autoridade afetiva e comercial: ele não era apenas um cantor popular, mas uma figura de identificação coletiva.

A construção dessa imagem pode ser compreendida a partir da lógica das celebridades e da indústria cultural, conceito criado originalmente por Theodor Adorno e Max Horkheimer

(1985) para explicar a padronização e a produção em massa de bens culturais. Como indicam autores como Edgar Morin (1989) e Chris Rojek (2008), o ídolo midiático é uma figura construída socialmente, resultado da combinação entre performance, circulação nos meios de comunicação, estratégias de mercado e reconhecimento público. No caso de Roberto Carlos, sua máscara pública foi sendo reelaborada ao longo do tempo: do jovem roqueiro influenciado por Elvis ao cantor romântico nacional, do líder da Jovem Guarda ao “Rei” da música brasileira. Essa permanência demonstra a força de uma imagem cuidadosamente administrada, capaz de atravessar gerações e adaptar-se a diferentes momentos da cultura de massa no Brasil. Portanto, o caso de Roberto Carlos exemplifica como a indústria cultural brasileira foi capaz de adaptar modelos internacionais de fabricação de ídolos ao contexto nacional. Sua trajetória mostra que o ídolo pop não é apenas produzido pela música, mas também por um conjunto de signos visuais, corporais, televisivos e afetivos. A máscara pública construída para Roberto Carlos articulou juventude, romantismo, modernidade e familiaridade, transformando-o em uma figura simultaneamente próxima e inalcançável, comum e excepcional, popular e mítica.

2.3. O Capital Fonográfico

David Marshall, em “The Celebrity Culture Reader”, destaca que novas celebridades, não apenas simbolizam somente vitalidade, mas também representam uma conexão emocional profunda com o público. Reconhecendo o poder emocional da música, a indústria cultural da qual a indústria fonográfica é uma parte crucial busca explorar essa conexão a todo custo. As estrelas da música são idolatradas pelo público e se tornam veículos para promover não apenas suas canções, mas também uma vasta gama de produtos e ideologias. A indústria fonográfica investe pesadamente na criação e manutenção dessas celebridades, promovendo suas imagens através de campanhas publicitárias, videocliques, redes sociais e aparições públicas. O objetivo é criar uma relação quase simbiótica entre a estrela e o público, onde a imagem da celebridade é cuidadosamente cultivada para maximizar a venda de produtos e a fidelidade dos fãs. A relação entre a indústria fonográfica, os artistas e os fãs pode ser visualizada como um triângulo dinâmico, onde cada vértice desempenha um papel crucial no funcionamento do sistema como um todo. Esse triângulo evidencia como a imagem do artista é construída e mediada pela indústria, ao mesmo tempo em que os artistas oferecem experiências simbólicas e de entretenimento ao público, e os fãs, mobilizados por afetos, identificação e pertencimento, participam ativamente da circulação e valorização desses produtos culturais.

Segundo Viana (2014) o conceito de capital fonográfico abrange não apenas a produção e distribuição de obras musicais, mas também a capacidade de gerar valor econômico a partir da imagem, do estilo de vida e do discurso de seus artistas. Nesse cenário, ídolos e celebridades, especialmente cantores, exercem uma influência multifacetada sobre a sociedade de consumo, moldando tendências que vão desde a moda e o comportamento até as aspirações individuais. A ascensão do videoclipe, em particular, potencializou essa dinâmica, transformando-se em uma ferramenta estratégica para a conexão com o público e a geração de múltiplas fontes de renda. O capital fonográfico, em sua essência, nasceu com a capacidade de reprodução mecânica do som. A invenção do fonógrafo por Thomas Edison em 1877 marcou o início de uma era em que a música poderia ser desvinculada da performance ao vivo e comercializada como um produto tangível. Essa inovação permitiu a padronização e a distribuição em massa de obras musicais, transformando a música de uma experiência efêmera em uma mercadoria com valor de troca. No início do século XX, a indústria fonográfica começou a se estruturar, com gravadoras investindo na produção, gravação e promoção de artistas, consolidando um modelo de negócios baseado na venda de discos. Com o passar do tempo, e especialmente após a Segunda Guerra Mundial, a indústria fonográfica se integrou ao que Theodor Adorno e Max Horkheimer denominaram Indústria Cultural. A formação do gosto musical, portanto, não era mais puramente orgânica, mas fortemente influenciada pelas estratégias de mercado das grandes gravadoras. A promoção de artistas e a criação de estrelas tornou-se um pilar central desse sistema, onde a imagem e a persona do artista eram tão importantes quanto sua produção musical.

A partir da década de 1950, com o advento do rock and roll e a emergência da cultura jovem, a figura do ídolo musical ganhou uma dimensão sem precedentes. Artistas como Elvis Presley e, posteriormente, The Beatles, não eram apenas cantores; eles se tornaram ícones de estilo, comportamento e aspirações. Suas roupas, penteados, gírias e até mesmo seus estilos de vida eram inspirados por milhões de fãs, transformando-os em poderosos agentes de consumo. A identificação com a celebridade criava um vínculo emocional que transcendia a mera apreciação musical, levando à aquisição de produtos que simbolizavam a conexão com o universo do artista. A credibilidade, atratividade e expertise percebidas nos famosos fortalecem a mensagem de marketing, tornando-os endossadores eficazes de marcas e produtos. Ainda nesse período, a televisão começou a desempenhar um papel crucial na projeção dessas imagens. Programas musicais e aparições de artistas em shows de variedades expunham suas personas a um público massivo, solidificando sua imagem e ampliando seu

poder de influência. A performance visual, antes secundária à música, começava a ganhar destaque, preparando o terreno para a próxima grande revolução na indústria musical.

2.4. Antecedentes históricos e consolidação do videoclipe

A busca pela integração entre som e imagem remonta ao final do século XIX, com invenções como o fonógrafo de Thomas Edison (1877) e suas primeiras tentativas de sincronização audiovisual. Mesmo no cinema mudo, a música já desempenhava papel essencial, sendo executada ao vivo para dar ritmo e emoção às imagens. Nesse contexto, surgem as Illustrated Songs, apresentações que combinavam projeções visuais de slides com música ao vivo, antecipando a lógica narrativa e promocional do videoclipe. Com o avanço tecnológico, a década de 1920 marca a consolidação do cinema sonoro, com obras como *O Cantor de Jazz* (1927), evidenciando o potencial da fusão audiovisual. Já nos anos 1940, experiências como *Fantasia* (1940), da Disney, ampliaram essa relação, colocando a música em posição central e reforçando o consumo da música associada à imagem. Paralelamente, surgiram os Panorams, vitrolas de fichas visuais que exibiam os chamados Soundies, curtas-metragens musicais que se tornaram muito comuns em bares e restaurantes dos Estados Unidos, configurando elementos fundamentais para o surgimento do videoclipe moderno (GOODWIN, 1992, p. 202)

Na década de 1950, o surgimento da cultura jovem e a ascensão do rock and roll mudaram esse cenário: a imagem e a presença do artista passaram a ter tanta importância quanto a própria canção. Os músicos passaram a precisar cuidar não só da qualidade do que cantavam, mas também de como se apresentariam diante das telas. Elvis Presley foi um dos artistas que evidenciaram a centralidade da imagem corporal, televisiva e cinematográfica na música popular de massa. Com performances carismáticas e um apelo visual muito forte, ele se tornou o “Rei do Rock”, graças também à sua dança cheia de energia, à sua irreverência e à sua postura rebelde. A televisão desempenhou um papel essencial nesse processo, sendo a performance de Presley no *The Milton Berle Show* em 1956 um marco cultural e controverso. Além disso, a imagem de Elvis foi amplamente difundida pelo cinema em filmes musicais como *Love Me Tender* (1956) e *Jailhouse Rock* (1957). Esses filmes e apresentações televisivas anteciparam a lógica promocional e visual do videoclipe, aproximando o rock, a juventude e a figura do cantor-ídolo de uma lógica audiovisual, embora ainda não fossem videoclipes no sentido moderno. Murray Forman (2012) argumenta em “One Night on TV Is

Worth Weeks at the Paramount” que a produção televisiva inicial influenciou profundamente a estética da performance musical nas décadas de 1940 e 1950. Programas como o *American Bandstand*, sob o comando de Dick Clark a partir de 1956, desempenharam um papel fundamental na exposição de artistas e na promoção da cultura da dança jovem em rede nacional nos Estados Unidos. Como aponta Simon Frith (2002, p. 278), a televisão tornou-se uma parte essencial da "maquinaria de criação de estrelas" da indústria musical, moldando a memória visual dos artistas. Antes mesmo da consolidação do videoclipe, outras formas de audiovisual musical já circulavam na televisão. Andrew Goodwin (1992) ressalta que era prática comum comercializar blocos de performances musicais para emissoras de televisão. As *Snader Telescriptions*, produzidas no início da década de 1950, eram curtas-metragens de 35 milímetros que registravam performances ao vivo de artistas como Peggy Lee e Nat King Cole, configurando um formato inicial de visualização musical televisiva (GOODWIN, 1992, p. 202).

Na década de 1960, com o advento das telecomunicações e o crescimento da indústria musical, a banda britânica *The Beatles* utilizou amplamente os *promos*, curtas-metragens promocionais, para divulgar suas canções, evitando desgastantes turnês de televisão. Esses filmes extrapolavam os números musicais habituais da TV e costumam ser apontados como precursores importantes do videoclipe moderno (AUSTERLITZ, 2007, p.13). Os vídeos promocionais dos Beatles para canções como “*Strawberry Fields Forever*” e “*Penny Lane*” (1967), dirigidos por Peter Goldmann, são exemplos notáveis, incorporando uma estética psicodélica, câmera lenta e filtros de cores, elementos que se tornaram distintivos do videoclipe. O conceito de videoclipe como um gênero audiovisual autônomo começou a se solidificar na década de 1970. Arlindo Machado (2001), um renomado estudioso da área, enfatiza a profunda influência da vídeo-arte no caráter inventivo do videoclipe. Ele cunhou a expressão “ouvir a imagem e ver a música” para descrever essa nova e intrínseca relação entre som e visual.

Segundo Machado (2001, p. 178) as imagens do clipe: “têm sido tão esmagadoramente contaminadas pelas suas trilhas musicais que acaba sendo inevitável sua conversão [...] numa calculada, rítmica e energética evolução de formas no tempo”.

O videoclipe se estabelece como um campo de experimentação onde a fragmentação e a descontinuidade são elementos centrais, operando muitas vezes por ritmo, associação, montagem, performance e atmosfera, não necessariamente por narrativa clássica (SOARES,

2004, p. 17). A noção de tradução intersemiótica, de Julio Plaza (2003), ajuda a pensar essa passagem de sentido: a música e a letra são reinterpretadas em imagens, gestos, cores, montagem, cenário e corpo, transformando signos verbais e sonoros em visuais, criando novas camadas de sentido para a canção.

Um marco decisivo para a consolidação do videoclipe foi o lançamento de “Bohemian Rhapsody” da banda Queen, em 1975. Dirigido por Bruce Gowers, este trabalho é amplamente considerado o primeiro videoclipe intencional e de sucesso massivo, exibido no icônico programa *Top of the Pops* da BBC britânica. Sua produção inovadora, que combinava efeitos visuais sofisticados com uma performance que complementava a complexidade da música, demonstrou de forma inequívoca o potencial do formato tanto para a promoção musical quanto para a expressão artística. A crescente demanda por conteúdo visual musical impulsionou o surgimento de programas televisivos dedicados. Nos Estados Unidos, *Nightclubbing* (1975) e *Album Tracks* (1977), e na Grã-Bretanha, o *Kenney Everett Video Show* (1978), começaram a dedicar espaços específicos para a exibição de vídeos, preparando o público para a chegada de um canal inteiramente focado nesse formato.

No cenário brasileiro, a aproximação entre música e imagem em movimento também possui antecedentes importantes antes da consolidação comercial do videoclipe. Um exemplo significativo é “A velha a fiar” (1964), curta-metragem dirigido por Humberto Mauro e produzido pelo Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE). Embora não tenha sido concebido como videoclipe no sentido moderno, o filme articula imagens, ações cotidianas, animais, objetos e recursos de montagem em diálogo direto com o ritmo e com a estrutura acumulativa da canção popular interpretada pelo Trio Irakitan. Nesse sentido, a obra pode ser compreendida como um antecedente da linguagem videoclíptica, pois já explora a sincronização entre música, imagem, movimento e montagem. Entretanto, é na década de 1970, especialmente no contexto da televisão aberta, que o videoclipe começa a se aproximar de sua função promocional no Brasil. Nesse período, o programa “Fantástico”, da Rede Globo, tornou-se um espaço importante para a experimentação de musicais televisivos voltados à divulgação de artistas e canções. Entre os exemplos mais citados estão “Gita” (1974), de Raul Seixas, e “América do Sul” (1975), de Ney Matogrosso, este último dirigido por Nilton Travesso. Essas produções levaram para a televisão uma estética mais performática, teatral e visualmente elaborada, contribuindo para transformar a apresentação musical em um produto audiovisual de divulgação fonográfica. Esse evento marcou a introdução do formato na televisão brasileira com gravações externas e equipamentos

portáteis, preparando o terreno para sua futura expansão e aceitação cultural (CALDAS, 2013; CORRÊA, 2007).

À medida que a década de 1970 chegava ao fim e a de 1980 se iniciava, a indústria fonográfica reconheceu o videoclipe como uma ferramenta de marketing de valor inestimável. Eduardo de Jesus (2004) descreve o videoclipe como um gênero audiovisual contemporâneo caracterizado por uma intensa hibridização de formatos, suportes, gêneros e técnicas. Ele argumenta que, embora seja um formato televisivo e comercial, o videoclipe incorpora valores de outros gêneros, fomentando a experimentação. Andrew Goodwin (1992) corrobora essa visão, observando que o videoclipe é um produto da indústria fonográfica, estruturado na música e na imagem, e legitimado pela música pop. O videoclipe passa a atuar como uma verdadeira extensão da canção popular massiva.

A consolidação do videoclipe como gênero audiovisual distinto ocorreu na década de 1980. A estreia da MTV nos Estados Unidos, em 1º de agosto de 1981, com “Video Killed the Radio Star”, da banda The Buggles, não foi apenas o lançamento de um canal: foi a culminação de décadas de evolução audiovisual, um momento em que a MTV capitalizou sobre a linguagem e a estética desenvolvidas pelos precursores do videoclipe, transformando o formato em um pilar central da cultura pop global e da indústria do entretenimento. Com o videoclipe, a influência dos ídolos e celebridades na sociedade de consumo atingiu um novo patamar. Os clipes se tornaram vitrines para a moda, estilos de vida e produtos. Artistas como Michael Jackson, Madonna e George Michael tornaram-se mestres na arte de usar o videoclipe para construir narrativas visuais que vendiam uma imagem, um estilo e uma aspiração (AUSTERLITZ, 2007).

No Brasil, a consolidação desse processo ocorreu com o lançamento da MTV Brasil em 1990, tendo “Garota de Ipanema”, de Marina Lima, como o primeiro clipe exibido. Valéria Brandini (2006) afirma que os videoclipes se tornaram um novo referencial para a apreciação estética da música, funcionando como produto a ser consumido. A indústria fonográfica, inegavelmente, utiliza os videoclipes como uma forma de exposição e apelo ao consumo. A estética apurada e a liberdade criativa inerentes aos videoclipes os transformam em um universo simbólico que expressa tanto o sentido da canção quanto a personalidade do artista, dialogando diretamente com a cultura jovem e a construção de personas pop.

3. A ERA MTV

A inauguração da Music Television (MTV) em 1º de agosto de 1981, nos Estados Unidos, representou um marco irreversível na história da cultura pop e da indústria musical. Ao introduzir um canal dedicado exclusivamente à exibição de videocliques 24 horas por dia, a MTV não apenas alterou o panorama do entretenimento, mas redefiniu fundamentalmente a relação entre música e imagem. A partir desse momento, a experiência musical deixou de ser meramente auditiva para se tornar intrinsecamente visual, impulsionando uma nova era de consumo cultural e de construção de celebridades.

Este capítulo propõe uma análise aprofundada da Era MTV, abrangendo as décadas de 1980 e 1990, período em que o canal exerceu sua máxima influência nos Estados Unidos e, posteriormente, no Brasil. Como os antecedentes técnicos e estéticos do videoclipe já foram tratados na seção 2.4, o foco recai aqui sobre três pilares interligados: a produção de videocliques, em suas inovações estéticas e técnicas; a construção de personas artísticas; e os paralelos e contrastes entre a experiência da MTV nos EUA e sua adaptação no Brasil. O objetivo é demonstrar como a MTV não foi apenas um veículo de transmissão, mas um agente transformador que moldou a estética audiovisual e consolidou a imagem como elemento indissociável da identidade artística.

3.1. MTV: Uma Revolução Visual e Mercadológica

A fundação da MTV nos Estados Unidos, em 1981, foi o culminar de transformações tecnológicas, culturais e mercadológicas das décadas anteriores. A música popular buscava novas formas de se conectar com seu público em um cenário de crescente saturação do rádio e da indústria fonográfica (GOODWIN, 1992). A ideia de um canal dedicado à música visual encontrava raízes em experimentos anteriores, como os “Soundies” dos anos 1940 e os filmes promocionais de bandas como The Beatles nos anos 1960 (KAPLAN, 1987, p. 11-14). A MTV surgiu em momento estratégico, capitalizando a proliferação dos videocassetes e a demanda por conteúdo segmentado. Sua programação inicial era dominada por videocliques de rock e pop, muitos deles britânicos (LUSVARGHI, 2002, p. 24), o que gerou críticas sobre a falta de diversidade racial, problema mitigado apenas com a ascensão de artistas como Michael Jackson.

Além disso, como aponta Banks (1996), os poucos videoclipes adquiridos inicialmente pela MTV — não mais de 125, segundo o autor — eram de artistas do Reino Unido, uma vez que esse país produzia mais videoclipes do que os Estados Unidos [...] Assim, a escassez desse material levou a emissora a concentrar sua programação em artistas britânicos (BANKS, 1996 apud HOLZBACH, 2013, p. 175).

O impacto mercadológico da MTV foi imediato e profundo. O videoclipe, antes um mero acessório promocional, tornou-se uma peça central na estratégia de lançamento de álbuns e singles. Gravadoras e artistas passaram a investir pesadamente na produção de videoclipes, reconhecendo o poder da imagem para impulsionar vendas e construir carreiras. A MTV não apenas exibiu videoclipes; ela os transformou em um novo gênero de entretenimento, com seus próprios códigos, estrelas e premiações, como o Video Music Awards, lançado em 1984 (GOODWIN, 1992).

Além de ser uma plataforma de exibição, a MTV atuou como um agente de padronização estética. A linguagem visual dos videoclipes, caracterizada por sua montagem rápida, efeitos visuais inovadores e narrativas muitas vezes abstratas ou simbólicas, influenciou não apenas a produção musical, mas também a publicidade, o cinema e a moda. A “estética MTV” tornou-se um sinônimo de modernidade e vanguarda, ditando tendências e moldando o imaginário de uma geração (SHUKER, 2012, p.168). A capacidade do canal de criar estrelas e reviver carreiras, como no caso de artistas veteranos que encontraram uma nova audiência através de seus videoclipes, solidificou seu status como uma força dominante na indústria cultural.

3.2. A Estética do Videoclipe: Inovação e Linguagem Audiovisual

A estética do videoclipe na Era MTV foi um campo fértil para a experimentação e a inovação, consolidando uma linguagem audiovisual única que se distinguia de outras formas de mídia. O videoclipe, nesse período, não se limitava a ilustrar a canção; ele a complementava, a ressignificava e, em muitos casos, criava uma narrativa visual independente que se entrelaçava com a experiência auditiva. Essa fusão de som e imagem deu origem a uma forma de arte híbrida, que se alimentava de diversas fontes e, por sua vez, as influenciava. O jornalista Leão Serva faz uma importante observação sobre a MTV:

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. A forma de fazer clipes, os cortes rápidos, o dinamismo e a criatividade tomaram a publicidade, o cinema e a televisão em geral (...). Isso criou um impacto na estética da música, da publicidade e do cinema (SERVA, 2006, p. 7).

Em “Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular” o comunicador Andrew Goodwin, afirma que os videoclipes são exemplos clássicos das estratégias de significação do entretenimento leve, nas quais os códigos de realismo são rotineiramente abandonados.

Longe de representar uma nova estética ou qualquer tipo de rompimento com as convenções televisivas, essas técnicas são exemplos clássicos das estratégias de significação do entretenimento leve (...) as convenções do videoclipe não difere de nenhum modo qualitativo dos modos de endereçamento e retórica geral visual do entretenimento leve televisivo, no qual os códigos de realismo são rotineiramente abandonados” (GOODWIN, 1992, p. 67-68)

Ainda de acordo com GOODWIN (1992: 86-89), existem três tipos de relação entre as canções e as imagens nos videoclipes: ilustração, amplificação e disjunção. A ilustração ocorre quando os vídeos musicais apresentam narrativas visuais que seguem fielmente a história contada na letra ou procuram expressar o estado emocional ou os sentimentos descritos na canção. Isso pode ser feito através de apresentações de dança, encenações de efeitos musicais sobre pessoas ou objetos, ou pela utilização de determinadas cores e atmosferas. A amplificação, por outro lado, acontece quando os videoclipes adicionam novos significados que não contradizem as letras da canção. Isso envolve a inclusão de elementos visuais novos, que não poderiam ser derivados de uma leitura direta da música. Já a disjunção se refere aos casos em que há uma desconexão, intencional ou acidental entre as letras e as imagens. Isso pode refletir tanto uma intenção artística de provocar o público quanto falhas na produção. A compreensão das músicas pop depende fortemente da voz do intérprete, seu timbre, alcance e expressão, que transmite emoções e constrói um personagem. Nesse contexto, o videoclipe reforça essa centralidade ao destacar o rosto do artista e valorizar sua performance.

Um dos pilares da estética MTV era a fragmentação. A montagem rápida, os cortes abruptos e a justaposição de imagens muitas vezes desconexas criavam um ritmo visual

frenético que espelhava a energia da música pop e rock da época. Essa fragmentação não era apenas uma escolha estilística, mas também uma reflexão da cultura pós-moderna, caracterizada pela descontinuidade, pela colagem e pela ausência de uma narrativa linear única. O videoclipe, nesse sentido, tornou-se um espelho e um catalisador das sensibilidades estéticas de sua era. Outro elemento crucial era a experimentação visual. Diretores de videoclipes, muitos deles oriundos do cinema independente, da publicidade ou da videoarte, exploravam novas técnicas e tecnologias. O uso de efeitos especiais, como o chroma key, a animação stop-motion, a manipulação de cores e a distorção de imagens, era constante. Essas inovações visuais não apenas tornavam os videoclipes mais atraentes, mas também permitiam a criação de universos imagéticos complexos e fantasiosos, que expandiam os limites da representação musical. A estética do videoclipe era, portanto, uma estética de excesso, de brilho e de constante reinvenção.

A narrativa nos videoclipes da MTV assumiu formas diversas. Enquanto algumas produções optavam por uma abordagem mais literal, ilustrando a letra da música, outras exploravam estruturas abstratas, simbólicas ou cinematográficas. Conforme aponta Machado (2000, p. 174), o videoclipe consolidou-se como um espaço aberto à inventividade e a narrativas complexas, tendo em *Thriller*, de Michael Jackson, um dos principais exemplos bem-sucedidos de história roteirizada dentro do formato audiovisual. Essa diversidade permitiu que os videoclipes se conectassem com o público em múltiplos níveis estéticos. Além disso, a intertextualidade destaca-se como uma característica marcante nesse ecossistema. Muitos videoclipes faziam referências explícitas ou implícitas a filmes, obras de arte e figuras da cultura pop. À luz dos conceitos de Andrade (1999) sobre a autorreferencialidade no audiovisual, essa prática opera como uma explicitação de códigos que enriquece o conteúdo visual e estabelece um diálogo direto com o repertório cultural do espectador. Assim, estimula-se uma decodificação ativa por parte do público, inserindo a produção musical em uma rede simbólica e intertextual muito mais ampla.

Em suma, a estética do videoclipe na Era MTV foi um caldeirão de inovação e criatividade. Ao abraçar a fragmentação, a experimentação visual, a diversidade narrativa e a intertextualidade, o videoclipe consolidou-se como uma forma de arte autônoma e influente, que não apenas transformou a indústria musical, mas também deixou uma marca indelével na cultura visual global. Sua linguagem única continua a ressoar e a ser revisitada em produções contemporâneas, atestando seu legado duradouro.

3.3. A Construção da Persona Artística: Do Som à Imagem

A Era MTV transformou a maneira como os artistas se apresentavam e eram percebidos. A persona artística, identidade pública cuidadosamente construída, tornou-se central para o sucesso na indústria fonográfica, e o videoclipe emergiu como ferramenta primordial dessa construção. Antes da MTV, a identidade do artista estruturava-se sobretudo pelas canções, letras e performances ao vivo; com a massificação dos clipes, a esfera visual passou a pesar tanto quanto a sonora. Conforme Frith, Goodwin e Grossberg (1993), elementos como vestuário, expressividade corporal e cenários integraram-se à melodia na construção das personas pop. Essa transição consolidou uma mudança de paradigma no mercado fonográfico, abrindo espaço para artistas que dominavam estrategicamente as dinâmicas de auto-representação visual.

A construção da persona artística no videoclipe é um processo intrinsecamente semiótico, onde cada elemento visual funciona como um signo que comunica significados específicos sobre o artista. A semiótica, como o estudo dos signos e símbolos, oferece um arcabouço teórico para analisar como esses significados são produzidos e interpretados. Os principais mecanismos semióticos empregados incluem:

a) Figurino e Maquiagem: As escolhas de vestuário e maquiagem são talvez os signos mais evidentes na construção de uma persona. Sob a ótica semiótica de Roland Barthes, essas escolhas transcendem a denotação da vestimenta utilitária e alcançam uma conotação política e estética. Artistas como David Bowie e Boy George subverteram os símbolos tradicionais de gênero através da androginia. Do mesmo modo, Madonna ressignificou códigos visuais históricos, transformando o figurino em uma ferramenta de reinvenção identitária permanente (O'BRIEN, 2008)

b) Cenário e Ambientação: A escolha do cenário não é aleatória; ela reforça a narrativa visual e os valores associados ao artista. Esse fenômeno é teorizado por Goodwin (1993, p. 74), que aponta como a iconografia dos ambientes no videoclipe ancora as características de gênero do músico, mapeando espaços de transgressão urbana ou de aspiração pop para moldar sua persona pública.

c) Gestualidade e Performance Corporal: A forma como o artista se move, dança e interage com a câmera e outros elementos no videoclipe é crucial. Michael Jackson, por exemplo, construiu grande parte de sua persona icônica através de suas coreografias inovadoras e seu estilo de dança inconfundível. Sob a análise de Mercer (1993, p. 97), a gestualidade e o domínio cinestésico do artista na tela funcionam

como os eixos centrais de sua assinatura estética; os movimentos coreografados e o diálogo direto do olhar com a câmera não apenas transmitem emoções, mas moldam atitudes e traços de personalidade que operam como extensões visuais da própria mensagem musical

d) Narrativa Visual: Muitos videoclipes contam pequenas histórias ou criam micronarrativas que ajudam a desenvolver a persona do artista. Essas narrativas podem ser lineares ou fragmentadas, realistas ou fantásticas, mas sempre contribuem para a mitologia em torno do artista. Conforme conceitua Goodwin (1993, p. 87), a introdução de estruturas de micronarrativa cinematográfica no videoclipe atua diretamente no desenvolvimento da imagem da estrela (star image). O videoclipe 'Thriller', de Michael Jackson, ilustra perfeitamente essa dinâmica: ao apropriar-se de uma narrativa com fôlego de curta-metragem, a produção solidifica uma persona complexa e a transforma em um ícone cultural definitivo.

Para além da mera promoção, o videoclipe na Era MTV tornou-se um espaço privilegiado para os artistas experimentarem e explorarem diferentes facetas de suas identidades. A natureza efêmera e mutável do formato permitia que os músicos testassem novas imagens, estilos e discursos sem o compromisso de uma obra de longa duração. Essa liberdade criativa foi fundamental para artistas que buscavam constantemente se reinventar e desafiar as expectativas do público (DALLA VECCHIA, 2025, p. 4). Madonna é, talvez, o exemplo mais proeminente dessa capacidade de reinvenção. Ao longo de sua carreira, ela utilizou seus videoclipes para encarnar diversas personas, da “material girl” à figura religiosa controversa, da dominatrix à guru espiritual. Cada videoclipe era uma oportunidade para apresentar uma nova faceta de sua identidade, gerando discussões e mantendo-a constantemente no centro das atenções. Essa estratégia não apenas impulsionou sua carreira, mas também a estabeleceu como um ícone cultural que desafiava as convenções de gênero e sexualidade (O'BRIEN, 2008, p. 145). Michael Jackson, por sua vez, utilizou o videoclipe para construir uma persona de super-herói pop, um artista que transcendia barreiras raciais e culturais. Seus videoclipes eram produções grandiosas, com orçamentos cinematográficos, que o apresentavam como um visionário, um dançarino incomparável e um contador de histórias. A persona de Jackson, cuidadosamente elaborada, o transformou em um fenômeno global, cujo impacto se estendeu muito além da música (TARABORRELLI, 2009, p. 234)

Em suma, a Era MTV elevou a construção da persona artística a um novo patamar, transformando o videoclipe em um laboratório de identidades. Através de mecanismos semióticos e estéticos sofisticados, os artistas puderam moldar sua imagem, comunicar

mensagens e estabelecer uma conexão profunda e duradoura com seu público, consolidando seu status como ícones culturais e influenciando gerações de músicos e fãs.

3.4. A MTV Brasil: Videoclipes, no Contexto Nacional

A chegada da MTV Brasil, em 20 de outubro de 1990, representou um marco para a circulação de videoclipes e para a consolidação de uma televisão voltada ao público jovem no país. Sua estreia ocorreu em um momento de transição do rock brasileiro: o BRock, movimento associado à década de 1980 e ao processo de redemocratização, já havia consolidado sua presença no cenário nacional, enquanto novas bandas e cenas começavam a conquistar espaço nos anos 1990 (DAPIEVE, 1995, p. 194-202). Nesse contexto, a emissora ampliou a visibilidade do videoclipe e se tornou uma referência importante para a cultura musical juvenil.

O primeiro clipe exibido pela MTV Brasil foi “Garota de Ipanema”, em versão remix interpretada por Marina Lima e apresentada pela VJ Cuca Lazzarotto. Para Guilherme Bryan (2005), a escolha não foi aleatória, pois reunia elementos de modernidade e símbolos reconhecíveis da cultura brasileira. Dessa forma, a abertura da emissora pode ser compreendida como uma articulação entre referências globais e elementos nacionais, aspecto que marcaria parte de sua identidade audiovisual.

A escolha de Garota de Ipanema para inaugurar a emissora, que transformou definitivamente a música brasileira, não parece ter sido aleatória. Muito pelo contrário, esse clipe possui justamente o que a filial da rede norte-americana parecia buscar: algo extremamente moderno misturado com símbolos que representam a cultura brasileira (BRYAN, 2005 apud CORRÊA, 2006, p. 5)

A observação evidencia que a expansão internacional da MTV não se limitava à reprodução de um modelo norte-americano. Embora as emissoras mantivessem uma comunicação voltada à juventude, cada versão local precisava incorporar referências culturais próprias do país em que atuava. Nesse contexto, a variedade de estilos musicais e a particularidade das produções audiovisuais brasileiras favoreceram a consolidação de um canal dedicado à exibição de videoclipes. A programação da MTV era estruturada de modo a manter uma presença musical contínua, criando no espectador a sensação de estar diante de uma sequência ininterrupta de clipes, mesmo nos momentos destinados a outros formatos.

Antes da consolidação da MTV Brasil, a circulação de videoclipes nacionais era limitada.

No início das transmissões da emissora, o número de produções disponíveis ainda era insuficiente para preencher sua programação musical, e grande parte dos cliques brasileiros havia sido realizada para exibições pontuais em programas televisivos, como o “Fantástico”. Além disso, as gravadoras instaladas no país possuíam menos recursos para investir nesse mercado do que suas matrizes internacionais. Ao abrir espaço regular para a exibição de videocliques e incentivar novas produções, a MTV contribuiu para que o formato se fortalecesse como ferramenta de divulgação fonográfica e como espaço de experimentação estética no audiovisual brasileiro (LUSVARGHI, 2002, p. 41; 43; BRYAN, 2011, p. 141-142).

Um marco desse processo foi o videoclipe “Flores”, dos Titãs, dirigido por Jodele Larcher e Gringo Cardia. Em 1990, a obra foi selecionada para representar a MTV Brasil e o país no Video Music Awards, nos Estados Unidos. A combinação entre imagens recortadas, cenários pintados com flores e efeitos de *chroma-key* conferiu destaque ao trabalho, evidenciando possibilidades técnicas e criativas que começavam a ganhar maior visibilidade no videoclipe brasileiro (BRYAN, 2011, p. 140). Nesse contexto, a Conspiração Filmes teve participação relevante na profissionalização do setor. Fundada em 1991 por Cláudio Torres, Arthur Fontes, Andrucha Waddington, Lula Buarque de Hollanda e José Henrique Fonseca, a produtora reuniu profissionais com experiências em direção de arte, cenografia, cinema, publicidade e produção musical. Seus videocliques passaram a explorar recursos técnicos mais elaborados e a funcionar como espaços de exercício audiovisual criativo (BRYAN, 2011, p. 141-142). Entre seus trabalhos de maior repercussão está “Segue o Seco” (1994), de Marisa Monte, dirigido por Cláudio Torres e José Henrique Fonseca, com fotografia de Breno Silveira. Realizado em película de 35 mm, o videoclipe constrói uma representação estilizada do sertão nordestino, articulando imagens da seca, contrastes de cor e relações visuais com a letra da canção. O trabalho dialoga com referências do Cinema Novo e, segundo Bentes (2006), promove uma releitura estética de questões presentes no cinema brasileiro moderno para um público mais amplo. Dessa forma, “Segue o Seco” tornou-se um exemplo expressivo da sofisticação visual e narrativa alcançada pelos videocliques brasileiros na década de 1990 (BRYAN, 2011, p. 144-145; BENTES, 2006, p. 175-181).

A produção de videocliques no Brasil, embora muitas vezes com orçamentos mais limitados que os de suas contrapartes internacionais, soube transformar essas restrições em oportunidades para a criatividade. A crescente percepção de que o videoclipe era importante para a divulgação e o sucesso de artistas e discos favoreceu a expansão desse campo de produção audiovisual. Nesse processo, a linguagem associada à MTV, marcada pela relação direta entre imagem, som e música, pelo uso de fragmentação e por estratégias visuais mais

dinâmicas, passou a influenciar a construção de vinhetas, reportagens e formatos televisivos voltados ao público jovem. Segundo Lusvarghi (2002), essa estética tornou-se uma referência relevante para a televisão brasileira, especialmente na década de 1990.

A estética da MTV Brasil desenvolveu características próprias, que refletiam a diversidade cultural e as particularidades do cenário musical brasileiro. Enquanto a MTV EUA era frequentemente criticada pela homogeneidade de sua programação inicial, a MTV Brasil abraçou uma gama mais ampla de gêneros, do rock ao pop, do rap ao axé, e valorizou a produção regional. Essa diversidade se refletia na estética dos videoclipes produzidos e exibidos. Diretores como Gringo Cardia contribuíram de forma relevante para a consolidação de uma linguagem visual autoral no videoclipe brasileiro dos anos 1990. Artista gráfico e cenógrafo, Cardia destacou-se pelo emprego de recursos como alterações cromáticas, palavras e desenhos sobrepostos às imagens, grafismos e efeitos de pós-produção. Em “A Cerca” (1994), do Skank, essas escolhas aparecem na presença de figuras mascaradas, bonecos, anjos e diabos, além de cores modificadas que dialogam com a atmosfera do repente nordestino sugerida pela canção. Já em “Manguetown” (1996), de Chico Science & Nação Zumbi, o diretor constrói um universo visual marcado por cenários artificiais, grafismos, distorções e alterações de cor, elaborando uma leitura estilizada das referências do manguebeat (BRYAN, 2011, p. 139; DUARTE, 2012, p. 865-870).

A experimentação visual presente nesses trabalhos não se restringiu a diretores já reconhecidos. A chegada da MTV Brasil ampliou o espaço de atuação de jovens profissionais vindos do cinema, da publicidade, das artes visuais e da videoarte, que encontraram no videoclipe uma possibilidade de criação artística em um período de crise do cinema nacional. Segundo Bryan (2011), a emissora tornou-se um espaço importante para que esses realizadores explorassem novas soluções estéticas, técnicas e narrativas, muitas vezes sem a exigência imediata de retorno comercial das gravadoras. Dessa maneira, o videoclipe brasileiro consolidou-se como um campo de experimentação que articulava música, fotografia, cenografia, montagem, design gráfico e efeitos visuais, ultrapassando a função de apenas ilustrar uma canção e construindo universos visuais próprios. Alguns exemplos de artistas e videoclipes que, nesse período inicial, exploraram novas propostas estéticas e incorporaram referências regionais e culturais brasileiras são:

a) Fernanda Abreu: No videoclipe de “Rio 40 Graus”, Fernanda Abreu associa sua performance a referências da vida urbana carioca, construindo uma imagem ligada à cidade, à dança e a sonoridades populares. A obra contribui para a aproximação entre

a cantora e um imaginário visual do Rio de Janeiro, presente tanto na música quanto na composição audiovisual do clipe. (ABREU, 1992)

b) Skank: Em “Resposta”, o Skank é apresentado por meio de uma narrativa em preto e branco centrada em encontros e desencontros em um cruzamento urbano. A escolha estética e a relação entre os personagens contribuem para construir uma atmosfera melancólica e reflexiva, articulada à canção e à presença do vocalista Samuel Rosa no interior de um automóvel (BRYAN, 2011, p. 143; SHANK, 1998).

c) Racionais MC's: Em “Diário de um Detento”, os Racionais MC's utilizam o videoclipe como instrumento de denúncia social e representação da experiência carcerária e periférica. Filmado parcialmente na Casa de Detenção do Carandiru, o trabalho combina encenação, imagens documentais e referências ao massacre de 1992, construindo uma linguagem marcada pela busca de realismo e pela exposição das violências vividas por presos e moradores das periferias paulistanas (BRYAN, 2011, p. 227-230; RACIONAIS MC'S, 1997).

d) Pato Fu: Em “Pinga”, o Pato Fu explora uma abordagem bem-humorada e visualmente lúdica. O videoclipe apresenta um caubói diante dos integrantes da banda, copos de aguardente e figurinhas de jogadores de futebol que surgem, piscam e recebem alterações cromáticas na tela. Esses recursos contribuem para uma interpretação visual descontraída da canção, baseada na relação entre narrativa, objetos cotidianos e intervenções gráficas (BRYAN, 2011, p. 143).

e) Marisa Monte: Em “Segue o Seco”, Marisa Monte é inserida em uma representação estilizada do sertão nordestino, marcada por contrastes de cor, sombras, imagens de seca e referências visuais associadas à tradição do Cinema Novo. A fotografia valoriza detalhes da paisagem, dos rostos e dos objetos, construindo uma atmosfera de forte elaboração estética. O videoclipe contribui para articular referências da cultura brasileira a uma linguagem visual sofisticada e voltada ao público jovem (BRYAN, 2011, p. 143-145; BENTES, 2006; TORRES, 1994).

Esses exemplos demonstram como a MTV Brasil ampliou o espaço de circulação dos videoclipes e contribuiu para que artistas brasileiros desenvolvessem identidades visuais associadas a referências culturais locais, performances e propostas estéticas diversas. A emissora não se limitou à exibição de clipes: sua programação incorporou entrevistas, debates, conteúdos sobre comportamento, humor, música e outras atrações voltadas ao público jovem. Esse conjunto de formatos ajudou a consolidar uma linguagem televisiva própria, marcada pela informalidade, pela experimentação visual e pela aproximação com

questões presentes no cotidiano de sua audiência (LUSVARGHI, 2002, p. 77-78; 130-131; MUANIS, 2014, p. 64-66).

A MTV Brasil não foi apenas um canal de televisão, foi um agente transformador que redefiniu o cenário musical e cultural do país. Seu impacto pode ser observado em diversas frentes:

a) Profissionalização da Indústria: A crescente percepção de que o videoclipe era importante para a divulgação e o sucesso de artistas e discos contribuiu para transformar o mercado brasileiro. No início da emissora, a produção anual de vídeos nacionais era reduzida; posteriormente, produtoras passaram a realizar obras com investimentos mais altos e maior elaboração técnica, aproximando profissionais do cinema, da publicidade e do audiovisual musical (LUSVARGHI, 2002, p. 41-42; BRYAN, 2011, p. 140-141).

b) Espaço para Experimentação: A MTV Brasil tornou-se um ambiente importante para que jovens profissionais do audiovisual experimentassem novas soluções estéticas. Como os vídeos eram compreendidos pelas gravadoras principalmente como instrumentos de divulgação, e não como produtos que precisavam gerar retorno financeiro direto, diretores e produtoras encontravam maior liberdade para explorar montagem, fotografia, cenografia, grafismos e efeitos visuais (LUSVARGHI, 2002, p. 93; BRYAN, 2011, p. 141).

c) Plataforma para Novos Talentos: A emissora também se caracterizou por apostar em jovens talentos e rostos ainda pouco conhecidos, especialmente na escolha de VJs, apresentadores e profissionais de sua programação. Essa estratégia contribuía para a renovação de sua linguagem e para a aproximação com o público jovem, que era central para a identidade do canal (LUSVARGHI, 2002, p. 70-73; p. 81-82).

d) Criação de uma Identidade Própria: Embora inspirada no modelo norte-americano, a MTV Brasil desenvolveu uma linguagem própria por meio de VJs, gráficos, vinhetas, programas de comportamento, entrevistas e conteúdos não musicais. A emissora combinava referências globais com formatos adaptados ao contexto brasileiro, utilizando uma comunicação marcada por irreverência, ritmo acelerado e valorização do design visual (LUSVARGHI, 2002, p. 71-78; p. 164).

e) VMB (Video Music Brasil): Criado em 1995, inicialmente como MTV Video Music Awards Brasil, o prêmio contribuiu para ampliar a visibilidade da produção nacional de vídeos. Em sua primeira edição, premiou trabalhos brasileiros em diferentes categorias musicais e reuniu 128 inscrições, número que chegou a 260 em

menos de um ano. O crescimento foi interpretado como um indicador da expansão da produção de videoclipes no país e da relevância que o formato passava a alcançar no mercado musical brasileiro (LUSVARGHI, 2002, p. 41-42).

As diferenças entre a MTV EUA e a MTV Brasil eram evidentes em diversos aspectos.

Tabela 1 - Comparativo entre MTV EUA (anos 80-90) e MTV Brasil (anos 90)

Característica	MTV EUA (Anos 80-90)	MTV Brasil (Anos 90)
Contexto de Surgimento	Crise da indústria fonográfica, busca por novas mídias.	Redemocratização, efervescência cultural, ascensão do rock nacional.
Foco Musical Inicial	Rock e Pop (muitos artistas britânicos), com críticas à falta de diversidade racial.	Rock Nacional (BRock), Pop, Rap, com maior diversidade musical e regional.
Orçamento de Produção	Produções milionárias, com recursos cinematográficos.	Orçamentos mais limitados, incentivando a criatividade e a estética “lo-fi”.
Estética Visual	Excesso, brilho, efeitos especiais, narrativas grandiosas.	Experimentação, videoarte, documentarismo, humor, crítica social.
Construção de Persona	Globalização de ícones pop (Madonna, Michael Jackson).	Valorização da identidade nacional, regionalismos, autenticidade.
Impacto Cultural	Ditou tendências globais, padronizou a estética pop.	Contribuiu para a profissionalização da indústria musical brasileira, revelou talentos.

Enquanto a MTV EUA era um fenômeno global que ditava tendências e padronizava a estética pop, a MTV Brasil conseguiu, em grande parte, desenvolver uma identidade própria, valorizando a produção nacional e a diversidade cultural do país. A emissora brasileira não apenas exibiu videoclipes, mas também produziu conteúdo original, como programas de humor, entrevistas e shows ao vivo, que se tornaram referência para uma geração. Apesar das diferenças, ambas as emissoras compartilhavam o poder de transformar a música em um espetáculo visual e de consolidar a imagem como um componente essencial da identidade artística. A MTV Brasil, ao lado de sua contraparte norteamericana, demonstrou como o

videoclipe poderia ser uma ferramenta poderosa para a expressão cultural e a construção de narrativas visuais que ressoavam com o público em diferentes contextos. A contribuição da MTV Brasil foi fundamental para a profissionalização do mercado audiovisual musical no país e para a formação de uma geração de artistas e diretores que deixaram um legado duradouro.

4. A ERA DIGITAL PÓS MTV

A passagem do século XX para o XXI reorganizou as condições de produção, circulação e consumo da música popular e, com elas, o lugar ocupado pelo videoclipe. Durante as décadas de 1980 e 1990, a MTV concentrou parcela expressiva da visibilidade do formato e associou a promoção musical a uma linguagem televisiva dirigida à juventude, na qual a imagem do artista passou a pesar tanto quanto a canção (TREVISAN, 2011). Com a expansão da internet de banda larga e das plataformas de vídeo, esse arranjo centralizado começou a ceder. Diante da crise das gravadoras, da pirataria digital e da retração do formato nas grades televisivas, não foram poucos os que decretaram a morte do videoclipe. Ele não morreu: multiplicou seus usos e seus circuitos de circulação, articulando visualização, comentário e compartilhamento em um ecossistema mais amplo (BURGESS; GREEN, 2009).

No ambiente digital, o videoclipe oficial passou a conviver com teasers, lyric videos, apresentações ao vivo, vídeos verticais, bastidores e conteúdos elaborados por fãs. Vernallis (2013) observa que a circulação em rede amplia as relações entre música, imagem e navegação, deslocando o clipe da posição de peça promocional isolada para a de um nó dentro de uma constelação de imagens, sons e interações. Nesse cenário, a persona pop passa a depender da continuidade de signos e discursos distribuídos por diferentes plataformas, e não mais de uma janela única de exposição.

Este capítulo discute como a transição da era MTV para a era digital reconfigura o fazer videoclíptico e a construção da persona pop. A análise percorre quatro eixos: a reorganização da curadoria, antes institucional e hoje articulada a sistemas de recomendação; a fragmentação promocional do videoclipe em múltiplos formatos; a exigência de uma persona em presença contínua, sempre conectada; e a aceleração dos ciclos de consumo. O argumento evita o determinismo tecnológico: as plataformas não produzem, por si sós, sentidos culturais, mas estabelecem condições e limites para escolhas estéticas, estratégias de divulgação e práticas de recepção (NIEBORG; POELL, 2018). Nesse movimento, o capítulo

dialoga com os dois anteriores, dedicados, respectivamente, aos conceitos de celebridade e máscara pública e à Era MTV nos Estados Unidos e no Brasil, para sustentar que a persona pop digital é, simultaneamente, herdeira e ruptura em relação ao modelo televisivo consolidado no fim do século XX.

4.1 A transição da MTV para o ambiente digital

A MTV, no ar desde 1981, consolidou o videoclipe como componente central da promoção fonográfica e da cultura juvenil. Ao organizar uma programação baseada em música, performances, *VJs* e uma linguagem de edição marcada pela velocidade e pela associação entre imagem e som, a emissora aproximou a canção da aparência pública do artista (TREVISAN, 2011). Soares (2004) sublinha, nessa constituição do formato, a centralidade da montagem, da performance e da direção de arte. O modelo, contudo, estruturava-se em torno de uma curadoria institucional: a emissora selecionava obras, definia horários e decidia a recorrência dos artistas na grade, mediando a relação entre gravadoras, músicos e audiência. A presença na televisão musical não garantia êxito comercial, mas funcionava como recurso de reconhecimento e legitimidade, expondo a persona por uma janela concentrada.

Esse caráter vertical aparecia até nas falas dos próprios gestores. André Mantovani, então diretor-geral da MTV Brasil, resumiu a lógica de seleção ao afirmar que o canal exibia “o que acha que tem que exibir”, excluindo deliberadamente gêneros como o sertanejo e o *gospel* (MANTOVANI apud PEDROSO; MARTINS, 2006, p. 7). A curadoria, portanto, não era neutra: traduzia critérios estéticos, comerciais e editoriais que delimitavam quem teria visibilidade.

A popularização da internet e o barateamento dos equipamentos de captação e edição modificaram essa lógica de acesso. Ainda na primeira metade dos anos 2000, observa-se a migração do público jovem para a rede e a emergência de sites de compartilhamento como o MySpace, o *MTV Overdrive* e, de maneira decisiva, o YouTube. Registrado em fevereiro de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, três ex-funcionários do PayPal, o serviço, sediado na Califórnia, tornou-se rapidamente o principal vetor da descentralização da distribuição audiovisual. Em 9 de outubro de 2006, o Google anunciou um acordo para adquirir o YouTube por aproximadamente 1,65 bilhão de dólares em ações, operação concluída no mês seguinte, sinalizando o peso econômico que o vídeo on-line já havia assumido. Plataformas de compartilhamento permitiram que usuários buscassem obras

específicas, montassem sequências próprias de consumo, incorporassem vídeos em outros sites e fizessem circular *links* em redes sociais.

Burgess e Green (2009) descrevem o YouTube como um espaço em que conteúdos institucionais e produções de usuários coexistem, abrindo novas possibilidades de participação e, ao mesmo tempo, novas disputas por visibilidade. Trevisan (2011, p. 120) capta bem o deslocamento de posição da audiência ao afirmar que a plataforma transformou a audiência passiva, sujeita à programação estipulada pelo canal, em uma audiência engajada que decide o que quer assistir e é capaz, inclusive, de interagir com o conteúdo por meio de likes e comentários.

A lógica broadcast da televisão, unidirecional, cede lugar a uma arquitetura de redes na qual a audiência é, a um só tempo, receptora, curadora e produtora. As consequências para a construção da persona pop são profundas: se no modelo MTV o artista era essencialmente exibido, na plataforma digital ele precisa aprender a ser buscado, recomendado e compartilhado.

No Brasil, a própria emissora reconheceu esse deslocamento. Em dezembro de 2006, o então diretor de programação da MTV Brasil, Zico Góes, anunciou a redução dos videoclipes na grade diurna sob o argumento de que eles “tinham se mudado para a internet” (GÓES *apud* RÉ, 2006, p. 4-5):

A gente vai ter mais espaço para músicos no ar, vamos deixar de rodar videoclipes. [...] O consumo de clipes, as listas são muito mais imediatas nesse mundo digital do que no ar. O jovem não quer ver três minutos de clipe, depois mais três. [...] Clipe tem no YouTube, no Overdrive também. O programa de clipe, com VJ apresentando, esse morreu. Só clipe não dá audiência (GÓES *apud* RÉ, 2006, p. 4-5).

A declaração é sintomática de uma percepção interna à indústria televisiva: o videoclipe deixara de ser um produto televisivo por excelência. Convém, porém, qualificar a leitura. A retração do espaço televisivo não decorreu necessariamente de desinteresse pelo formato, mas da mudança das janelas de distribuição e dos modos de acesso do público. Nos anos seguintes, a MTV Brasil oscilou entre resgatar a exibição de clipes, como na gestão iniciada em 2009, quando a programação voltou a ampliar esse espaço, incorporando votações via SMS e internet e reduzi-los novamente, até a descontinuidade do canal em sua configuração original, em 2013. É mais preciso, portanto, falar em diversificação dos circuitos de exibição do que em substituição pura e simples da MTV pelo YouTube (NERCOLINI; HOLZBACH, 2009; CALDAS, 2013).

A indústria fonográfica, a princípio resistente e voltada ao combate à violação de direitos autorais, como ilustra o processo de um bilhão de dólares movido pela Viacom contra o YouTube em 2007, mais tarde decidido em favor da plataforma, percebeu a necessidade de se aliar às novas tecnologias. Em dezembro de 2009, uma junção entre Universal Music Group, Sony Music Entertainment e Abu Dhabi Media Company deu origem ao VEVO, serviço dedicado à exibição de videocliques oficiais em alta qualidade dentro do YouTube e à monetização por publicidade dirigida. A iniciativa antecipa um traço que se tornaria dominante: o lançamento escalonado e fragmentado, em que se divulga primeiro a capa do single, depois um lyric video, em seguida um teaser e, por fim, o clipe completo.

A internet também democratizou o formato. O videoclipe deixou de ser privilégio de superproduções e passou a abrigar criações independentes e de baixo orçamento, conforme Bryan (2011, p. 169-170) observa que produções caseiras passaram a ocupar espaços relevantes sem o lastro de uma grande gravadora, como os casos: do realizador Vras 77, que produzia clipes com equipamentos construídos na própria garagem, e o da cantora Stefhany, cuja circulação de fanclipes no YouTube contribuiu para a gravação de seus primeiros discos. O autor também destaca experiências como o site Música de Bolso, responsável pela divulgação de registros audiovisuais de artistas como Tiê e Tulipa Ruiz. Mais do que isso, a rede abriu espaço para a cultura participativa, permitindo que os próprios fãs se apropriassem das obras para criar fanclipes, paródias e coreografias virais. Holzbach e Nercolini (2009), ao analisarem o clipe de “Daqui Pra Frente”, da banda NX Zero, mostram como a internet passou a ser usada para distribuir fragmentos narrativos e integrar imagens captadas por câmeras de celular; nesse caso, a aparência de material amador e a abertura à intervenção da audiência deixam de ser limitações técnicas e se convertem em parte da própria estratégia de construção do videoclipe. Como sintetizam os autores, a rede está “reconfigurando o videoclipe”, pois por meio dela “a audiência pode atuar, manusear, modificar e criar linguagens, ampliando os significados criados pela televisão e pela indústria fonográfica” (NERCOLINI; HOLZBACH 2009, p. 54).

Essa dinâmica altera a relação entre artista e público e estabelece as bases de uma construção de persona mais horizontal e interativa, dependente de negociação contínua com a audiência e com a lógica das plataformas. A persona pop pós-MTV é, em larga medida, aquela que precisa ser encontrada, reconhecida e compartilhada em um ambiente saturado de concorrentes.

4.2 Curadoria algorítmica e economia da atenção

No ambiente das plataformas, a curadoria não desaparece: reorganiza-se. Se a MTV operava por meio de profissionais de programação, *VJs* e faixas horárias, serviços como YouTube, Spotify e TikTok articulam seleção editorial a sistemas de recomendação que tomam por base interações, padrões de consumo e dados de navegação. Esses sistemas analisam tempo de permanência, curtidas, compartilhamentos, pausas e repetições, oferecendo recomendações personalizadas com o objetivo de maximizar o engajamento (STOKEL-WALKER, 2021). Convém, no entanto, resistir à tentação de tratar o “algoritmo” como força abstrata e autônoma. Nieborg e Poell (2018) propõem o conceito de plataformização justamente para descrever como infraestruturas privadas, com suas regras de governança, modelos de negócio, interfaces e métricas, passam a organizar visibilidade, dados, monetização e relações entre produtores e usuários nas indústrias culturais.

A noção de economia da atenção ajuda a interpretar esse cenário. Davenport e Beck (2001) definem a atenção como recurso escasso em contextos de excesso informacional; nas palavras dos autores, “já não é mais suficiente ser uma instituição sólida e competente, é necessário estimular as células cerebrais — e os corações — do público-alvo” (DAVENPORT; BECK, 2001, p. 2, tradução de Pinto e Nogueira, 2024). Simone Pereira de Sá (2009) descreve esse ordenamento por meio de três palavras-valise: descentralização, desintermediação e desmaterialização, que traduzem um universo aberto e flexível no qual o acesso à experiência musical se sobrepõe à venda de suportes fechados. Para a persona pop contemporânea, isso significa que não basta lançar um videoclipe esteticamente inovador: o produto audiovisual precisa ser pensado para circular em ambientes orientados por métricas de retenção e compartilhamento.

Essa pressão tem efeitos sobre a própria forma das obras. Observa-se uma tendência de encurtamento das faixas, com introduções rápidas e refrões antecipados, na expectativa de capturar a atenção nos primeiros segundos (LEIGHT, 2022). Canções curtas e facilmente recortáveis tornaram-se ativos estratégicos: “Old Town Road”, de Lil Nas X, lançada em 2019 com pouco menos de dois minutos, é exemplar dessa lógica de viralização atrelada à brevidade. A indústria passou a incorporar diretamente a estética das plataformas. Pinto e Nogueira (2024) descrevem como a aceleração de faixas, as chamadas “sped-up songs” inicialmente uma prática de edição e circulação entre usuários, foi absorvida por estratégias oficiais de distribuição, a ponto de gravadoras lançarem versões aceleradas de seu catálogo. As hashtags associadas ao fenômeno acumulavam dezenas de bilhões de visualizações no

TikTok, evidenciando como uma canção pode ser reconfigurada para dialogar com modos de escuta breves e repetitivos.

O impacto dessa lógica intensifica-se com a ascensão do TikTok, plataforma de vídeos curtos lançada em 2016 pela ByteDance, que em poucos anos ultrapassou a marca de um bilhão de usuários ativos mensais (STOKEL-WALKER, 2021). Pinto e Nogueira (2024) cunham a expressão “tiktokização da atenção” para designar o fenômeno em que a fruição cultural se torna ligeira e veloz, moldando especialmente a Geração Z, que demanda estímulos audiovisuais constantes. Toda informação veiculada na plataforma, seja uma coreografia, uma notícia, uma resenha, tende a caber em poucos segundos, submetendo-se a uma gramática comum de ritmo, corte e hook visual-sonoro. As dinâmicas de viralização chegam a deslocar o poder decisório sobre os sucessos: executivos da indústria já reconhecem, em entrevistas à imprensa especializada, que os públicos e creators assumiram parte do controle sobre o que se torna popular (LEIGHT, 2023).

Há, ainda, uma dimensão psicossocial dessa economia. Ferrari (2023) discute a “ansiedade algorítmica”, associada à angústia de usuários e produtores diante da relação com os sistemas de recomendação e com o tempo de consumo de conteúdo. Estudos reunidos por Pinto e Nogueira (2024) descrevem fenômenos como o “cérebro TikTok”, relacionados a sintomas de dispersão e à dificuldade de engajamento em atividades culturais mais lentas, como assistir a um longa-metragem ou ouvir um álbum inteiro. Para a persona pop, a consequência é a necessidade de operar em um regime de atenção curto, no qual o videoclipe tende a ser concebido, desde a origem, com trechos pensados para a viralização.

Importa, contudo, evitar generalizações. A adaptação ao ambiente de atenção disputada não impõe a todas as obras a mesma fórmula: produções longas, narrativas ou contemplativas continuam a encontrar públicos, e Vernallis (2013) demonstra que a linguagem do videoclipe no digital preserva procedimentos diversos. O ponto central é que cada lançamento passa a negociar, simultaneamente, a duração integral da obra, o impacto de sua abertura, a possibilidade de recortes e sua permanência após o pico de divulgação. O caso de “Envolver”, de Anitta, que em 2022 alcançou o primeiro lugar do ranking global do Spotify, ilustra essa circulação participativa: Dutra (2022) mostra que a propagação da faixa no TikTok dependeu da mobilização da própria cantora, da apropriação de uma coreografia por usuários e de conteúdos que atualizavam a canção em diferentes contextos. O episódio não autoriza atribuir o êxito a uma plataforma isolada, mas evidencia como práticas de fãs e respostas da artista se combinam para sustentar a circulação de um lançamento.

Para a construção da persona, a lição é direta: não basta uma imagem coerente; é preciso considerar como ela será reconhecida em plataformas distintas. Marshall (2014) compreende a persona pública como construção que se multiplica em diferentes espaços de mediação, e Jenkins, Ford e Green (2015) destacam o papel das apropriações na circulação cultural. Figurinos, gestos, cenários e coreografias funcionam, assim, como marcas de identificação e pontos de entrada para a participação do público, conteúdo que ganha valor à medida que é compartilhado, remixado e ressignificado, no que os autores chamam de mídia “espalhável” (spreadable).

4.3 A fragmentação do videoclipe e as novas estéticas

A presença do videoclipe nas plataformas digitais altera seu estatuto como objeto audiovisual. A peça oficial continua relevante, sobretudo em projetos de maior elaboração narrativa e visual, mas passa a integrar uma cadeia de teasers, versões com letra, cortes verticais, performances, registros de processo e publicações efêmeras (VERNALLIS, 2013; CALDAS, 2013). A campanha musical organiza, desse modo, uma constelação de fragmentos, e a obra audiovisual oficial torna-se uma das peças de um quebra-cabeça promocional mais amplo. Silva Júnior (2021) descreve a proliferação de “micronarrativas”, segmentos curtos e autônomos que, em conjunto, contribuem para uma narrativa maior, tendo a música como elemento de articulação.

A fragmentação não é inteiramente nova. Soares (2004) identifica, na própria gramática do videoclipe, procedimentos como cortes, elipses, repetições e associações entre imagens heterogêneas; Vernallis (2013) acrescenta que essa linguagem, marcada pela descontinuidade, encontra no ambiente digital um habitat especialmente favorável, expandindo-se e contaminando linguagens vizinhas, como o cinema e a publicidade. O que muda é o regime de recepção: os usuários assistem, pausam, retomam, comentam e associam vídeos por meio de recomendações e *links*, de modo que o clipe em rede participa de uma experiência de navegação que extrapola a sequência linear.

Entre os formatos que ganharam destaque está o “lyric video”. Ao transformar a letra em elemento visual, ele permite antecipar a circulação de um single, reforçar refrões e manter a presença do artista entre o anúncio e o lançamento do clipe oficial. Trevisan e Jesus (2013) observam que esse formato mobiliza recursos próprios de tipografia, animação e design e, por isso, não deve ser reduzido a mera solução de baixo custo, mas compreendido como forma audiovisual com procedimentos específicos. Somam-se a ele “teasers”, vídeos de bastidores e

conteúdos verticais, que apresentam cores, figurinos e gestos depois retomados no clipe integral, preparando o público para reconhecer uma identidade visual antes da estreia (CUNNINGHAM; CRAIG, 2019).

A estética dos vídeos curtos passou a influenciar diretamente a direção de arte e a montagem das produções oficiais. A necessidade de reter a atenção em um ambiente de rolagem rápida resultou em clipes com cortes mais ágeis e planos de curtíssima duração. O projeto *Serenata da GG*, da drag queen e cantora Gloria Groove, oferece um exemplo contemporâneo: na análise de Torres (2025), o lançamento de “Nosso Primeiro Beijo” veio acompanhado de uma estratégia de publicações no TikTok que prolongava a identidade do projeto por meio de coreografias, lyric videos feitos no *CapCut* e conteúdos replicáveis pelos fãs. O interesse do caso está menos em fornecer uma fórmula universal do que em demonstrar como um videoclipe pode ser planejado em diálogo com múltiplos formatos e com a participação dos usuários.

A cultura participativa redefine o papel do público. Jenkins, Ford e Green (2015) propõem o conceito de mídia propagável para designar conteúdos cujo valor se expande pelo compartilhamento, pela apropriação e pela ressignificação. Em torno de uma canção, fãs produzem edits, desafios de dança, dublagens, vídeos de reação e montagens com imagens de filmes. Baym (2018) acrescenta que essas práticas inserem a relação entre músicos e audiências em formas continuadas de interação, nas quais as comunidades também participam da produção de sentidos. O videoclipe contemporâneo é, nessa medida, desenhado para circular e ser reelaborado, e não apenas para ser assistido.

A montagem, por sua vez, comporta repertórios variados. O clipe digital pode alternar planos de maior duração com momentos pensados para reter atenção ou produzir recortes reconhecíveis; a velocidade não é requisito absoluto, e a opção por ritmo acelerado, contemplação, plano-sequência ou repetição depende da relação entre canção, persona, proposta estética e estratégia de circulação (SOARES, 2004; VERNALLIS, 2013). A circulação em telas móveis acrescenta uma dimensão formal: elementos muito pequenos, textos extensos ou movimentos excessivamente rápidos podem perder legibilidade em dispositivos portáteis, de modo que enquadramento, escala e duração passam a ser avaliados também em função das interfaces de acesso.

Esse processo de divisão é tão intenso que altera a própria definição do que é uma obra musical. Se antes o videoclipe era facilmente identificável, uma peça de três a quatro minutos exibida na televisão, hoje a pergunta “o que é um videoclipe?” se complexifica. Um vídeo de quinze segundos publicado no perfil oficial de um artista, mostrando-o cantando um trecho de

sua nova canção, cumpre função videoclíptica? E o post de um fã que associa um trecho instrumental a imagens de um filme? Torres (2025) responde afirmativamente, sugerindo que a chamada “estética TikTok” não apenas altera o consumo, mas também as práticas de produção, incentivando a experimentação e redefinindo o conceito de videoclipe rumo a uma “estética audiovisual breve e impactante que valoriza a interatividade e a participação ativa dos usuários”.

4.4 A persona “always on” e a ilusão de intimidade

Na era da MTV, a persona pop era apresentada por aparições concentradas: videoclipes, entrevistas, premiações, fotografias promocionais e programas de televisão. Como discutido no Capítulo 2, o artista pop da segunda metade do século XX operava com uma economia da distância, mantendo certa aura de mistério e inacessibilidade, e o videoclipe funcionava como principal palco para a encenação de suas máscaras públicas. Clipes como “Vogue”, de Madonna, ou “Thriller”, de Michael Jackson, construíam a persona por meio de densas camadas de estilização, referências cinematográficas e iconografias históricas. O público acessava a persona por essas peças, mas raramente, exceto em momentos planejados, tinha contato com fragmentos do cotidiano do artista (TREVISAN, 2011; MARSHALL, 2014).

Na era digital, a dinâmica é outra: a persona pop precisa estar “always on”, habitando um ambiente que exige presença contínua. As redes sociais, sobretudo o Instagram, o TikTok e o X (antigo Twitter), tornaram-se extensões indissociáveis da persona musical. O uso de stories, transmissões ao vivo, vlogs de turnê e publicações de bastidores cria o que se pode chamar de ilusão de intimidade: um regime em que o público sente ter acesso direto e sem filtros à vida do artista. Baym (2018) descreve esse processo como trabalho de conexão: músicos passam a lidar com expectativas de relacionamento mais pessoal, que aproximam essas relações de experiências de amizade, ainda que permaneçam atravessadas por interesses profissionais e comerciais.

Essa aparência de espontaneidade não deve ser confundida com ausência de mediação. Marshall (2014) sustenta que a persona pública se constrói em processos de negociação entre artistas, indústrias, plataformas e públicos. Uma publicação aparentemente casual pode reforçar valores, estilos e narrativas coerentes com a imagem do artista; por outro lado, uma incongruência percebida pela audiência pode gerar disputas interpretativas e exigir respostas rápidas. A persona pop contemporânea precisa parecer real, autêntica e acessível, mesmo

sendo, paradoxalmente, resultado de planejamento rigoroso, que envolve equipes de marketing, publicistas e estrategistas digitais. Trata-se de uma autenticidade performada (realness performado), em que artistas como Billie Eilish, Lana Del Rey ou Pabllo Vittar investem em uma estética de espontaneidade, de vulnerabilidade e de confissão que, longe de contradizerem a natureza estratégica da persona, integram sua construção.

No caso brasileiro, Anitta oferece um exemplo didático dessa dinâmica. A cantora articula uma persona que, a um só tempo, transita por discursos empresariais, sua condição de CEO, seus negócios internacionais, sua presença em conselhos de multinacionais, por narrativas de origem popular (a menina da Zona Norte do Rio de Janeiro) e por registros íntimos, como relatos sobre saúde mental, cirurgias e vida sexual. Essa plasticidade identitária, articulada entre videocliques megalomaniacos (como "Envolver" e "Girl From Rio"), aparições em reality shows (Anitta: Made In Honório, na Netflix), lives com produtores globais e *posts* bem-humorados no Instagram, produz a impressão de uma persona que se oferece simultaneamente ao consumo coletivo e à identificação individual. A presença constante, contudo, tem custo. Karhawi e Prazeres (2022) discutem a “exaustão algorítmica” a partir do trabalho de influenciadoras digitais, relacionando-a à opacidade dos sistemas de recomendação, à necessidade de produtividade constante e ao receio de perder visibilidade. Embora o objeto das autoras não seja o artista pop, o conceito ajuda a pensar práticas semelhantes na divulgação musical: a persona não é apenas máscara artística, mas também trabalhadora digital submetida às lógicas de engajamento e retenção das plataformas.

A continuidade da presença digital impõe, por fim, uma negociação de limites. Mostrar bastidores pode fortalecer a sensação de proximidade, mas a exposição constante tende a tornar a vida privada parte de uma expectativa de consumo. Definir o que será compartilhado, com que frequência e em quais condições torna-se decisão de trabalho e de cuidado com a própria imagem. A persona always on não significa disponibilidade integral; pressupõe mediações e fronteiras. Episódios em que artistas anunciam pausas nas redes, hiatos profissionais ou enfrentam crises públicas, como os casos, em momentos distintos, de Demi Lovato, Sam Smith ou, no Brasil, Luísa Sonza e Jão podem ser lidos, nessa chave, como sintomas de um regime laboral e subjetivo exigente (BAYM, 2018; KARHAWI; PRAZERES, 2022).

4.5 Branding, ecossistema digital e a co-construção da persona pelo público

A persona pop contemporânea transcende a música e o videoclipe, consolidando-se como marca cultural e produto simbólico. Sua coerência depende da articulação entre som, imagem, figurino, atuação, discurso, capa e interação em rede (MARSHALL, 2014; CUNNINGHAM; CRAIG, 2019). Artistas como Beyoncé, Lady Gaga, Rihanna, Taylor Swift e Anitta expandiram sua influência para a moda, a publicidade, o cinema e o ativismo, usando o videoclipe como âncora visual de um amplo empreendimento mercadológico. O *branding* articula associações recorrentes, uma paleta de cores, uma textura de imagem, uma coreografia, um objeto de cena, que permitem reconhecer uma fase da carreira e diferenciar o artista em meio à abundância informacional. A marca não é fixa, mas precisa sustentar coerência suficiente para que suas mudanças sejam lidas como trajetória.

Para sustentar essa marca, o artista constrói um ecossistema digital multiplataforma, no qual cada serviço oferece ferramentas e expectativas específicas. O quadro a seguir sintetiza, como tendências e não como divisão rígida, os papéis recorrentes de cada plataforma na construção da persona pop digital.

TABELA 02 - Funções recorrentes das plataformas na construção da persona pop digital

Plataforma	Função predominante na estratégia	Exemplos de uso
YouTube / serviços de vídeo	Lançamento de videoclipes integrais, performances e narrativas de maior duração.	Clipe oficial, lyric video, versão ao vivo, making of.
TikTok	Circulação de recortes sonoros e visuais, trends e participação de usuários.	Coreografias, trechos de refrão, vídeos em POV, templates.
Instagram	Gestão da identidade visual e atualização cotidiana da persona.	Stories, Reels, ensaios fotográficos, bastidores e anúncios.

Plataforma	Função predominante na estratégia	Exemplos de uso
Streaming	Acesso ao áudio e organização do catálogo em singles, álbuns e playlists.	Lançamentos, capas, Canvas, playlists editoriais e temáticas.
X e comunidades digitais	Conversação pública, circulação de memes e mobilização de fandoms.	Interações com fãs, repercussão de lançamentos e hashtags.

Fonte: elaboração própria pelo autor

Cada plataforma exige uma linguagem própria, e a persona deve ser fluida o bastante para transitar entre elas sem perder identidade. Uma estratégia multiplataforma consistente, porém, não pressupõe a repetição literal do mesmo conteúdo: a identidade pode ser preservada por referências visuais e sonoras, enquanto cada serviço recebe materiais adequados à sua lógica de uso (CUNNINGHAM; CRAIG, 2019).

Nesse ecossistema, a participação do público atinge níveis inéditos de influência. A persona não é construída apenas de cima para baixo, pela gravadora e pelo artista, mas co-construída com os fãs. O público cria memes, seleciona trechos de impacto, elabora teorias sobre referências escondidas em videocliques, como ocorre de modo emblemático com o *fandom* de Taylor Swift, e defende a reputação da persona em disputas virtuais. Jenkins, Ford e Green (2015) ressaltam que a circulação propagável depende dessas apropriações, e Baym (2018) acrescenta que comunidades de fãs participam de relações contínuas de conexão, interpretação e visibilidade. A co-construção, todavia, exige cautela analítica: nem toda participação é espontânea, nem todo conteúdo em rede favorece o artista. Comunidades amplificam lançamentos, mas também disputam interpretações, cobram posicionamentos e produzem críticas. A persona pop resulta, assim, da tensão entre controle profissional e interpretação coletiva.

Vale registrar que a plataformização altera, também, as condições de dependência da produção cultural. Em vez de tratar os serviços digitais como suportes neutros, é preciso observar como suas políticas, interfaces, métricas e modelos de negócio influenciam decisões de distribuição. Nieborg e Poell (2018) enfatizam que as plataformas reorganizam cadeias culturais e criam dependências específicas, obrigando artistas e equipes a adaptar estratégias a regras de alcance, monetização e recomendação que não controlam plenamente. A persona pós-MTV pode, então, ser entendida como articulação entre artista, indústria, plataformas e

públicos, máscara coerente e mercadológica que é, ao mesmo tempo, produto e processo, fixação identitária e negociação permanente.

4.6 A aceleração e os ciclos de consumo efêmeros

A velocidade do ambiente digital reforça a valorização da novidade e da atualização. Bauman (2001), ao descrever a modernidade líquida, e Lipovetsky (2004), ao analisar o império do efêmero, oferecem referências para situar um contexto cultural marcado pela renovação contínua de objetos, repertórios e estilos. Em chave semelhante, Wisnik (1989) observa que o mercado fonográfico se baseia em ciclos rápidos de posição e reposição de gêneros e estilos, em uma liquidação incessante dos estoques simbólicos da história da música. Aplicadas ao pop, essas formulações ajudam a interpretar a pressão por novos lançamentos e pela atualização visual dos artistas em ciclos cada vez mais visíveis.

No regime das plataformas, esse ciclo se aprofunda. Uma música que viraliza no TikTok pode alcançar o topo das paradas globais em poucos dias e ser esquecida com igual rapidez assim que uma nova trend capturar a atenção. O próprio conceito de *hit* se reconfigura: se nos anos 1980 um sucesso podia permanecer meses no topo, hoje uma canção pode liderar o Spotify por uma semana e desaparecer na seguinte. A consequência imediata é a pressão sobre o artista para lançamentos mais frequentes, tempos de produção mais curtos e reconfigurações contínuas de sua persona, sob pena de irrelevância.

Para sobreviver a essa aceleração, a persona pop precisa ser dinâmica e estar em constante reconfiguração, e o videoclipe atua como ferramenta privilegiada de renovação visual. A cada nova *era*, termo que, na cultura pop, designa o ciclo promocional de um álbum, o artista apresenta uma faceta inédita de sua persona, com novos figurinos, paletas e narrativas. É significativo que o próprio fandom organize as trajetórias em eras: fala-se da “era Folklore” de Taylor Swift, da “era Renaissance” de Beyoncé. Cada uma tem seu videoclipe-chave, sua estética dominante e sua linha editorial de publicações. Essa metamorfose contínua é, em si, estratégia de sobrevivência no império do efêmero. Convém, ainda assim, matizar: a aceleração não implica que toda produção seja descartável. As plataformas também permitem a circulação de obras independentes e experimentais e facilitam o acesso a catálogos antes pouco visíveis (BURGESS; GREEN, 2009; CALDAS, 2013). A efemeridade do consumo convive, portanto, com o armazenamento e a recirculação de repertórios: obras antigas reaparecem em tendências, recomendações e coleções de fãs, adquirindo sentidos posteriores (VERNALLIS, 2013).

Em síntese, a transição da era MTV para a era digital não decretou o fim do videoclipe, mas sua reinvenção. Ele deixou de ser peça promocional isolada e autossuficiente para se tornar o núcleo visual de um ecossistema multiplataforma, no qual a persona pop é construída, fragmentada, viralizada e co-criada. A máscara pública do artista, antes distante, passa a negociar sua autenticidade nas redes, submetendo-se às regras das plataformas e à velocidade do consumo contemporâneo. Do ponto de vista teórico, a persona pop digital confirma, mas também tensiona, os conceitos mobilizados nos capítulos anteriores: continua a ser máscara, celebridade e produto da indústria do entretenimento, mas é também, de maneira inédita, trabalho digital continuado, marca expandida, dado algorítmico e campo de co-criação. Compreender a persona pop contemporânea exige, assim, olhar para o videoclipe não apenas como objeto estético, mas como processo inserido em redes de práticas, plataformas, algoritmos e afeto

5. MEMORIAL

5.1 A ESCOLHA DO TEMA E SUAS MOTIVAÇÕES

Ao longo das minhas reflexões, estudos e observações sobre a performance das pessoas na vida em sociedade, compreendi que uma máscara pública, seja a de políticos, atores, transformistas, drag queens, cantores ou tantas outras figuras, não surge do vácuo. Essa percepção se aproxima das reflexões de Erving Goffman (1985), ao qual compreende que a performance social envolve formas de apresentação de si, construídas de acordo com os espaços, os contextos e os públicos com os quais cada indivíduo se relaciona. Assim, a imagem pública não se separa completamente da vida privada, pois é também atravessada por gostos, repertórios, experiências, vocações, habilidades, desejos e referências acumuladas ao longo da trajetória. Por essa razão, inicio este capítulo delineando minha própria trajetória artística, destacando as experiências que contribuíram para a minha formação e as influências que culminaram na escolha do tema deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), voltado à construção da persona pop. A persona (o alter ego) elaborada neste trabalho acadêmico não é uma figura dissociada de quem sou, mas uma criação profundamente atravessada pelas minhas vivências, inquietações e referências pessoais.

5.1.1 Minhas Primeiras Imersões Artísticas e a Influência Materna

Desde a infância, a arte constituiu um elemento constante e vibrante em minha vida, em grande parte impulsionado pela figura da minha mãe, Mara Aparecida. Ela sempre foi minha principal incentivadora. Relatos da minha família a descrevem como uma mulher festiva, animada e “baladeira”. Frequentava discotecas e casas de show, fazia amizade com drag queens e era uma verdadeira entusiasta das pistas de dança. Minha mãe, segunda filha de cinco irmãos, tocava matinês, durante a juventude, no bar que pertencia ao meu avô, o falecido Maradão, na cidade de Caxambu, no Sul de Minas, onde nasceu e foi criada. Ela aproveitava esse espaço para realizar eventos que animavam o bairro e reuniam os jovens. Sempre foi uma pessoa extremamente criativa, capaz de entreter todos ao seu redor, e fez o mesmo comigo desde pequeno.

Figura 04: Registros do passado de Mara



Fonte: Acervo pessoal do autor.

Lembro-me com carinho dos CDs da Xuxa que ela me dava, de dançarmos em frente a TV, memórias fundamentais na construção da minha personalidade e do meu imaginário infantil. Desde muito cedo, senti o desejo de participar ativamente das atividades escolares, envolvendo-me em teatros e peças infantis. Contudo, a arte assumiria um papel ainda mais profundo em um momento de grande conturbação em nossa história familiar.

Um dos momentos mais difíceis de nossas vidas ocorreu quando minha mãe, aos 41 anos, começou a perder progressivamente a visão dos dois olhos. Na época, eu tinha apenas oito anos. Morávamos em São Paulo, cidade para a qual ela havia se mudado aos 15 anos, acompanhada de minha tia Márcia, em busca de melhores condições de vida. Durante muitos anos, ela trabalhou como empregada doméstica e cozinheira. Fui criado em um contexto de ausência paterna, circunstância que tornou a relação entre minha mãe e eu ainda mais intensa e próxima. Quando percebeu que a perda da visão se agravava, ela acelerou seu processo de aposentadoria e decidiu me levar para o sul de Minas, onde fiquei sob os cuidados de minha avó durante um período. Enquanto isso, minha mãe permaneceu em São Paulo por mais dois anos, buscando organizar nossa subsistência e encontrar meios de enfrentar aquela nova realidade. Quando eu tinha dez anos, ela perdeu completamente a visão e passou por um severo quadro depressivo com episódios de alucinações e delírios. Após receber o tratamento necessário, conseguiu se reerguer. Mesmo diante das dificuldades, buscou não se deixar abater, pois tinha consciência de que ainda precisava criar um filho menor de idade. Aos

poucos, fomos nos adaptando a uma nova forma de viver, marcada inicialmente por limitações, aprendizados e tentativas de reconstrução cotidiana. Mesmo sem enxergar, minha mãe encontrou ânimo para que reformássemos uma segunda casa de minha avó e passássemos a morar apenas nós dois, buscando ter mais privacidade e autonomia. Mesmo diante de todas essas dificuldades, minha mãe não se deixou paralisar. Criou-me com conforto e procurou garantir que nada me faltasse. Continuou cozinhando impecavelmente com o mesmo cuidado de sempre, mantendo a casa limpa e cuidando do lar. Embora, em alguns momentos, precisasse solicitar meu auxílio, procurava não transferir para mim responsabilidades que considerava excessivas para a minha idade. Dentro do nosso lar, ela sempre foi uma mulher independente.

Figura 05: Foto de familiares de Caxambu



Fonte: Acervo pessoal do autor

Aos 12 anos (2013), comecei a estudar canto e, principalmente, teclado na Escola Municipal de Música de Caxambu. Passei a me dedicar quase diariamente aos estudos, de forma voluntária e muito intensa. Ao perceber meu empenho, a própria escola chegou a me presentear com um instrumento para que eu pudesse praticar em casa. No entanto, uma nova recaída depressiva de minha mãe acabou afetando meu ânimo em relação à música, fazendo com que eu me afastasse gradualmente daquele percurso.

Foi nesse período que, por meio de uma relação mais próxima com a fê, encontrei no teatro da igreja um novo fôlego. Comecei a participar de um grupo de artes cênicas coordenado pelo padre Aylton Marcos. Todos os domingos, durante a missa das 10h na Igreja Matriz, após o Evangelho, apresentávamos cenas e intervenções que buscavam transmitir mensagens religiosas por meio da arte. O palco tornou-se, para mim, um espaço de alívio, expressão e pertencimento. Minha mãe não demorou a se recuperar novamente, mas, naquele momento, eu já estava profundamente envolvido com o teatro. Minha atuação chamou a atenção do padre, que me nomeou coordenador das peças teatrais da matriz. Durante alguns

anos, passei a ser responsável por escrever roteiros, ensaiar os outros jovens e produzir objetos de cenografia e figurino, contando com o apoio de pessoas próximas da igreja. Mais tarde, comecei a participar das encenações da Via-Sacra, interpretando diferentes personagens. Entre eles, Satanás foi o papel que mais me destacou, sobretudo pela liberdade expressiva e pela facilidade dramática que eu encontrava ao construir esse tipo de figura.

Figura 06: Registro das experiências teatrais desenvolvidas na igreja



Fonte: Acervo pessoal do autor e página oficial da Paróquia Nossa Senhora dos Remédios, Caxambu.

Aos 15 anos, recebi um convite para integrar o grupo de teatro de uma escola particular de dança, a Escola de Dança Karina Nogueira. Nesse espaço, construí amizades importantes, especialmente com Karina, professora e proprietária da escola. Foi também ali que, de forma despretensiosa, comecei a me aproximar do universo da dança. Inicialmente, meu interesse surgiu do desejo de criar maior afinidade com as pessoas daquele ambiente, mas logo a prática passou a ocupar um lugar próprio em minha trajetória. Na escola, tive contato com dança contemporânea, balé, jazz, zouk e outras modalidades. No entanto, foram as danças urbanas que mais despertaram minha identificação, tanto pela energia quanto pela possibilidade de expressão corporal e performática que esse estilo oferecia.

Figura 07: Experiências iniciais com a dança



Fonte: Acervo pessoal do autor

5.1.2 Expansão de Horizontes e a Gênese do TCC

Ao longo do ensino fundamental e médio, mantive-me envolvido com companhias de teatro, atividades de dança e projetos escolares. Embora o desejo de cantar, dançar e atuar sempre estivesse presente, ao concluir o ensino médio optei por cursar Comunicação Social, com habilitação em Rádio, TV e Internet, na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Acreditava que o audiovisual poderia ampliar minhas possibilidades profissionais, por ser uma área abrangente e, ao mesmo tempo, permitir que eu expressasse minha criatividade de forma técnica e profissional.

Figura 08: Registros de outros trabalhos artísticos em Caxambu



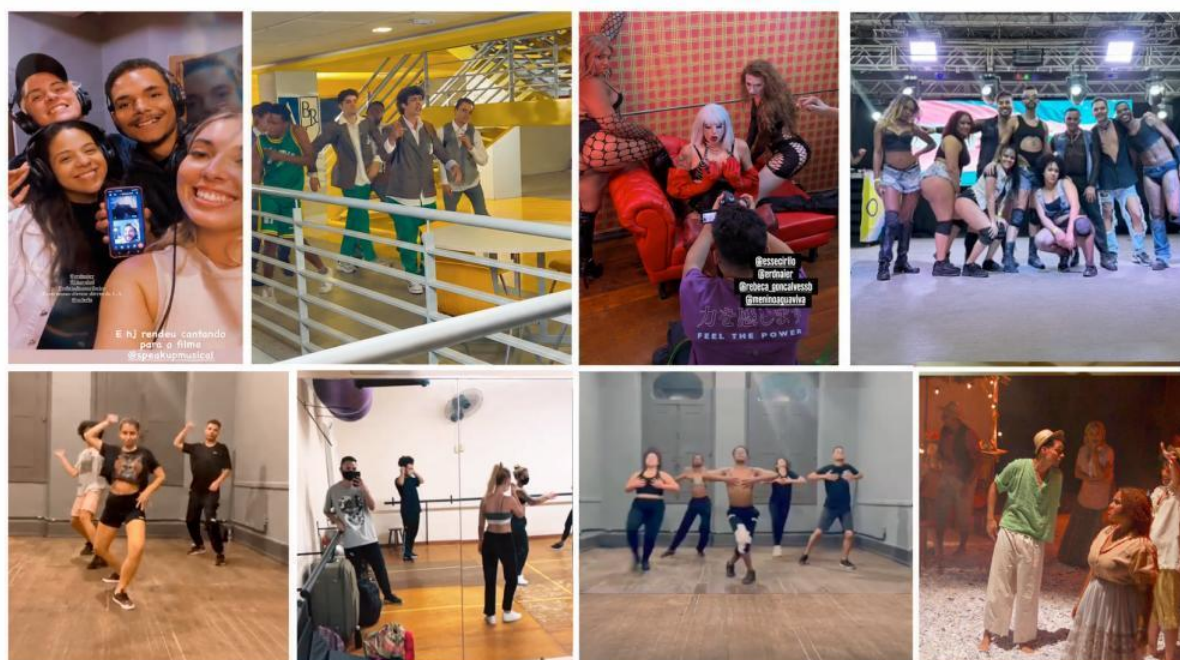
Fonte: Acervo pessoal do autor e do @trupedossonhosmagicos

Minha chegada a Juiz de Fora, somada ao período de retomada das atividades após a pandemia, trouxe novas oportunidades de aproximação com a cena artística local. Em 2022,

conheci profissionais da dança de Juiz de Fora que já haviam desenvolvido trabalhos para artistas como Pablo Vittar, Majur, Marina Sena, WD e Gaby Amarantos. A partir desse contato, pude participar de aulas, workshops e outras experiências formativas com artistas que atuavam naquele circuito, ampliando meu repertório sobre a dança voltada ao mercado musical e à performance pop. Ainda em 2022, participei da produção do longa-metragem musical “Speak Up”, gravado em Juiz de Fora. A produção, que consistia em um filme musical de adolescentes, permitiu que eu atuasse como estagiário de audiovisual, dançarino, figurante, além de gravar vocais para o filme. Essa experiência me colocou em contato com jovens atores, influenciadores e profissionais da dança que eu já acompanhava, incluindo artistas ligados à Millennium Dance Complex, escola de dança comercial de Los Angeles reconhecida por sua relação com o universo da música pop e por possuir uma filial brasileira. Foi também nesse contexto que conheci Rudson Tolendar, amigo e coreógrafo que será mencionado nos próximos capítulos deste memorial.

Em 2023, ingressei na companhia de teatro musical Entreato Produções, participando da peça “Mar&Ana”. A experiência contribuiu para a construção de novas amizades e ampliou meu contato com atores locais, artistas performáticos e fez com que eu retomasse a confiança no canto. Paralelamente, passei a integrar produções universitárias, documentários e curtas-metragens, colaborando com colegas de curso e artistas da cidade. Entre essas experiências, destaco o documentário “Daphynnie: Por Trás da Cortina”, ao qual eu desenvolvi para a disciplina de Direção Geral de Documentário. A obra acompanha uma transformista em sua preparação para o concurso nacional Miss Brasil Gay, documentário que já demonstrava uma tentativa de investigar a performance para os palcos, a construção de personagens e o processo de metamorfose em outra persona. Durante esse percurso, também conheci drag queens da cena local, entre elas Titiago, artista que me convidou para gravar, de forma independente e com poucos recursos, dois de seus videoclipes. Esses processos despertaram em mim o desejo de experimentar artisticamente diferentes linguagens e de reunir, em uma mesma criação, as referências que fui acumulando ao longo da minha trajetória. Foi no cruzamento entre a formação técnica proporcionada pela universidade e minhas vivências no teatro, na dança, no audiovisual e na performance que este projeto de TCC começou a ganhar forma.

Figura 09: Registros de vivências profissionais e artísticas em Juiz de Fora



Fonte: Acervo pessoal do autor

5.2 COMPOSIÇÃO E PRODUÇÃO MUSICAL

5.2.1 Minhas referências e o ponto de partida

O meu processo criativo de fazer a música para esse trabalho acadêmico vem, antes de mais nada, das minhas referências musicais, que me acompanham desde a infância. Por influência da minha família, da minha mãe e, especialmente, do meu tio Alessandro, com quem morei quando criança em SP, o R&B, o Hip Hop, a música dos anos 2000, além de outros gêneros, sempre estiveram presentes na minha casa. Cresci gostando do som do Hip Hop e do R&B. Algumas das minhas referências de vida são Ne-Yo, Michael Jackson, Usher, Nelly Furtado, Beyoncé e Timbaland. Mais tarde, na pré-adolescência, quando já morava com a minha avó em Caxambu, fui muito contaminado pelo pop, aí entram Madonna, Lady Gaga, Katy Perry, Ney Matogrosso, Renato Russo, Rita Lee entre outros artistas.

Após concluir a disciplina de Projeto de TCC, em 2024, passei grande parte de 2025 pensando na estrutura do trabalho acadêmico e buscando compor uma música que pudesse traduzir a proposta que eu desejava desenvolver. Esses processos precisaram ser conciliados com minhas jornadas de trabalho. Eu não tinha experiência com composição, pois minha

bagagem vinha do teatro musical, espaço em que havia retomado, ainda que brevemente, o contato com o canto. Apesar de não entender muito de produção musical, como sou dançarino e trabalho com edição de vídeo, entendo bastante de ritmo e de narrativa. Como dançarino, eu sinto a música presente no meu corpo, e isso me dá um direcionamento muito grande. Além disso, desde a juventude, tenho o hábito de gravar áudios cantarolando refrões e melodias que surgem espontaneamente em minha cabeça. Fazia isso com a intenção de manter uma biblioteca de melodias e ideias sonoras, sempre visando produzi-las em algum momento. E o TCC se tornou exatamente uma dessas oportunidades. O meu primeiro processo de criação foi resgatar, dentro dessas gravações, áudios meus cantarolando, e decidir quais eu gostaria de aproveitar. Visitei a biblioteca de áudios do meu celular, que tinha mais de 300 arquivos, e escolhi alguns trechos. A ideia inicial do projeto consistia na produção de um EP com três músicas. Uma delas seria escolhida para a realização de um videoclipe, enquanto as outras duas receberiam visualizers. Entretanto, diante da necessidade de concentrar esforços na conclusão deste trabalho acadêmico, o projeto foi redimensionado para a produção de uma única canção, que se tornou a obra central do videoclipe desenvolvido neste TCC.

No processo, separei demos com pegadas diferentes: algumas mais latinas, inspiradas em Marina Sena, Rosalía e naquela atmosfera de Zorro, um programa de TV que eu assistia desde muito pequeno; outra mais trap e pop elétrico, no estilo de Lil Nas X, com forte apelo de performance; e a última com uma pegada mais R&B, melodramática, me soava algo similar ao que eu ouvia quando criança, e me dava a sensação de que poderia ser dançante e pulsante. Senti que essa última seria a música principal do meu TCC, a melodia dela tinha que ser a faixa central. Dessas gravações, resgatei o áudio que eu havia cantarolado em 28 de novembro de 2021 e resolvi transformá-lo na minha música. A ideia, nas três faixas, era entregar um álbum autoral e conceitual, inspirado no trabalho da Rosalía, que apresentou o álbum *El Mal Querer* como o TFG/TCC de conclusão de curso na Escola Superior de Música de Catalunya (ESMUC). Eu entendia que era importante entregar à faculdade um projeto conceitual, com uma mensagem a transmitir, em vez de produzir apenas uma música pop desvinculada de um conceito mais amplo.

Figura 10: Primeiro áudio melodia com a voz

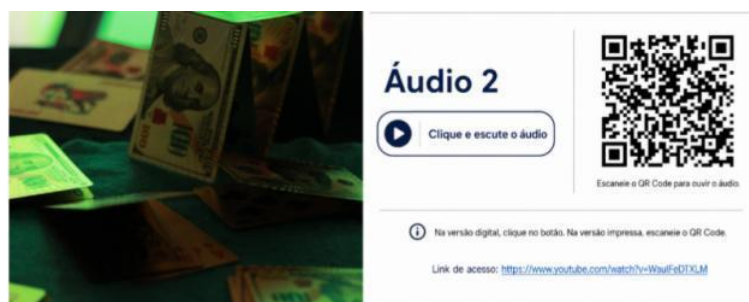


Fonte: Arquivos pessoais, do TCC, disponível no Youtube.

5.2.2 Da ideia vocal à demo: experimentação e organização musical

Comecei, então, a tentar recriar no piano as melodias presentes nesses áudios cantados. Eu havia estudado piano na infância, mas já fazia muito tempo que não tocava. Embora esse conhecimento não fosse suficiente para extrair as melodias com precisão, ele me proporcionava uma certa noção sonora. Pela escuta, eu conseguia perceber quando uma nota não correspondia ao que havia imaginado. Fui atrás de tecnologias e softwares que pudessem me ajudar a transpor essa melodia da boca para a música. Usei o ScoreCloud e o Klangio Studio, entre outras ferramentas. Ao jogar meus áudios cantarolados nesses aplicativos, eles me ajudaram a identificar as notas e as melodias e até a gerar uma partitura inicial (Apêndice A), que considerei necessária para apoiar o produtor que eu convidaria mais adiante. E após isso fiz alguns experimentos com beats (BPM), disponíveis na internet.

Figura 11: Registro inicial da melodia no teclado e da marcação de andamento



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

A minha ideia era montar uma demo de mais de trinta segundos, capaz de transmitir ao produtor a melodia que eu queria, a atmosfera e o peso dramático. Eu não queria que ele

começasse do zero, queria que seguisse a minha linha de pensamento. Ao longo do processo, fiz muitos experimentos com os meus áudios: brinquei com os tons no Audacity, joguei beats por cima das gravações, tentei criar harmonias e explorei programas como o FL Studio. Ainda com a voz, criei outros instrumentos como um violino. Logo senti a necessidade de organizar todo esse material em uma comunidade no WhatsApp só para mim e, dentro dela, um grupo separado para cada música, onde jogava os arquivos pessoais do meu processo de composição e produção. No Trello, também criei uma aba por música, reunindo os experimentos com os áudios, as melodias extraídas pelas ferramentas, referências e ideias de conceito e narrativa, tudo concentrado para depois direcionar o produtor.

Apesar de não entender muito de produção musical, recorri a ferramentas de edição que domino, como o Premiere e outros editores de áudio que usamos para cinema e televisão. Eles foram essenciais para eu brincar com os sons, criar texturas e seguir experimentando. Assim consegui montar uma demo que seguia a linha de raciocínio que eu queria, uma demo que apelidei de “Frankenstein”, porque não estava nada limpa nem perfeitamente organizada, mas já passava a ideia para o produtor. Esse acúmulo prévio foi determinante para que eu chegasse à colaboração com o produtor já com uma identidade artística e um repertório de ideias relativamente amadurecidos.

Figura 12: Demo musical “Frankenstein”



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

5.2.3 Estudando a indústria e procurando um produtor

Durante 2025, assisti a muitos podcasts sobre carreira musical e como funciona a parte empresarial do ramo, em especial o podcast “Corredor 5” conduzido por Clemente Magalhães. Uma das referências que mais influenciou essa etapa foi Kamilla Fialho, ex-empresária de Anitta e de outros artistas, a quem conheci por meio de entrevistas em

podcasts. Seus relatos e reflexões contribuíram para que eu compreendesse melhor o funcionamento da indústria musical e os diferentes critérios envolvidos na construção de uma carreira artística. Entre os aspectos que ela frequentemente ressalta está a importância de escolher com cuidado o produtor musical. Essa perspectiva reforçou uma ambição que eu já possuía para o trabalho: não queria que a música fosse apenas um experimento acadêmico ou uma composição com qualidade limitada. Meu objetivo era desenvolver uma canção com potencial comercial e acabamento profissional, aproximando-a, dentro das possibilidades do projeto, dos padrões de produção presentes na indústria musical.

Minha primeira tentativa foi estabelecer contato com produtores de maior projeção no mercado musical. Para isso, utilizei plataformas como Discogs e o banco de dados da União Brasileira de Compositores (UBC), que disponibilizam fichas técnicas e créditos de obras musicais. A partir delas, pesquisei canções de artistas brasileiros que admiro, como Anitta, Marina Sena, Iza, Gloria Groove, Pablo Vittar e entre outros. Durante essa busca, comecei a identificar nomes de produtores que apareciam com frequência nos trabalhos desses artistas, observando também características recorrentes em suas produções. A partir disso, elaborei uma lista de profissionais com quem pretendia tentar estabelecer contato posteriormente. Em novembro de 2025, procurei Janluska e Gabriel Duarte, produtores associados a trabalhos de Marina Sena, por meio de seus canais de comunicação, mas não obtive retorno. Mais tarde, tentei entrar em contato com Iuri Rio Branco por intermédio de sua agência de assessoramento, a OMIM. Por ser um produtor responsável por músicas que fizeram parte das referências que acompanhei ao longo da juventude, seu trabalho despertava meu interesse para o projeto. No entanto, essa tentativa também não recebeu resposta. Percebi, então, que precisaria buscar profissionais mais acessíveis de comunicação, mas que ainda compreendessem de fato as dinâmicas da indústria musical.

Nesse período, o próprio algoritmo do Instagram passou a me indicar alguns produtores. Me indicou um profissional de Santa Catarina, que esboçou um orçamento de R\$ 25 mil para a produção, valor completamente fora da minha realidade. Também conversei com Adriano Daga, produtor musical e integrante da banda Malta. Por já possuir experiência consolidada no mercado, ele representava uma possibilidade interessante para o projeto. Foi muito gentil durante a conversa e apresentou um orçamento mais razoável. Ainda assim, continuei buscando alternativas em Juiz de Fora, principalmente produtores cujo trabalho estivesse mais próximo da sonoridade que eu imaginava para a música. Nessa procura, encontrei diversos profissionais voltados sobretudo ao rock, mas poucos que trabalhassem com pop de uma forma com a qual eu realmente me identificasse. Esse processo me fez perceber a importância

de pesquisar não apenas a disponibilidade ou o reconhecimento de um produtor, mas também seu repertório, suas referências e os gêneros musicais com os quais costuma trabalhar. Muitos nomes que surgiam nas buscas não apresentavam a sonoridade que eu procurava para o projeto.

5.2.4 O encontro com o produtor certo

Após o Réveillon de 2026, o algoritmo do Instagram apresentou-me o perfil de Pedro Braga, produtor musical e integrante da banda “Meia 1”, grupo em início de trajetória que já está integrado à Universal Music Brasil. Ao explorar seu perfil na plataforma, percebi que tínhamos um seguidor em comum: Iury Lucinda, ex-colega da Faculdade de Comunicação da UFJF, no curso de Rádio, TV e Internet. Também analisei o portfólio musical de Pedro, que reunia trabalhos de diferentes gêneros. Embora sua maior experiência estivesse ligada ao rap, ele também possuía produções de funk, samba, MPB e pop. Essa diversidade demonstrava que ele tinha repertório técnico e criativo para transitar por sonoridades distintas, o que me fez considerar interessante estabelecer contato. Na primeira conversa pelo WhatsApp, expliquei que estava procurando um produtor musical para o meu TCC e apresentei brevemente a proposta do projeto e minha relação com a universidade. Foi então que descobri que Iury, nosso contato em comum, é amigo de infância de Pedro. Também soube que ele nasceu em Varginha, no sul de Minas, fato que ampliou minha identificação com ele, já que também possuo vínculos afetivos com a região, onde vivi durante parte da minha trajetória, na cidade de Caxambu.

O processo de produção musical iniciou-se formalmente em 16 de janeiro de 2026, quando realizei uma primeira videochamada com Pedro, conhecido artisticamente como Braga. Naquele encontro, apresentei a proposta de construção de uma persona pop autoral, inicialmente pensada como parte de um EP composto por três faixas, e a demo que eu desenvolvi e o meu Trello pessoal com as minhas organizações. Expliquei sobre a identidade sonora de cada projeto e também compartilhei os temas que orientavam as obras, relacionados a poder, sedução, urgência, rebeldia, espiritualidade, opressão e redenção. Desde essa primeira conversa, senti uma proximidade que tornou o diálogo criativo mais confortável. Havia abertura para que eu apresentasse minhas referências, dúvidas e intenções, ao mesmo tempo em que Braga contribuía com sua escuta, repertório e visão técnica sobre a produção. Essa relação de confiança foi importante para o desenvolvimento da música, pois a criação exigia que ambos estivéssemos dispostos a negociar ideias, testar possibilidades e, em alguns

momentos, abrir mão de escolhas individuais em favor da canção. Essa percepção se aproxima de uma ideia apresentada por Kamilla Fialho em seu curso digital “Como Viver de Música”. Nele, a relação entre artista e produtor musical é comparada à de uma mãe e um pai na criação de uma mesma criança, considerando que ambos contribuem, de formas distintas, para o desenvolvimento de uma obra artística.

A plataforma Trello passou a funcionar como um espaço central de organização do processo, reunindo guias vocais, letras em desenvolvimento, áudios cantarolados, ideias de instrumentação, referências de atmosfera e observações sobre a estrutura desejada para cada faixa. Embora eu não possuísse conhecimento técnico aprofundado de produção musical, procurei participar ativamente da construção da canção, encaminhando materiais que expressavam de forma intuitiva a melodia, os ritmos, as intenções interpretativas e os efeitos sonoros que eu imaginava.

Ao longo do trabalho, recorremos a diferentes ferramentas conforme a necessidade técnica de cada etapa: o Google Meet e chamadas de vídeo para as reuniões, o Trello como repositório do material criativo e o Discord, que instalei a pedido de Pedro, quando era preciso compartilhar áudio com mais qualidade durante as sessões. Para viabilizar o trabalho, também foi necessário formalizar a contratação. Após a reunião inicial, Pedro encaminhou um orçamento detalhando os serviços combinados, e negociei de forma transparente as condições de pagamento, de modo a conciliar a produção com os demais custos do projeto de TCC. Essa organização financeira, embora pareça um detalhe operacional, fez parte da minha atuação como idealizador e produtor do projeto, responsável por viabilizar concretamente a sua realização.

Após a apresentação inicial, estabelecemos uma dinâmica de trabalho colaborativa. Pedro assumiu a função de transformar referências e ideias ainda fragmentadas em uma produção musical tecnicamente estruturada, enquanto eu permaneci responsável pela concepção artística da faixa, pela elaboração das letras, pelas guias vocais e pelo direcionamento narrativo da música. Também organizamos um cronograma de reuniões periódicas, inicialmente previsto em intervalos de aproximadamente quinze dias, preferencialmente aos sábados. Além dos encontros, mantivemos trocas constantes por mensagens, áudios, chamadas de vídeo e compartilhamento remoto de tela e som, recursos que permitiram acompanhar o desenvolvimento da produção mesmo à distância. Ao encaminhar a demo para Pedro, ele demonstrou interesse pela linha melódica que eu havia proposto e comentou que a ideia da música já estava bem estruturada, pois eu parecia saber com clareza o que desejava construir. A partir disso, ele elaborou um primeiro áudio-guia, que serviria como base inicial

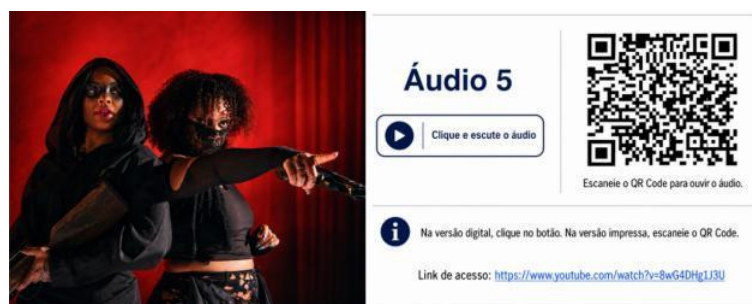
para o desenvolvimento da canção. Como eu nunca havia recebido um áudio-guia, estranhei a proposta em um primeiro momento. Tratava-se de uma faixa com cerca de dois a três minutos, ainda bastante linear, sem grandes variações ou mudanças mais evidentes de intensidade. Isso me causou certo incômodo inicial, mas compreendi que se tratava apenas de uma estrutura preliminar e que, a partir dela, iríamos construir os demais elementos da música.

Figura 13: Guia 01: instrumental mais presente piano



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Figura 14: Guia 02: proposta instrumental mais etérea e sintetizada

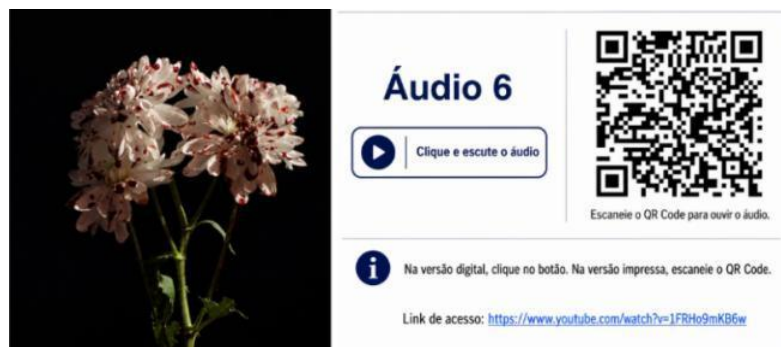


Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Assim que Braga me enviou o primeiro áudio-guia instrumental, comecei a gravar, pelo celular, vocais improvisados, ainda sem letras ou frases definidas. Esses sons, embora desconexos, indicavam caminhos para a construção da linha melódica sobre a base instrumental. Em seguida, reuni esses áudios em um programa de edição e acrescentei, de maneira provisória, sugestões de violinos e algumas notas de piano. Esses materiais não tinham a intenção de constituir uma produção finalizada, mas de tornar mais concreta a atmosfera sonora que eu imaginava e orientar o desenvolvimento da faixa. A partir desses materiais, iniciei uma etapa intensa de escuta e devolutivas. Em vez de apenas aprovar ou rejeitar as versões recebidas, procurei enviar vídeos, sugestão de inserção de instrumentos, áudios comentados, melodias cantaroladas e anotações específicas sobre os trechos que

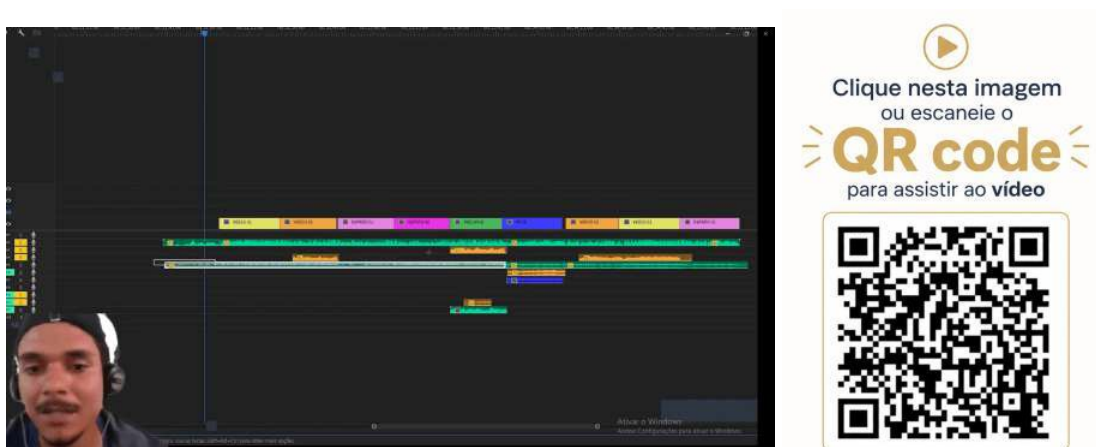
precisavam crescer, desacelerar, ganhar mais impacto, ou dialogar melhor com a interpretação vocal.

Figura 15: Primeiro audio cantarolando em cima da base



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Figura 16: Vídeo com os primeiros feedbacks enviados ao produtor



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Desde então, eu imaginava que a faixa deveria começar com um verso mais próximo do hip-hop e, aos poucos, desenvolver-se em uma linha mais melódica, alcançando notas mais agudas e intensas. Pedro recebeu bem esse retorno e, a partir dessas trocas, começamos a definir com maior clareza a estrutura da música, organizando os versos, o refrão, os trechos cantados e os momentos instrumentais. Também manifestei o desejo de ampliar a presença do piano, que inicialmente me pareceu pouco expressivo diante da base mais eletrônica. Embora a canção partisse de uma proposta pop, percebi que a experiência de Pedro com rap e trap também atravessava a produção. Ele conseguiu incorporar a linguagem pop que eu buscava, preservando ao mesmo tempo marcas de sua trajetória musical. Em alguns momentos, eu insistia na criação de crescentes, mudanças de intensidade, aumento de BPM e outras

variações que tornassem a faixa menos linear e mais próxima da dinâmica emocional que eu imaginava para a narrativa.

Também foi desenvolvido um trecho instrumental mais intenso, posteriormente compreendido como uma espécie de “Batalha” dentro da estrutura da música, (Apêndice B). Esse momento ganhou importância tanto na composição quanto no videoclipe, pois passou a representar um ponto de tensão, enfrentamento e explosão corporal, posteriormente trabalhado com os dançarinos durante os ensaios.

5.2.5 A letra e o discurso da música

Desde antes do contato com Pedro, ainda durante o processo de elaboração da demo, eu sentia que a música precisava transmitir uma sensação de perseguição e fuga, acompanhada por uma energia de redenção, espiritualidade e lamúria. Esse sentimento esteve, desde o início, no centro da minha intenção criativa. Pensando no projeto inicial composto por três músicas, organizei os temas que cada faixa abordaria: uma trataria de política; outra, de um amor não vivido, relacionado à homossexualidade; e a terceira, da dificuldade de ascender socialmente. Para a música principal, defini a narrativa da impossibilidade de vencer uma corrida na qual fui inserido sem sequer saber como ela começou. Trata-se de uma espécie de corrida de ratos, na qual parto de um degrau abaixo e, por mais que tente vencer o jogo, encontro obstáculos que parecem impedir minha chegada. Era essa a narrativa que eu desejava desenvolver.

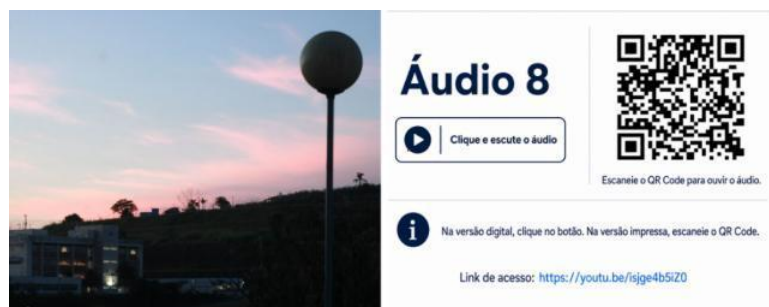
Para escrever os versos a partir da melodia que eu havia cantarolado, dividi os sons em sílabas e procurei palavras que se aproximassem da sonoridade que eu já tinha construído vocalmente. Após essa divisão silábica, comecei a organizar palavras-chave e elaborei uma primeira versão bastante inicial da letra, que encaminhei a Pedro. Ele também participou do processo de composição. A partir do meu rascunho, escreveu uma versão própria, enquanto eu desenvolvia a minha. Em seguida, comparamos as duas propostas e percebemos que as ideias poderiam se complementar. Alguns versos que eu fazia questão de manter foram incorporados integralmente, enquanto outros trechos escritos por Pedro também entraram na versão final por apresentarem soluções que considere interessantes. Ao final desse processo de troca, fiquei responsável por concluir e fechar a letra da música (Apêndice B).

Figura 17: 1º Versão composição do produtor musical



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Figura 18: 1º Versão composição do autor



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Figura 19: Áudio com sugestões de inserção de elementos e backing vocals



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

Entre as escolhas conceituais mais marcantes da letra, está a incorporação deliberada de referências ao Pai-Nosso e ao Hino Nacional, utilizadas não de forma literal, mas como recurso de crítica social (parte “Hook 2”). A intenção era provocar reflexão sobre a religiosidade, a pátria e as formas de opressão, articulando o discurso da canção a uma

postura questionadora. Esse uso de referências reconhecíveis, ressignificadas dentro de um contexto crítico, tornou-se um dos elementos centrais da identidade da faixa. Outro trecho marcante é o “Verso 02”, no qual introduzi alguns agudos e fiz referência a um clássico infante juvenil: a história de “Chapeuzinho Vermelho”.

Um dos principais desafios do processo consistiu em equilibrar o caráter crítico e dramático da letra com a necessidade de criar uma música que ainda dialogasse com a proposta de construção de uma persona pop. Em determinado momento, discutimos até que ponto a canção se aproximava ou se afastava das estruturas mais convencionais do gênero. Defendi que, para mim, o principal ápice da música deveria acontecer no trecho da “Batalha”, apresentado no Apêndice B. Por essa razão, eu considerava fundamental que esse momento fosse acompanhado por percussões mais poderosas, capazes de traduzir a tensão, a urgência e o conflito presentes na narrativa. Pedro, por sua vez, entendia que o refrão deveria ocupar esse lugar de maior crescimento dentro da estrutura da faixa e tinha dificuldade em enxergar uma forma de fazer a música atingir um nível de intensidade ainda maior após esse momento. A partir de sua experiência de mercado, Braga ponderou que uma estrutura muito experimental poderia afastar a canção de formatos mais comerciais. Eu, por outro lado, defendi que a ruptura com essa fórmula, somada à sonoridade, ao discurso, à atitude e à dimensão dançante da faixa, também fazia parte da minha concepção de pop. Para mim, o pop não se restringe a uma estrutura previsível, mas pode também assumir uma dimensão disruptiva, teatral e crítica. Esse diálogo contribuiu para a consolidação de uma canção híbrida, apoiada em elementos do pop e da música urbana, mas atravessada por uma atmosfera mais sombria, teatral e socialmente crítica.

5.2.6 Preparação vocal, gravação e finalização

Antes da gravação definitiva, busquei aprimorar a interpretação vocal da música. No dia 26 de março, marquei uma aula presencial de canto com Michelle Flores, professora que eu já conhecia da época do teatro musical, e também uma das coordenadoras do Coral da UFJF. A aula ocorreu às 9h na Entreato, localizado na Rua Halfeld do centro da cidade. Durante a aula, apresentei a ela o áudio-guia com minha voz sobre a letra já estabelecida. A partir dessa escuta, Michelle apontou aspectos que poderiam ser aperfeiçoados na interpretação, especialmente relacionados à respiração, à emissão vocal, ao trabalho com os agudos e ao uso mais consciente da laringe. Essas orientações foram importantes para que eu chegasse à

gravação com maior segurança técnica e mais clareza sobre as escolhas interpretativas que desejava realizar.

Figura 20: 30 min da aula de canto e ajustes



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

No fim de março, no dia 28, viajei à noite para São Paulo. Ao longo daquele dia, enfrentei variações climáticas, entre ondas de calor e chuviscos, e minha garganta começou a apresentar os primeiros sinais de inflamação. Como já esperava que o ar-condicionado do ônibus estivesse intenso durante a viagem, tomei algumas medidas de precaução: comprei um inalador nebulizador em uma drogaria, previamente tomei anti-inflamatórios e mantive o pescoço protegido com um cachecol. Cheguei a São Paulo por volta das 7h30 da manhã. Como tenho familiares na cidade, combinei previamente com minha prima Isabela que ela me encontraria em uma estação de metrô para me acompanhar até o estúdio de Braga. Às 12h, realizamos uma sessão presencial de gravação no estúdio montado no apartamento de Pedro, localizado na região do Morumbi. Cheguei à sessão com a letra impressa e a estrutura da música previamente alinhada. Para tornar o ambiente de trabalho mais agradável, levei alguns petiscos e bebidas, além de frutas que pudessem ajudar no cuidado com a voz ao longo do dia. Pedro conduziu a sessão de forma muito atenta e envolvida com a construção da música. Nos intervalos entre as gravações, ele trabalhava em novos instrumentos, arranjos e momentos de crescimento da faixa. Durante os takes, também ofereceu orientações de interpretação e canto, algumas diferentes das recomendações que eu havia recebido anteriormente na aula com Michelle Flores. Esse contraste me fez perceber que a interpretação vocal também se adapta às necessidades específicas de cada canção e ao tipo de resultado buscado em estúdio. O “Verso 1” foi o trecho mais desgastante de gravar. Por apresentar uma condução mais próxima do rap, com andamento rápido e palavras que exigiam muita precisão, ele se transformava quase em um exercício de trava-língua. Além disso, a região vocal era mais grave do que aquela em que costumo cantar, e a interpretação exigia uma postura mais firme, intensa e próxima de uma atitude gangster. Por ter sido o primeiro trecho gravado, exigiu maior esforço

e concentração. Depois dele, consegui transitar por regiões mais confortáveis da minha voz, especialmente em linhas melódicas na tonalidade de ré menor e em alguns agudos presentes na canção.

Figura 21: Registros da gravação da musica no estudio



Fonte: Acervo pessoal do autor.

Assim que terminamos a gravação, ele me entregou uma versão não masterizada, que seria o material a partir do qual eu começaria a pensar no roteiro audiovisual. Após esse encontro, Pedro continuou trabalhando nos ajustes de produção, mixagem e finalização, enquanto eu acompanhava o processo à distância e solicitava atualizações em função da proximidade do cronograma do TCC. Durante abril, ainda foram discutidos detalhes relacionados ao trecho instrumental de maior intensidade, a “Batalha” pensado como outro ápice da música e posteriormente utilizado como referência para a construção das cenas de dança e violência no videoclipe.

A versão final da canção foi concluída no início de maio de 2026. Ao receber a mixagem e os últimos ajustes instrumentais, avaliei que a produção atendia às necessidades narrativas e estéticas do projeto. Embora eu imaginasse inicialmente uma percussão mais pesada para o trecho de “Batalha”, a solução apresentada por Pedro funcionava dentro da estrutura geral da música e foi mantida como versão definitiva. A finalização da faixa foi decisiva para a continuidade da pré-produção audiovisual, pois permitiu que a música fosse compartilhada com a equipe de coreografia, direção de arte, figurino, fotografia e produção, à qual encaminhei o material assim que recebi a versão final.

Figura 22: Música finalizada com as masterização



Fonte: Arquivos do TCC, disponível no Youtube.

5.2.7 Considerações sobre a colaboração

Dessa forma, a colaboração com Pedro Braga ultrapassou uma relação restrita à contratação de mixagem ou criação de beat. O processo se configurou como uma construção conjunta, na qual eu atuei como artista, intérprete e idealizador da proposta conceitual da canção, enquanto Pedro contribuiu com conhecimento técnico, produção instrumental, organização sonora, gravação, mixagem e finalização. As tensões criativas, longe de prejudicarem o trabalho, enriqueceram a reflexão sobre o que significa construir uma persona pop autoral dentro e, por vezes, à margem das convenções da indústria. A música resultante tornou-se o eixo estruturante do videoclipe, orientando decisões de roteiro, interpretação, coreografia, cenografia e direção de arte.

5.3 O PROCESSO DE ROTEIRIZAÇÃO DO VIDEOCLÍPE

O processo de criação do roteiro teve início ainda durante o período de masterização da música. Ao concluir as gravações no estúdio, fui informado pelo produtor Pedro de que seriam necessários pelo menos um mês para a finalização da masterização. Ele me entregou, no entanto, uma versão não masterizada do material, que passei a utilizar como referência de escuta durante todo o mês de abril. Nesse intervalo, conciliei o acompanhamento da música com a continuidade da minha pesquisa e da minha escrita acadêmica, reservando momentos para ouvir o áudio e deixar que as imagens fossem surgindo de forma orgânica.

As primeiras reflexões narrativas partiram da própria atmosfera sonora da faixa. A música se abre com um tom denso e melancólico, algo que eu e o produtor já havíamos discutido durante o processo de criação: a ideia de uma ambiência fúnebre, de velório, de morte. Essa percepção foi o ponto de partida para a construção do arco visual do clipe. Pensei,

inicialmente, que a narrativa deveria começar com uma cena ambientada em um velório e, à medida que a música ficasse mais agitada e intensa, o personagem passaria a caminhar por um cemitério em direção a um submundo. A ideia do cemitério, contudo, foi rapidamente descartada por razões práticas. Ao refletir sobre a logística de produção necessária para executar aquela cena, percebi que encontrar uma locação adequada, reunir adereços e objetos cênicos condizentes com o ambiente e organizar uma equipe para gravar em um espaço externo desse porte demandaria recursos que eu não tinha disponíveis. A viabilidade produtiva tornou-se, desde cedo, um critério fundamental no processo de roteirização: cada ideia precisava ser avaliada não apenas pelo seu potencial expressivo, mas também pela sua exequibilidade dentro do contexto de um trabalho acadêmico independente.

Esse exercício constante de pensar a criação em diálogo com os recursos disponíveis foi uma das características mais marcantes de todo o processo. A cada nova ideia que surgia, eu me perguntava se haveria cenário, elementos, tempo e equipe para executá-la. Essa tensão entre a ambição estética e as condições concretas de produção foi, ao mesmo tempo, um desafio e um motor criativo, pois me obrigou a encontrar soluções inventivas dentro das restrições existentes.

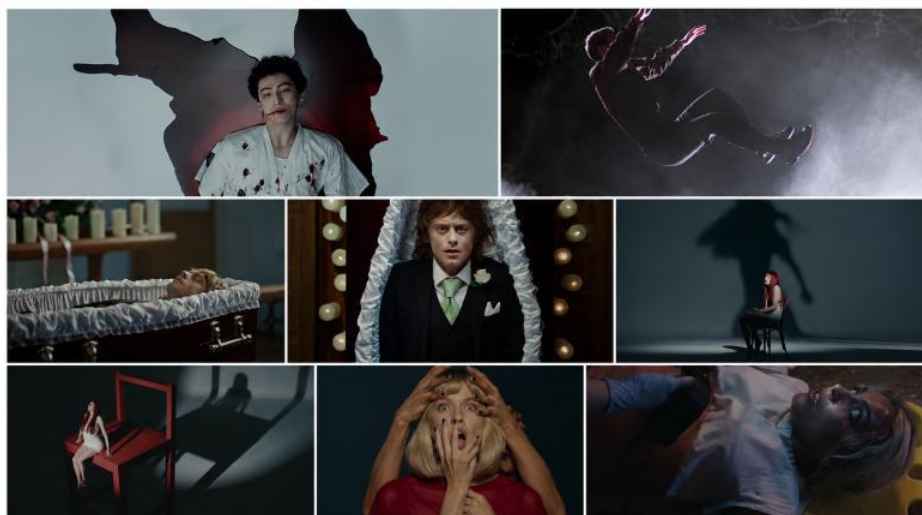
5.3.1 A pesquisa de referências imagéticas e audiovisuais

O processo de elaboração do roteiro (Apêndice C) ocorreu paralelamente à pesquisa de referências visuais. Para isso, recorri a ferramentas digitais especializadas na catalogação de frames de filmes e outras obras audiovisuais, como Flim, Stillslab e Film Grab. Por meio de palavras-chave e descrições de cenas, essas plataformas permitiam localizar filmes e vídeos que apresentavam imagens semelhantes às que eu pretendia construir. Quando idealizava uma cena relacionada a um abismo, por exemplo, realizava buscas em inglês por referências visuais de obras já filmadas nesse tipo de ambiente. Da mesma forma, ao pensar na sequência do velório, pesquisava frames de filmes que apresentassem atmosferas, enquadramentos e ambientações próximas às que eu desejava explorar no vídeo. Essa metodologia me permitiu não apenas confirmar ou refinar minhas intenções estéticas, mas também descobrir novas obras que se tornaram referências fundamentais para o projeto.

Paralelamente, utilizei ferramentas de inteligência artificial, para solicitar indicações de filmes e vídeos com a mesma pegada narrativa e dramática que eu buscava construir. Precisava de obras que compartilhassem a atmosfera que eu queria criar: densa, simbólica, com forte carga emocional. A partir de incessantes buscas nessas variadas ferramentas,

cheguei a obras como “Love is Off The Table” de Lime Cordiale, “Cradles” de Sub Urban , “The Rip” de Porridge Radio, “Your Blood” de Aurora, “911” de Lady Gaga e o videoclipe “Hurt” da artista coreana NANA. Cada uma dessas referências contribuiu de formas distintas para a concepção estética e narrativa do videoclipe.

Figura 23: Colagem de videoclipes referência



Fonte: “Love is Off The Table” de Lime Cordiale, “Cradles” de Sub Urban , “The Rip” de Porridge Radio, “Your Blood” de Aurora, “911” de Lady Gaga e o videoclipe “Hurt” da artista coreana NANA.

Após reunir esse conjunto de referências, iniciei a elaboração de um mood board com o objetivo de comunicar visualmente a proposta estética do clipe à equipe de filmagens. A partir de imagens selecionadas em sites de busca de frames e referências audiovisuais, utilizei também ferramentas de geração de imagens por inteligência artificial para criar novas composições alinhadas à coletânea visual já estabelecida. Posteriormente, o mood board (Apêndice D) foi apresentado ao meu orientador e, em seguida, às equipes de direção de arte e fotografia. Desse modo, o material passou a funcionar como um documento visual de alinhamento, orientando as escolhas estéticas e contribuindo para a construção de uma identidade coerente em toda a produção.

5.3.2 A definição das locações já na roteirização

Com o roteiro inicial tomando forma, a escolha das locações tornou-se determinante para definir tanto a viabilidade quanto a identidade visual de cada cena. A primeira locação pensada foi um estacionamento, utilizado para a cena de abertura, na qual o personagem aparece caído sobre o asfalto molhado, iluminado por luzes de sirene, em uma atmosfera

noturna marcada por um realismo mais cru. Para as cenas que demandavam um ambiente grandioso, escuro e capaz de representar um abismo ou submundo, com forte controle de iluminação, surgiu a ideia de gravar em um teatro. Além de sua amplitude e de sua atmosfera cênica, o espaço já possuía uma infraestrutura de iluminação que poderia contribuir diretamente para a construção da narrativa visual pretendida. Essa escolha também foi reforçada por referências bibliográficas que apontavam o uso de teatros como locações para a gravação de videocliques desde os primeiros anos da MTV.

Por já conhecer bem a estrutura de um teatro, sabia que o espaço possuía passarelas e varandas superiores capazes de permitir a realização de planos em plongê sem a necessidade de equipamentos adicionais, como gruas. Também surgiu a ideia de revestir o chão do palco com tecidos picados, material cuja disponibilidade eu já conhecia por meio de uma possível parceria. Os jogos de luz e os cicloramas já presentes no teatro seriam complementados pelos tecidos picotados emprestados da companhia de teatro musical Entreato, da qual fiz parte. Dessa forma, seria possível transformar o palco em um espaço visualmente menos convencional, criando um chão com maior textura e uma composição mais abstrata para as cenas. Já para as sequências do velório, pensando na redução dos custos de direção de arte, foi considerada a possibilidade de gravar em chroma key. Inicialmente, essa escolha buscava viabilizar a criação digital do caixão e do ambiente da cena. No entanto, quando conseguimos um caixão emprestado, situação detalhada no capítulo de direção de arte, a proposta se modificou. O chroma key passou a ser explorado de forma mais ampla, permitindo a criação de fundos digitais e a realização de cenas com objetos em escala ampliada e sombras projetadas. Essa possibilidade dialogava com referências como o videoclipe “Hurt”, da artista NANA, que utiliza objetos gigantes e sombras projetadas no fundo para construir uma atmosfera de opressão e surrealismo. Assim, o uso do chroma key deixou de ser apenas uma solução econômica e passou a integrar a própria linguagem visual do videoclipe.

Como a ideia de gravar em estúdio já estava definida, também considerei a possibilidade de utilizar um fundo infinito branco para construir parte do arco narrativo do videoclipe. Esse espaço seria iluminado por lâmpadas RGB coloridas e utilizado nas cenas que representam a prisão emocional do personagem. Nessas sequências, o intérprete interage com objetos simbólicos, como um jogo de xadrez, um castelo de cartas e peças de dominó. Todos esses elementos remetem à metáfora do jogo social presente na letra da música, reforçando a sensação de que o personagem está inserido em uma disputa desigual e em regras que não controla. Ao consolidar essas três locações, o estacionamento, o teatro e o

estúdio, percebi que seria viável realizar um videoclipe composto por múltiplas cenas e atmosferas visuais, sem perder a unidade narrativa do projeto.

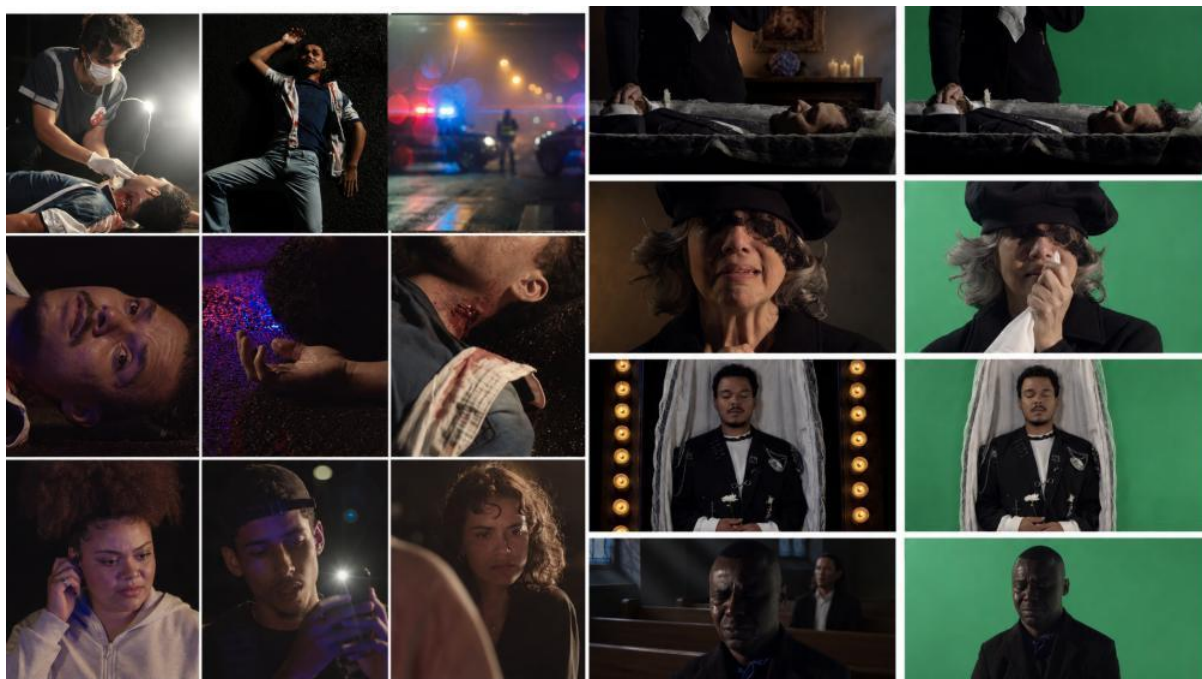
5.3.3 A estrutura narrativa e as cenas do videoclipe

O roteiro resultante desse processo propõe uma jornada visceral e simbólica pela psique do personagem, estruturada em quatro blocos narrativos principais, mais tarde subdividido em mais cenas, para uma melhor organização do storyboard, cada uma correspondendo a um universo visual e temático distinto. A narrativa acompanha a letra da música, transformando angústia, revolta e resistência em imagens de forte impacto dramático.

A primeira cena, intitulada “Morrendo na Rua”, foi concebida inicialmente para ser gravada em um estacionamento da UFJF, durante a noite. Nela, o intérprete aparece caído sobre o asfalto molhado, iluminado pelos lampejos intermitentes de luzes vermelhas e azuis que remetem a sirenes de emergência. Ao seu redor, civis reagem com comoção à tragédia, enquanto um paramédico tenta reanimá-lo no ritmo da batida da música. A atmosfera de realismo cru, urgência e abandono social orienta a concepção visual dessa abertura, apresentando o personagem em uma situação de vulnerabilidade extrema e antecipando os conflitos que atravessam a narrativa do videoclipe.

A segunda cena, intitulada “Velório”, foi concebida para ser gravada no estúdio com chroma key e apresenta o intérprete dentro de um caixão, em uma ambientação marcada por um minimalismo religioso. Um dos momentos centrais da sequência é o plano em plongê, construído de forma simétrica, no qual o personagem aparece disposto no interior do caixão. A composição foi inspirada no videoclipe “Love Is Off the Table”, de Lime Cordiale. No roteiro, o quadro do Sagrado Coração de Jesus parece ganhar vida e cantar um trecho da música. Esse elemento será desenvolvido posteriormente em pós-produção, por meio de efeitos visuais, ampliando a dimensão simbólica e surreal da cena. Após isso o defunto vai para outro plano astral.

Figura 24: Frame das cenas “Morrendo na rua” e “Velório”



Fonte: Instagram Arquivos do TCC

Já a terceira cena, intitulada “Abismo”, é a mais complexa em termos de produção. A sequência se inicia com o personagem acordando no chão, confuso e aprisionado, enquanto tenta escapar de um submundo opressivo. Ao seu redor, os Monstros, representados pelos bailarinos, movimentam-se como vultos e presenças ameaçadoras. Em seguida, o personagem busca escalar uma escada que surge em meio à escuridão, enquanto uma fumaça densa cobre o palco. A cena é construída a partir de planos zenitais e em plongê, reforçando a sensação de aprisionamento, pequenez e vigilância sobre o corpo do intérprete. No ato final, figuras alegóricas associadas ao poder e à opressão social interagem de forma violenta com o personagem. A construção visual assume, então, uma teatralidade grotesca e expressionista, tornando o Abismo uma representação simbólica dos conflitos, perseguições e desigualdades presentes na narrativa do videoclipe.

Por fim, a quarta cena, “Prisão Emocional”, gravada no estúdio com chroma key e fundo branco, apresenta o personagem em um espaço que reforça a sensação de isolamento psicológico. Alguns planos pensados em sombras gigantes projetadas na parede e móveis (objetos) desproporcionais criam a atmosfera de opressão. A ideia de brincar com a escala entre o intérprete e o seu ambiente ao qual está inserido. As variações em fundo vermelho monocromático, com jogos de xadrez, castelos de cartas desabando e uma máscara teatral

com leque de cartas, traduzem visualmente a metáfora central da letra: a vida como um jogo quase impossível de vencer.

Figura 25: Frame das cenas “Abismo” e “Jogos”



Fonte: Arquivos do TCC

5.3.4 Do roteiro inicial ao storyboard

Com o roteiro e mood board conceitual aprovado pelo orientador, dei início à elaboração do storyboard, planejando plano a plano de cada cena em conjunto com a equipe de fotografia. As ferramentas de inteligência artificial voltaram a desempenhar um papel importante nessa etapa, auxiliando na criação de novas imagens para o material. Esse material foi consolidado em um documento visual que serviu de guia para as filmagens, garantindo que toda a equipe chegasse aos dias de gravação com uma compreensão compartilhada da proposta estética e narrativa do videoclipe. O Storyboard pode ser visto no Apêndice G.

O storyboard detalha cada cena e cada plano do videoclipe, indicando os enquadramentos prioritários e os planos extras previstos para a gravação. O documento também apresenta especificidades técnicas, como o uso de lentes específicas nos closes emocionais, planos em plongê para simular o ponto de vista do personagem caído, planos zenitais em 4K com a câmera URSA para as cenas no estacionamento e indicações de câmera na mão nos momentos de maior tensão e perseguição. Dessa forma, a articulação entre o

roteiro, o mood board e o storyboard constituiu o conjunto de documentos que orientou toda a pré-produção e as filmagens do videoclipe.

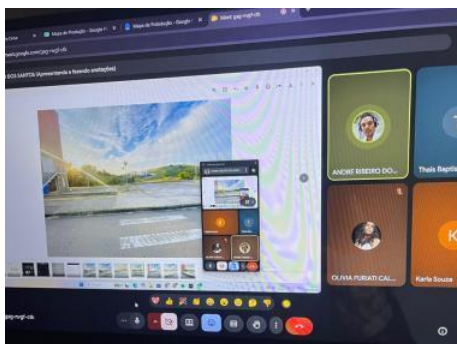
5.4 OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO DO VIDEOCLÍPE

5.4.1 Montagem da equipe de produção

A pré-produção do videoclipe se intensificou a partir do final de abril de 2026, quando as primeiras demandas práticas passaram a ser organizadas de forma mais objetiva. Um dos primeiros movimentos desta etapa foi o convite feito a Karla, ex-aluna da FACOM, em 30 de abril. Como o prazo até a gravação era curto, a conversa inicial já partiu da necessidade de organizar as tarefas em andamento e transformar as ideias do projeto em um plano executável. Compartilhei com ela o moodboard, o roteiro, a música e os documentos de planejamento, para que pudesse compreender a proposta narrativa e visual do videoclipe. Em 2 de maio, realizamos uma reunião on-line para apresentar o projeto com mais detalhes, discutir as primeiras necessidades de produção e pensar caminhos para viabilizar equipe, locações, objetos de cena, alimentação e cronograma. No Apêndice I, tem a ficha técnica da equipe.

Paralelamente, Thais Santos, estudante da turma de 2020 de Rádio, TV e Internet, também passou a colaborar no processo como assistente de direção. Sua participação foi importante nas etapas de articulação com a FACOM, apoio às visitas técnicas e organização prática das gravações. Dessa forma, a pré-produção começou a se estruturar a partir de uma divisão gradual de funções. Karla assumiu um papel central na organização da produção e formou uma equipe de apoio composta por estudantes e ex-alunos da FACOM, entre eles Karol Ferraz, Olivia Furiati e Julia Maria, que passaram a auxiliar no desenvolvimento das demandas do projeto.

Figura 26: Registro de umas das reuniões com a produção



Fonte: Acervo pessoal do autor.

5.4.2 A busca e definição das locações

A definição das locações foi uma das etapas mais complexas da pré-produção. Inicialmente, cogitei utilizar o Cine-Theatro Central, tanto pela potência estética do espaço quanto por seu valor histórico e cultural para a cidade. Eu precisava de uma locação capaz de construir uma atmosfera teatral e cinematográfica, com luzes RGB coloridas, especialmente em tons vermelhos, contrastes acentuados entre sombra e luz e o uso de iluminação elipsoidal. Em 29 de abril, enviei um e-mail ao Cine-Theatro solicitando informações sobre sua estrutura técnica, equipamentos de iluminação, fundo cênico, pontos de energia e a possibilidade de realização de uma visita técnica. A resposta informou a existência de uma ficha técnica disponível, mas também apresentou o valor da diária, o que tornava a utilização do espaço difícil de viabilizar dentro das condições financeiras do projeto. Apesar dessa limitação, o contato com o Cine-Theatro foi mantido. Com o auxílio do professor orientador Cristiano Rodrigues, foi estabelecida uma ponte com Luiz Cláudio Ribeiro, conhecido como Cacáudio, diretor do espaço. Por se tratar de um projeto acadêmico, foi possível obter a concessão gratuita da data de 29 de maio, ainda que com a restrição de oito horas de set, entre 14h e 22h.

Em 12 de maio, realizei uma visita técnica ao Cine-Theatro acompanhado por Thais. Na ocasião, conversei com Hugo, técnico responsável pelo espaço, que avaliou a proposta de iluminação e sinalizou a possibilidade de auxiliar na operação, desde que a solicitação fosse formalizada por e-mail. No entanto, a visita revelou um problema importante: Hugo informou que o Cine-Theatro receberia, no dia 28 de maio, a companhia Moscow City Ballet, o que exigiria a desmontagem de boa parte da estrutura de iluminação do palco. Como a proposta do videoclipe dependia diretamente dos refletores e da composição luminosa do teatro, o técnico não poderia garantir que haveria tempo suficiente para remontar toda a estrutura antes da gravação. Diante disso, transferimos inicialmente a data para 3 de junho. Entretanto, outros limitadores passaram a surgir. Por se tratar de um prédio tombado, ficamos impedidos de realizar algumas cenas previstas, como a escalada de uma escada e gravações em passarelas ou varandas do próprio teatro. Com o acúmulo de restrições técnicas e logísticas, a gravação no Cine-Theatro acabou sendo descartada.

Paralelamente, ainda em 5 de maio, iniciamos contato com o Teatro Paschoal Carlos Magno, buscando uma segunda alternativa de reserva. A disponibilidade inicial era incerta, pois solicitamos preferencialmente uma data durante o fim de semana. No entanto, em 10 de maio, o teatro informou que havia disponibilidade entre os dias 5 e 7 de junho, especialmente na sexta-feira, dia 5. Antes mesmo de cancelarmos definitivamente a reserva do Cine-Theatro,

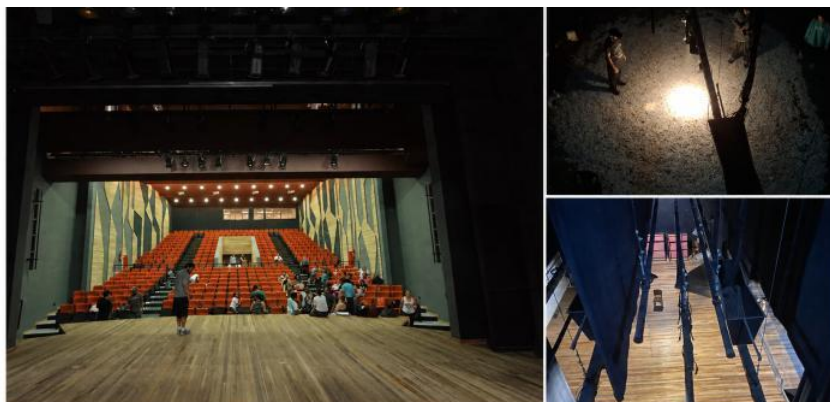
o Teatro Paschoal Carlos Magno confirmou a disponibilidade da data. Embora sábado ou domingo fossem dias mais favoráveis para a equipe, a sexta-feira tornou-se a única possibilidade concreta, exigindo uma reorganização da produção e um esforço coletivo para adequar os horários de todos os participantes. Essa confirmação foi decisiva para o andamento do projeto. A partir dela, foi possível estabelecer uma data definitiva para as cenas com os dançarinos e reorganizar as demais etapas da produção. A escolha impactou diretamente as equipes de coreografia, figurino, fotografia e direção de arte, que precisaram criar cronogramas de ensaio, preparar os figurinos e definir a logística de transporte dos objetos cênicos.

Figura 27: Palco do Cine Theatro Central



Fonte: Instagram @cinetheatrocentral e acervo pessoal do autor

Figura 28: Palco do Teatro Paschoal Carlos Magno



Fonte: Instagram @paschoalteatro e acervo pessoal do autor

Em paralelo à busca por locações teatrais, a FACOM passou a ser uma alternativa central para a realização das demais cenas do videoclipe. Inicialmente, considerei a contratação de um estúdio externo equipado com chroma key, solução que permitiria inserir

cenários digitais na pós-produção e reduzir os gastos com a construção de sets físicos, como o cenário do velório. Cheguei a pesquisar um estúdio localizado na região do bairro Aeroporto, que também dispunha de fundo branco infinito. No entanto, a necessidade de transportar objetos cenográficos volumosos, como mesas, cadeiras e o caixão, somada às limitações de equipamentos disponíveis para uso externo que a universidade oferece, tornou essa alternativa inviável. Em conversa com Karla, avaliamos a possibilidade de utilizar o estúdio da faculdade e improvisar um fundo chroma key. A essa solução somou-se a oportunidade de gravar a cena “Morte na Rua” no estacionamento da UFJF, localizado ao lado do Anexo B da FACOM. Isso possibilitaria a construção de uma sequência externa noturna, com carros, iluminação realizada a partir dos equipamentos retirados do estúdio da faculdade, chão molhado e uma atmosfera associada a acidente ou violência urbana. A escolha se justificou por razões práticas e estéticas. O estúdio oferecia maior controle da iluminação, acesso aos equipamentos da universidade e a possibilidade de utilizar a grua disponível para os planos zenitais previstos na cena externa. Além disso, a proximidade entre o estúdio e o estacionamento eliminaria gastos com frete e aluguel de equipamentos, permitindo concentrar duas diárias de set em um mesmo espaço de produção. Também seria possível utilizar a energia elétrica do próprio estúdio para viabilizar a gravação externa. Com a data do Teatro Paschoal Carlos Magno definida para 5 de junho, buscamos manter as demais gravações em datas próximas, a fim de otimizar a permanência da equipe de filmagem que viria de outras cidades. Inicialmente, agendamos as cenas de estúdio para 3 de junho, considerando também que o dia 4 de junho coincidiria com o feriado facultativo de Corpus Christi.

Figura 29: Estúdio e Estacionamento do Anexo B



Fonte: Acervo pessoal do autor

Em 18 de maio, entrei em contato com Gilmar, funcionário e técnico da universidade, para realizar a pré-reserva do estúdio da FACOM para o dia 3 de junho e do dia 2 de junho para a pré-produção. Na mesma data, enviei um e-mail à Diretoria de Imagem Institucional da UFJF solicitando autorização para o fechamento temporário do estacionamento do Anexo B. A solicitação se justificava pela necessidade de garantir a segurança da equipe, posicionar

carros cênicos, utilizar equipamentos de iluminação e molhar parte do asfalto (com mangueira) para a composição estética da cena. A Diretoria solicitou o preenchimento de um formulário específico, que foi enviado no mesmo dia.

Em 22 de maio, recebemos a informação de que não havia impedimento para o uso do espaço, desde que fossem mantidos os cuidados necessários com limpeza, organização e segurança. No entanto, pouco depois, fui informado de que o estúdio já estava comprometido no dia 3 de junho, pois havia uma aula com conteúdo avaliativo agendada para o mesmo horário. O conflito exigiu uma nova reorganização urgente do cronograma. Ainda no dia em que recebemos a notificação, a equipe passou a buscar uma nova data próxima à gravação no teatro. Entramos em contato com o professor Nilson Assunção, que nos cedeu o dia 8 de junho para a pré-produção no estúdio, destinada à montagem do cenário e à preparação técnica, e o dia 9 de junho para a gravação das cenas internas no Estúdio A e da sequência externa noturna no estacionamento. A autorização para utilização do estacionamento também precisou ser atualizada. A alteração da data, inicialmente prevista para 3 de junho e transferida para 9 de junho, foi confirmada pela Diretoria de Imagem em 26 de maio, e a demanda foi encaminhada à Coordenação de Segurança da PROINFRA. Todo o novo cronograma foi formalizado em um ofício datado de 28 de maio, assinado pelo professor orientador, solicitando autorização para o uso dos espaços, equipamentos e materiais da FACOM. O documento detalha as três datas principais da produção: 5 de junho, para as gravações no Teatro Paschoal Carlos Magno; 8 de junho, para a pré-produção e montagem no estúdio; e 9 de junho, para a gravação das cenas no Estúdio A e no estacionamento da FACOM. Também foram solicitados equipamentos e materiais como a câmera Sony Alpha 6300, a Blackmagic URSA, acessórios, equipamentos de iluminação, tecido preto, chroma key e grua.

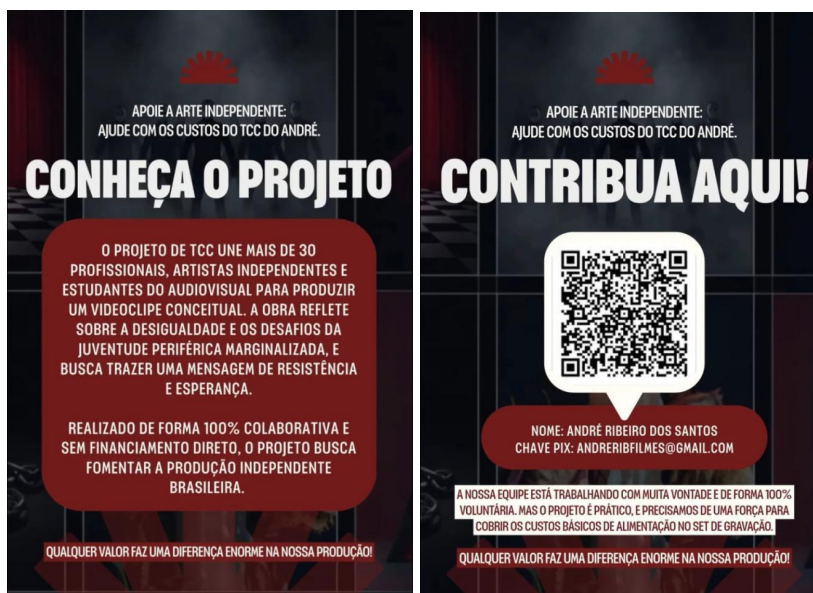
5.4.3 Equipamentos, alimentação e demais frentes de pré-produção

A organização dos equipamentos tornou-se uma frente específica de trabalho dentro da pré-produção. Discutimos a retirada antecipada da câmera Sony Alpha 6300 e de seus acessórios para a gravação no Teatro Paschoal Carlos Magno, a necessidade de um adaptador para utilização de lentes Canon na câmera Sony, o uso da Blackmagic URSA nas cenas de estúdio, além da definição de lentes específicas, tecidos de chroma key e tecido preto, equipamentos de iluminação e a grua. Em 30 de maio, criei uma planilha de equipamentos (Apêndice H) para que a equipe de fotografia pudesse conferir os itens ainda pendentes,

identificar o que seria retirado da FACOM e organizar aquilo que cada integrante poderia disponibilizar por conta própria. Esse controle foi importante para antecipar possíveis ausências de materiais e evitar problemas técnicos nos dias de gravação.

A partir de 21 de maio, a produção também passou a discutir possibilidades de patrocínio e parcerias para viabilizar marmitas, café e materiais descartáveis destinados às gravações diárias de gravação. Foram levantados contatos de estabelecimentos que já haviam apoiado outros projetos audiovisuais, além da possibilidade de criação de uma vaquinha (Apêndice J) para contribuir com os custos de alimentação da equipe. A arrecadação teve o total de R\$171 com o somatório de três doações. No Apêndice K, encontra-se o material encaminhado à Manchester para a solicitação de empréstimo de equipamentos por patrocínio.

Figura 30: Flyer da arrecadação online



Fonte: Arquivo do TCC

Para melhorar a organização da alimentação, criamos um formulário destinado à equipe, aos dançarinos e aos figurantes (Apêndice O). Nele, incluímos perguntas sobre alergias alimentares, restrições de dieta e preferências de proteína para os dias de gravação. A estimativa inicial foi de aproximadamente 20 marmitas por diária, além de café destinado a equipe durante o período da tarde. Outra frente importante envolveu a busca por elementos específicos para a cena externa. Foram realizadas tentativas de conseguir uma ambulância, roupas reais de paramédicos, coletes, desfibrilador e outros figurinos e objetos relacionados ao atendimento de emergência. A equipe avaliou a possibilidade de obter esses itens por meio

de contatos pessoais e também discutiu soluções alternativas caso não fosse possível alcançar o grau de realismo desejado.

Portanto, a pré-produção do videoclipe foi marcada por um processo contínuo de adaptação. Muitas decisões precisaram ser revistas em função de respostas institucionais, disponibilidade de espaços, limitações orçamentárias, conflitos de agenda e exigências técnicas. A troca constante entre as equipes de filmagem, a orientação acadêmica e os setores administrativos da universidade foi essencial para transformar uma proposta artística em um planejamento viável. Mais do que uma etapa burocrática, a pré-produção constituiu um momento criativo e estratégico, no qual a obra foi sendo redesenhada a partir das condições concretas de realização. A definição das locações, a formação da equipe, os contatos institucionais, a negociação de equipamentos, o planejamento da alimentação, a elaboração de ofícios e a reorganização das datas evidenciam o caráter coletivo e independente do projeto, bem como a necessidade constante de conciliar criação artística, gestão de recursos e resolução prática de problemas.

5.5 DA FOTOGRAFIA DO VIDEOCLIFE

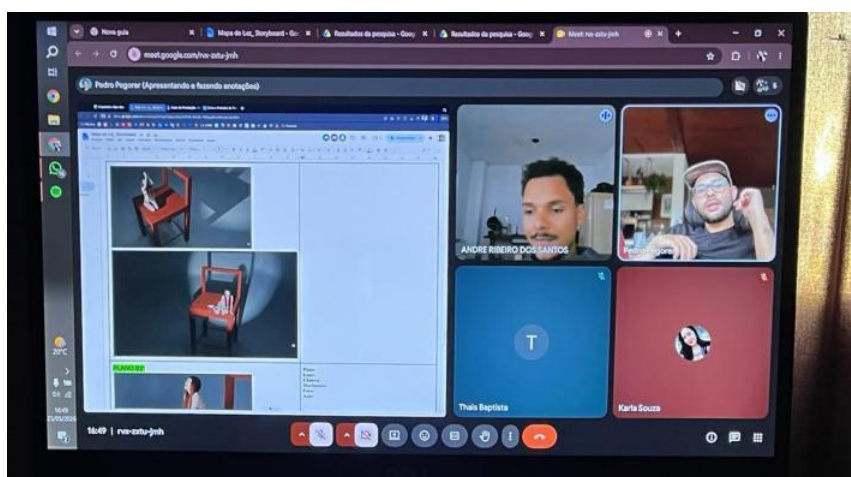
5.5.1 A formação da equipe de fotografia e reuniões

A equipe de fotografia foi composta por nomes com quem eu já tinha algum histórico de colaboração ou proximidade. Pedro Pegorer, ex aluno faconiano, com quem já colaborei em outras produções, assumiu a função de diretor de fotografia e operador de câmera principal. Ao seu lado, Ana Cristina, ex-estudante de RTVI, também noiva de Pedro, integrou a equipe como assistente. Posteriormente, Fellipe Enzo, também estudante do 7º período, atuou como Diretor de fotografia em uma das diárias. O convite e apresentação dos primeiros materiais, foi todo feito através do WhatsApp. Por serem colegas de curso, essa trajetória compartilhada criou uma base de confiança que facilitou o diálogo criativo durante toda a pré-produção do videoclipe.

O processo de integração da equipe de fotografia ao projeto teve início formalmente em maio de 2026, quando compartilhei com Pegorer o roteiro conceitual, a letra da música, o moodboard e o guia vocal. Na ocasião, pedi que ele e Ana Cristina explorassem previamente esses materiais antes da primeira reunião on-line. Essa reunião ocorreu em 3 de maio de 2026, por videochamada, e teve como objetivo apresentar a proposta estética do videoclipe, além de discutir as primeiras impressões da equipe sobre os conteúdos enviados. Posteriormente, em

17 de maio de 2026, criei o grupo “Fotografia Clipe” no WhatsApp, reunindo Pedro, Ana Cristina, Felliipe Enzo, Karla, Thais e Olivia, com o objetivo de centralizar a comunicação entre os integrantes da equipe. Na mesma data, realizamos uma reunião on-line às 10 horas, na qual apresentei o moodboard completo, discuti aspectos relacionados à direção de arte e à iluminação, além de compartilhar documentos de referência e o storyboard visual. Uma segunda reunião de alinhamento aconteceu em 23 de maio, com foco mais aprofundado nas decisões de fotografia, luz e logística. Nessa ocasião, foram discutidos detalhes referentes às lentes, aos equipamentos disponíveis, às possibilidades de execução e a referências visuais adicionais.

Figura 31: Registro de uma das reunião com a equipe de fotografia



Fonte: Acervo de Karla Souza.

5.5.2 Os equipamentos e a logística de gravação

A definição dos equipamentos de câmera e lentes foi um processo de negociação que envolveu empréstimos, aluguéis e verificações técnicas de compatibilidade. A câmera principal prevista para as gravações no estúdio foi a URSA, equipamento de alta qualidade disponibilizado pela Facom (Faculdade de Comunicação da UFJF), que exigia HD externo para armazenamento dos arquivos de vídeo em razão do seu volume. Essa câmera demandava também atenção especial à questão da alimentação elétrica durante as gravações. Para as lentes, a equipe trabalhou com um conjunto diversificado de focal lengths, cada um pensado para atender às necessidades específicas de cada cena e locação. Felliipe Enzo dispunha de uma lente full frame 70-200mm com montagem EF (Canon), adequada para closes comprimidos à distância. A lente 50mm ou 60mm foi definida como a principal para os closes emocionais em praticamente todas as cenas, conforme indicado no storyboard. A lente 24mm,

disponível na Facom da Nikon, foi cogitada com o uso de um adaptador, para planos mais abertos, especialmente nas cenas de câmera na mão durante a cena do Abismo no teatro. A compatibilidade entre câmeras e lentes de diferentes fabricantes exigiu a negociação de um adaptador Metabones junto à Manchester, empresa de aluguel de equipamentos audiovisuais. A confirmação de que as lentes disponíveis eram full frame foi um passo necessário para garantir a viabilidade do uso do adaptador. A lente 85mm, cogitada para algumas cenas do estúdio, foi discutida em relação à sua clareza em comparação com a 70-200mm de Felipe. Além das câmeras e lentes, foi necessário providenciar um gimbal para as cenas que demandava movimentos de câmera (principalmente na dança), equipamento emprestado pela Diretoria de Imagem Institucional da UFJF.

A logística de deslocamento da equipe também se mostrou um fator relevante para a organização das gravações. Pedro e Ana Cristina residem em Petrópolis e precisariam viajar até Juiz de Fora para participar do projeto. Essa condição gerou discussões sobre a viabilidade de sua presença em mais de uma diária, especialmente devido ao intervalo entre as datas de gravação, aos custos de deslocamento e às possibilidades de hospedagem. Diante dessas questões, ficou acordado que Pedro e Ana Cristina participariam prioritariamente da diária realizada no estúdio, em 9 de junho, enquanto Felipe e eu ficaríamos responsáveis pela cobertura da gravação no teatro, ocorrida em 5 de junho.

Na noite de 8 de junho de 2026, véspera da diária no estúdio, realizamos uma sessão de testes de iluminação na FACOM. Pedro e Ana Cristina chegaram a Juiz de Fora no fim da tarde e se deslocaram diretamente para a Faculdade. O objetivo dos testes era verificar os equipamentos disponíveis, realizar uma pré-montagem da iluminação do fundo verde, testar principalmente a câmera e suas configurações, conferir as baterias e deixar preparado o setup que seria utilizado no dia seguinte. Na manhã de 9 de junho, distribuí a toda a equipe um documento impresso e colorido com as referências de luz e o storyboard da diária. O material reunia, de forma sistematizada, as indicações de plano, ângulo, lente, movimento de câmera e iluminação previstas para cada cena. Esse documento funcionou como um guia de campo para a equipe de fotografia durante as gravações, permitindo que todos chegassem ao set com uma visão mais clara do que precisava ser captado em cada momento.

5.5. 3 A construção plano a plano: storyboard e decisões de câmera

As decisões de câmera para cada cena foram tomadas em diálogo constante entre a direção e a fotografia, tendo o storyboard como documento central de referência. Para a cena

de abertura no estacionamento, foram previstos planos rente ao asfalto com foco nos reflexos das luzes de sirene, closes do rosto do intérprete em slow motion com lente de 50mm ou 60mm, um plano zenital em 4K com câmera URSA registrando o intérprete deitado no chão com iluminação noturna urbana simulada por LEDs RGB, e planos contra plongée captados da perspectiva do corpo no chão, com figurantes ao fundo reagindo à cena (Apêndice G).

Para a cena do velório, gravada no estúdio com chroma key, as orientações previam uma câmera preferencialmente estática, com destaque para o plano plongée simétrico do intérprete no caixão, além de closes dos familiares em luto e planos de detalhe das mãos e do lenço. A cena do abismo, gravada no teatro, previa planos gerais do palco iluminado por luz elipsoidal, com ciclorama preto, além do uso de câmera na mão para acompanhar os movimentos dos bailarinos nas sequências marcadas por luz vermelha e ciclorama branco. Também estavam previstos planos plongée realizados a partir da varanda, com o uso de uma lente mais fechada, e planos em ponto de vista do intérprete sendo confrontado pelos dançarinos. Já as cenas de prisão emocional e jogos, gravadas no estúdio, combinavam planos gerais com uso de spotlight e efeito estroboscópico, câmera na mão para closes e detalhes dos objetos cênicos, além de registros em slow motion de peças de xadrez e castelos de cartas desabando.

A articulação entre o storyboard, o moodboard e as referências de luz distribuídas no dia das gravações traduziu em linguagem técnica e visual todas as intenções narrativas que haviam sido construídas ao longo dos meses anteriores de pesquisa e roteirização. O processo de fotografia foi, portanto, o ponto de convergência entre a dimensão conceitual e a dimensão prática do videoclipe: o momento em que as imagens idealizadas passaram a existir de fato.

5.6 DIREÇÃO DE ARTE E CONCEPÇÃO DE FIGURINO

5.6.1 Formação da equipe

A formação da equipe de arte teve início em 2 de maio de 2026. Foram realizadas tentativas de contato com diferentes profissionais de direção de arte e cenografia, mas as primeiras possibilidades não avançaram por indisponibilidade ou incompatibilidade de agenda. Logo, entraram no projeto Fabrícia Alvim e Gabriella Miranda, duas profissionais do Instituto de Artes e Design com ótimas indicações: Fabrícia recém-formada e Gabriella cursando o 9º período. Desde os primeiros contatos, ambas demonstraram interesse pelo projeto e receberam acesso ao material de desenvolvimento visual já produzido. Ficou acordado que ambas assumiriam a função de diretoras de arte. Fabrícia ficou responsável pelo

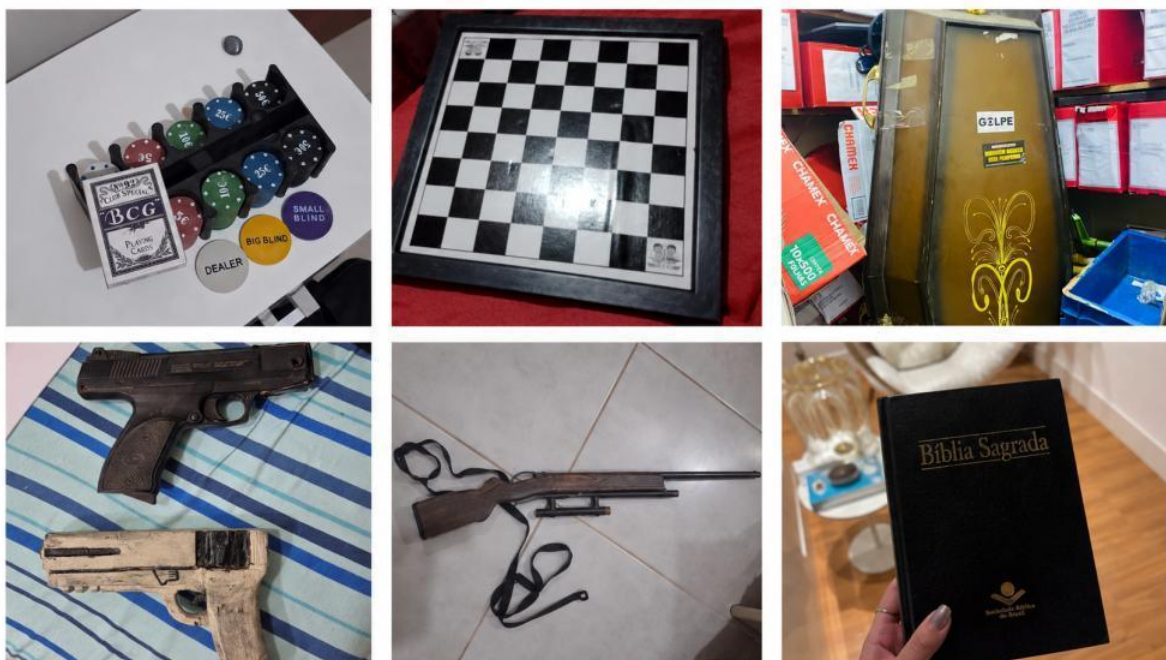
planejamento e criação artística de objetos cênicos, sangue falso, maquiagens e outros elementos visuais e, enquanto Gabriella Miranda assumiu a organização técnica, o levantamento de objetos cênicos, o controle orçamentário, a pesquisa de materiais e a criação das planilhas da equipe de arte. Paralelamente, Gabriela Monteiro foi convidada a colaborar no desenvolvimento dos figurinos. A consolidação da equipe ocorreu na noite do mesmo dia, após uma reunião virtual de alinhamento, seguida pela criação de um grupo no Whatsapp específico de comunicação para coordenar as atividades de arte e figurino.

5.6.2 Levantamento cenográfico e soluções de baixo custo

A primeira etapa de trabalho concentrou-se no levantamento das necessidades cenográficas do videoclipe. Para orientar a equipe, compartilhei fotografias dos espaços de gravação, incluindo o estúdio da Faculdade de Comunicação da UFJF e, posteriormente, os teatros visitados, apresentados no subcapítulo referente aos processos de produção. Também encaminhei referências do moodboard e um inventário preliminar de objetos que poderiam ser reaproveitados da universidade. O objetivo era identificar quais elementos poderiam ser obtidos sem custos adicionais e quais precisariam ser construídos ou adquiridos especificamente para a produção. Gabriella Miranda assumiu a organização das planilhas de controle, enquanto Fabrícia se concentrou na elaboração de propostas estéticas para cada cena.

A principal dificuldade encontrada foi a limitação orçamentária, característica de uma produção acadêmica independente. Grande parte das soluções precisou ser desenvolvida a partir de reaproveitamento de materiais, empréstimos e fabricação artesanal. Entre as alternativas discutidas estavam a produção de sangue falso com glicose de milho e corantes alimentícios, a adaptação de armas cenográficas, a construção artesanal de um castelo de cartas com baralhos dourados e a confecção de outros elementos a partir de materiais já disponíveis entre os integrantes da equipe. Também foram consideradas possibilidades de uso de flores, fotografias memoriais, peças de xadrez, espelhos, cartas de baralho e símbolos associados à justiça. Esses objetos seriam utilizados como recursos visuais capazes de reforçar os sentidos e conflitos presentes na narrativa do videoclipe.

Figura 32: Objetos da cenografia na pré produção



Fonte: Arquivos do Whatsapp, do grupo de Arte do TCC

Figura 33: Objetos da cenografia nos sets



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

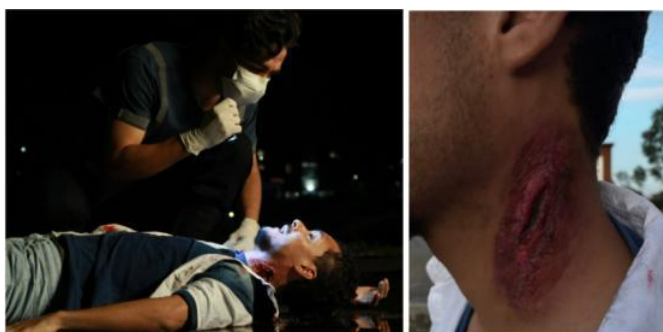
Um dos objetos que mais demandou esforço coletivo foi o caixão cenográfico, central para a narrativa do videoclipe. Visitei duas funerárias na Rua Fonseca Hermes, no centro de Juiz de Fora, para verificar a possibilidade de empréstimo ou aluguel, mas fui informado sobre a impossibilidade de retirada sem documentação específica. Registrei as medidas de um dos modelos e a equipe passou a discutir a construção de uma versão cenográfica com

madeiras recicláveis de um guarda-roupa antigo. A solução definitiva surgiu por meio de um contato pessoal: através de um colega de trabalho, foi estabelecida uma ponte com o Sindicato dos Professores de Juiz de Fora (Sinpro-JF), que possuía um caixão cenográfico utilizado em ações simbólicas e manifestações públicas. A cessão do objeto eliminou a necessidade de construção e permitiu que a equipe direcionasse seus esforços para outras demandas da produção.

5.6.3 Definição estética: maquiagem e caracterização

Em 7 de maio, Fabrícia e Gabriella realizaram uma reunião em que apresentaram referências visuais e elaboraram um moodboard específico para a direção de arte (Apêndice E). Nesse encontro foram definidas propostas narrativas para as cenas, incluindo a representação da morte do protagonista por agressão física seguida de facadas no pescoço, a utilização de sangue cenográfico, maquiagens expressionistas para os dançarinos e elementos visuais ligados à temática da monstruosidade. E a proposta de fazer uma maquiagem pálida no defunto para a cena do velório.

Figura 34: Maquiagem facada



Fonte: Acervo pessoal do autor

As discussões sobre maquiagem exigiram atenção especial em razão da diversidade do elenco de dança. Foi necessário adaptar as propostas estéticas às diferentes tonalidades de pele dos participantes, garantindo que a caracterização funcionasse visualmente para todos os intérpretes. A equipe avaliou alternativas entre o uso de máscaras, maquiagens expressionistas e aplicações de pedrarias, optando gradualmente por soluções que permitissem maior expressividade facial, melhor integração com a proposta performática desenvolvida pela coreografia e viabilidade dentro do tempo disponível para a produção.

Figura 35: Moodboard referências de maquiagem para os dançarinos



Fonte: Moodboard elaborado por Fabricia Alvim

5.6.4 Desenvolvimento dos figurinos

O desenvolvimento dos figurinos teve início em 4 de maio de 2026, quando Gabriela Monteiro foi convidada a integrar a equipe. Desde os primeiros contatos, buscou-se estabelecer um diálogo constante entre figurino, direção de arte e direção, de modo que as escolhas visuais estivessem alinhadas aos conceitos centrais da obra. As reuniões realizadas ao longo da primeira quinzena de maio foram fundamentais para definir a identidade visual de cada cena. Foram discutidas propostas para o figurino do funeral, possibilidades de customização do blazer do personagem principal, a inserção de elementos religiosos e simbólicos na composição visual e alternativas para diferenciar os universos representados ao longo da narrativa. Também foram debatidas soluções para as cenas ambientadas no

estacionamento, no velório e nos espaços alegóricos presentes no videoclipe. Em vez da aquisição de figurinos completos, optou-se pela customização de peças já existentes. Gabriela utilizou itens de seu próprio acervo, roupas disponibilizadas pela equipe e materiais adquiridos especificamente para o projeto, buscando construir soluções visuais compatíveis com as condições de uma produção independente. Entre as alternativas desenvolvidas estavam aplicações têxteis, sobreposições de tecidos, correntes, detalhes metálicos e intervenções manuais realizadas diretamente sobre as peças. Na cena do Abismo, definimos que eu utilizaria roupas claras, enquanto os dançarinos vestiriam figurinos escuros, criando um contraste visual entre o personagem central e as demais figuras em cena. Para esse momento, também foi pensado um adereço de coração em tamanho grande, posicionado na parte frontal da camiseta, produzido manualmente por Gabriela..

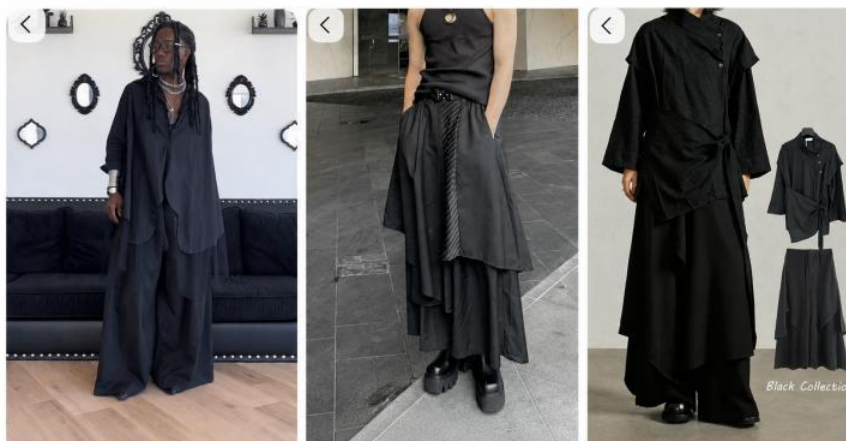
Figura 36: Figurinos do intérprete do videoclipe



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Ao longo do mês de maio, realizei diversos encontros presenciais com Gabriela, no centro de Juiz de Fora, para trocar peças de roupa, experimentar combinações e definir possibilidades de figurino para o videoclipe. Nos dias seguintes, Gabriela solicitou fotografias dos integrantes do elenco de dança para planejar a composição visual dos figurinos coletivos e avaliar quais peças poderiam ser aproveitadas individualmente. Esse levantamento permitiu adequar as propostas às características físicas dos participantes. Para o elenco de dança, a solução adotada consistiu na utilização predominante de roupas pretas trazidas pelos próprios participantes, complementadas por peças do acervo de Gabriela — lenços, toucas, sobreposições e acessórios que contribuíram para a construção das figuras monstruosas e fantasmagóricas presentes na narrativa, sem gerar custos adicionais significativos.

Figura 37: Referências de figurino para os dançarinos



Fonte: Pinterest

Durante o processo, a produção enfrentou um desafio inesperado quando Gabriela comunicou dificuldades relacionadas ao seu estado de saúde, que impactaram temporariamente o ritmo de trabalho. Diante dessa situação, algumas propostas inicialmente planejadas foram simplificadas e os esforços concentrados na finalização dos elementos considerados essenciais para a narrativa. Apesar das dificuldades, os figurinos das primeiras cenas já se encontravam concluídos nesse momento, e a equipe reorganizou o cronograma para garantir a continuidade da produção. Na reta final da pré-produção, foram realizados ajustes pontuais nos figurinos já confeccionados, incluindo alterações em recortes, aplicações decorativas, inserção de miçangas, aquisição de materiais complementares e refinamento dos elementos de customização.

5.6.5 Considerações sobre o processo

Ao longo de todo o processo, a direção de arte caracterizou-se por uma intensa dinâmica colaborativa. Diferentemente de uma estrutura profissional convencional, na qual as funções costumam ser rigidamente delimitadas, os integrantes participaram ativamente de discussões que envolviam cenografia, figurino, maquiagem, produção e logística. As constantes trocas de ideias, adaptações e reformulações demonstraram como a construção visual do videoclipe foi resultado de um processo coletivo, no qual as limitações materiais se transformaram em estímulo para a criação de soluções inventivas.

5.7 CRIAÇÃO DA COREOGRAFIA E ENSAIO COM OS DANÇARINOS

5.7.1 Contato com o coreógrafo e a construção da proposta

A definição da linguagem coreográfica do videoclipe iniciou-se em 28 de abril de 2026, quando entrei em contato com o dançarino e coreógrafo Rudson Tolendar para apresentar a proposta do projeto. Nesse primeiro momento, compartilhei a letra da música e materiais sonoros preliminares, buscando obter suas impressões iniciais sobre a obra e avaliar a possibilidade de sua participação na equipe criativa. Nos dias seguintes, mantivemos conversas por mensagens, áudios e videochamadas para discutir os conceitos centrais do videoclipe. Em 1º de maio, realizamos uma reunião virtual mais extensa, na qual foram compartilhados documentos de pré-produção, referências visuais e materiais de planejamento. Esse encontro foi fundamental para alinhar as expectativas artísticas e iniciar a construção das ideias coreográficas.

Ao longo da primeira quinzena de maio, Rudson passou a colaborar não apenas na elaboração da coreografia, mas também na formação do elenco de dança. Em conjunto, discutimos possíveis participantes, considerando disponibilidade e experiência prévia. A partir dessas definições, entrei em contato individualmente com cada dançarino selecionado, apresentando o projeto, seus objetivos acadêmicos e artísticos e compartilhando materiais visuais, referências estéticas e informações sobre a narrativa da obra, buscando despertar o interesse e o engajamento dos convidados. Embora alguns artistas tenham demonstrado interesse inicial, nem todos puderam integrar o projeto devido a incompatibilidades de agenda e compromissos profissionais. Entre os participantes que confirmaram disponibilidade estavam Laura França, Lavínia Brandão, Cirilo David, Maria Eduarda Canuto (Chae), João

Guimarães, Caio Oliveira e Maike Queiroz, que passaram a compor o núcleo de dança do videoclipe.

5.7. 2 O primeiro encontro presencial e o alinhamento coreográfico

Em 13 de maio, às 18h, após diversas tentativas de conciliar agendas, realizei juntamente com Rudson Tolendar um encontro presencial na escola de dança Moovn, local onde o coreógrafo atua como professor. A reunião teve como objetivo experimentar as primeiras propostas de movimentação e avaliar sua relação com a estrutura musical e narrativa do videoclipe. Nessa ocasião, Rudson apresentou os esboços iniciais da coreografia, possibilitando uma visualização mais concreta de suas reflexões. Entretanto, durante esse primeiro encontro, a sequência coreografada foi desenvolvida para o trecho instrumental “Batalha” da canção, momento que eu havia concebido para uma cena mais teatral, marcada por gestos de agressão e violência simbólica, em contraste com o refrão final, interpretado de forma exaustiva e fragilizada. Apesar da necessidade de reformular parte da coreografia já criada, esse desencontro inicial foi importante para alinhar melhor as intenções artísticas do projeto e aproximar a proposta coreográfica da ideia de monstruosidade que orientava a narrativa do videoclipe.

A criação coreográfica foi desenvolvida de forma gradual, acompanhando o amadurecimento das ideias discutidas ao longo da pré-produção. Entre os principais elementos coreográficos concebidos estavam as sequências de gestos “monstruosos” com as mãos, as formações em roda com o intérprete centralizado durante os refrões, a sequência de dança desenvolvida para o trecho “Hook 2” da canção e a cena de agressão construída para o momento instrumental. Essas passagens foram pensadas como momentos centrais da narrativa, reforçando visualmente os conceitos de opressão presentes na obra. A partir delas, estruturaram-se os ensaios coletivos realizados nas semanas seguintes. A participação de Rudson foi fundamental, sua contribuição extrapolou a elaboração de passos de dança, envolvendo também a organização dos ensaios, a seleção de intérpretes e a construção coletiva da dimensão performática da obra.

5.7. 3 A definição dos espaços de ensaio

Outro desafio enfrentado foi a definição dos espaços de ensaio. Inicialmente, foram consideradas alternativas como a própria escola Moovn, o espaço de ensaio do Teatro

Paschoal Carlos Magno, o Centro Cultural Dnar Rocha e o Museu Ferroviário de Juiz de Fora. A Moovn, sugerida por Rudson por ser o local onde trabalha, era a opção inicialmente mais atrativa pela localização central, na Avenida Itamar Franco. No entanto, havia incertezas quanto à disponibilidade nos horários necessários. O Museu Ferroviário chegou a ser reservado como alternativa, mas apresentava limitações para o trabalho coreográfico.

Após consulta aos próprios dançarinos, optei pelo Centro Cultural Dnar Rocha, principalmente pela disponibilidade aos domingos pela manhã e pela presença de espelhos, considerados fundamentais para a montagem e correção das sequências de movimento. A reserva do espaço foi feita por meio do sistema de agendamento do próprio centro cultural, que exigia o preenchimento de um formulário com informações sobre a atividade, data, horário e documentação dos participantes. Como o regulamento permitia a utilização do espaço por apenas uma hora e trinta minutos, optei por agendar o ensaio para as 9h20, convocando os dançarinos para as 9h, considerando possíveis atrasos e buscando aproveitar ao máximo o tempo disponível. Como a gravação estava prevista para o dia 5 de junho no Teatro Paschoal Carlos Magno e se tratava de uma produção colaborativa sem remuneração para os dançarinos, buscou-se otimizar a preparação concentrando os ensaios em poucos encontros, decisão também favorecida pelo fato de a maioria dos participantes possuir experiência prévia em dança e demonstrar facilidade na assimilação das sequências propostas. Dessa forma, foram definidos dois encontros de ensaio para a preparação do elenco.

5.7. 4 Os ensaios coletivos

Os ensaios coletivos ocorreram nos dias 24 e 31 de maio de 2026, ambos realizados no Centro Cultural Dnar Rocha. O primeiro encontro, em 24 de maio, marcou o início das atividades práticas com o elenco. Embora a equipe inicialmente prevista fosse composta pelo coreógrafo, pelo diretor de movimento e sete dançarinos, compareceram ao ensaio Maíke Queiroz, Rudson Tolendar, Lavínia Brandão e Laura França. Entre os ausentes, Chae comunicou previamente sua impossibilidade por motivos pessoais, enquanto Cirilo e João já haviam informado que estariam envolvidos na gravação de outro videoclipe na mesma data. O encontro foi dedicado à apresentação da proposta artística aos participantes, à contextualização da narrativa do videoclipe e ao ensino das principais sequências coreográficas. Além da aprendizagem dos movimentos, o ensaio permitiu experimentar formações, deslocamentos e interações entre eles, constituindo um momento fundamental para a tradução dos conceitos da obra para a linguagem corporal.

No dia 31 de maio, foi realizado o segundo e último ensaio. Estiveram presentes Rudson Tolendar, Maíke Queiroz, Lavínia Brandão e Chae. Posteriormente, Ana Beatriz também compareceu para registrar imagens de bastidores destinadas ao making of da produção. Laura França não pôde participar por compromissos familiares comunicados previamente. Como o encontro teve como foco a revisão das sequências já trabalhadas, os vídeos com o material coreográfico foram compartilhados no grupo da equipe para que ela pudesse acompanhá-los. João informou que precisaria se mudar de cidade e, por esse motivo, não conseguiria mais participar do projeto. Cirilo e Caio não apresentaram justificativa para as ausências e, como não compareceram a nenhum dos ensaios, deixaram de integrar o elenco da produção.

O ensaio foi dedicado ao refinamento das principais cenas coreografadas, incluindo a sequência das 'mãos fantasma', inspirada nas referências visuais presentes no storyboard, a cena de violência durante o trecho instrumental da música e a movimentação circular dos dançarinos ao redor do intérprete. Além da execução dos movimentos, aprofundamos aspectos de expressão corporal e teatralidade, fundamentais para a construção da atmosfera sombria e opressiva proposta pelo videoclipe.

Figura 38: Registro dos ensaios com os dançarinos



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Figura 39: Video com a coreografia



Fonte: Elaborado pelo autor. Vídeo disponível no Youtube

Durante essa etapa, tornou-se evidente a redução no número inicialmente previsto de participantes. Diante da proximidade da gravação, optei por trabalhar com o grupo efetivamente presente e comprometido com o processo. Embora a diminuição do elenco tenha exigido adaptações na concepção de algumas cenas, o engajamento dos participantes contribuiu para que as propostas fossem assimiladas com rapidez, resultando em um ensaio produtivo e alinhado aos objetivos artísticos do projeto.

Ao final do segundo ensaio, apresentei aos dançarinos a proposta estética de figurino desenvolvida por Gabriela Monteiro. A proposta consistia em solicitar que cada participante selecionasse peças de roupa predominantemente pretas e acessórios de seus próprios guarda-roupas, de acordo com a direção visual estabelecida para o videoclipe. A partir desse material, Gabriela realizaria a composição final dos figurinos, complementando-os com peças do seu acervo pessoal. Essa estratégia permitiu adequar os figurinos à identidade visual da obra e, ao mesmo tempo, garantir maior unidade estética entre os integrantes do elenco.

Encerravam-se, assim, os ensaios preparatórios. O trabalho realizado com Rudson Tolendar e os dançarinos ao longo de maio foi essencial para que a dimensão coreográfica do videoclipe chegasse às gravações com forma, intenção e coerência narrativa, resultado de um processo colaborativo construído progressivamente, entre ajustes de agenda, adaptações de espaço e um diálogo constante entre corpo, música e imagem.

5.8 OS DIAS DE GRAVAÇÕES

5.8.1 Primeira diária no Teatro Paschoal — 5 de junho de 2026

A primeira diária de gravação do videoclipe ocorreu em 5 de junho de 2026, no Teatro Paschoal Carlos Magno, centro de Juiz de Fora. Os preparativos, porém, começaram dois dias

antes. Em 3 de junho, realizei a retirada de equipamentos audiovisuais na locadora Manchester (patrocinadora) e na Faculdade de Comunicação da UFJF, adaptadores de lente, baterias extras, equipamentos de iluminação, acessórios de câmera e demais itens previstos na planilha do projeto (Apêndice H). No dia 4 de junho, feriado municipal (ponto facultativo), aproveitei o dia para revisar a ordem do dia, estudar trechos da música, refletir sobre a interpretação das cenas e organizar meus equipamentos pessoais: máquina de fumaça, iluminação LED, extensões elétricas e acessórios de apoio.

Na manhã do dia 5 de junho, a equipe começou a se reunir para o início das gravações. A previsão era que todos chegassem às 8h, mas, como eu já esperava em função da dinâmica de deslocamento da equipe, a maior parte das pessoas chegou por volta das 8h30. Às 8h15, encontrei-me com Thais, assistente de direção, e Karla, diretora de produção. Karla havia viajado do sul de Minas para Juiz de Fora em razão da gravação e estava hospedada na casa de Thais. A primeira tarefa do dia foi imprimir a ordem do dia em uma papelaria próxima, procedimento que não havia sido possível realizar em 3 de junho, em meio à correria das demais demandas de pré-produção. Em seguida, passamos em minha casa para auxiliar no transporte dos equipamentos. Levamos duas malas de mão da FACOM, uma mala grande com rodinhas contendo meus equipamentos pessoais, além das máquinas de fumaça e de um galão com cinco litros de líquido próprio para seu funcionamento. No caminho do trajeto com o uber, encontramos Lucas Grassi, meu namorado e morador do mesmo bairro, que se dispôs a colaborar com a gravação. A partir dali, seguimos todos para o Teatro.

Ao chegar ao teatro, enquanto Karla e Thais descarregavam as malas, Lucas e eu seguimos no mesmo carro até a Escola de Teatro Musical Entreato, localizada na Rua Halfeld, para buscar sacos de tecidos brancos picados. Esses materiais seriam utilizados para revestir o palco, criando um cenário mais estético e abstrato, alinhado às referências presentes no moodboard e evitando a aparência convencional do chão do teatro. No depósito da Entreato, retirei cerca de seis sacos grandes de tecido. Ao retornarmos ao teatro, a equipe concluiu o descarregamento dos materiais e, em seguida, realizei a distribuição dos camarins. O maior deles foi destinado à equipe de direção de arte e figurino, composta por três pessoas com bagagens de maquiagem e materiais de trabalho. Mais tarde, esse mesmo espaço também seria utilizado pelos dançarinos. Uma segunda sala ficou reservada para a equipe de produção, enquanto outra foi destinada exclusivamente aos equipamentos, sob minha responsabilidade e a de Fellipe Enzo. No período em que eu e Lucas buscamos os tecidos na Entreato, os técnicos de iluminação do teatro iniciaram o posicionamento dos mastros, retirando-os do campo de visão previsto para o plano geral em plongée filmado a partir da passarela superior

do teatro. Ao mesmo tempo, começou a preparação da primeira cena, a cena da escada. Essa sequência envolvia uma grande escada (própria do local) direcionada à varanda superior, o revestimento de parte do chão com um tecido preto de 5 m por 3 m e o uso das máquinas de fumaça. Enquanto a equipe preparava o set, fui ao camarim com Fabrícia, responsável pela maquiagem, e Gabriela Monteiro, responsável pelo figurino. Todo esse processo foi documentado por Ana Beatriz, que registrava o making of e fotografava os bastidores. Solicitei à Fabrícia uma maquiagem mais leve, pois tinha receio de que minha pele ficasse excessivamente esbranquiçada diante da luz do canhão direcional elipsoidal que seria apontado para mim. Em seguida, Gabriela me apresentou o figurino finalizado, composto pelo adereço de coração posicionado na parte frontal da camiseta.

Figura 40: Preparação da primeira cena gravada, “A Escalada da Escada”



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Assim que fiquei pronto, as gravações começaram. Subi a escada cantando o refrão da música: ‘Corro sem dó baby, alto eu vou baby, foco no jogo baby’. Foram gravados diversos takes, enfrentando pequenos problemas com a máquina de fumaça, mas todos superados. Em seguida, passamos para os planos plongée gerais do 'abismo', cenas com caráter mais teatral, expressando desespero, corrida pelo espaço, quedas no chão e gritos. Utilizamos planos em plongê, câmera na mão, câmera girando 360° e outras abordagens para capturar a intensidade desejada. Por volta das 13h, com o cronograma se estendendo, fizemos uma pausa para o almoço. Karla havia buscado as marmitas em um restaurante parceiro via Uber, enquanto eu finalizava as gravações da manhã prevista na Ordem do dia (Apêndice L). Após o almoço, a equipe retornou às atividades por volta das 14h20.

Figura 41: Cenas do “Abismo” gravadas no período da manhã



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

No período da tarde, a equipe preparou as cenas em que apareço caído no chão, ensanguentado, como se tivesse sido agredido pelos dançarinos. Foi necessário trocar o ciclorama preto (tecido de fundo do palco) para o branco e acender as luzes vermelhas. Enquanto isso, recebi a maquiagem de agressão, olho roxo e sangue escorrendo pelo nariz. A cena foi gravada com sucesso. Em seguida, voltamos a atenção para a iluminação das cenas dos dançarinos: além da luz do teatro e da luz vermelha no tecido, planejávamos usar Fresnels e outras luzes audiovisuais para criar cortes de luz. A discussão e montagem dessa iluminação levaram cerca de uma hora e meia.

Figura 42: Primeiros takes com a luz vermelha



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Por volta das 16h, chegaram os primeiros dançarinos: Rudson, Maike e Lavínia. Às 17h30, Laura e Chae também chegaram ao teatro. À medida que cada um concluía a maquiagem, foram gravadas as cenas individuais das poses dramáticas com objetos. Rudson realizou a cena com a cruz e a Bíblia. Maike gravou com o coração, acessório inicialmente pensado para o meu figurino, e com uma faca. Lavínia participou da cena da presidência, utilizando uma faixa presidencial e uma taça de vinho. Por volta das 18h15, gravamos

também a cena das armas, com as meninas que faltavam. Como o cronograma estava apertado, eu e a assistente de direção decidimos inverter a ordem dos planos restantes. Optamos por gravar primeiro todas as cenas com luz vermelha e, em seguida, as sequências com fundo preto e iluminação elipsoidal, diferentemente do que havia sido previsto no storyboard (Apêndice G).

Nas cenas com luz vermelha em que eu não aparecia em quadro, fiz questão de operar a câmera para garantir que a visão que eu tinha em mente fosse registrada da forma mais próxima possível do que havia sido planejado. Essa escolha também se relacionava ao fato de que grande parte das reuniões com Filipe Enzo havia ocorrido de forma on-line, o que tornava importante, naquele momento, uma condução mais direta dos enquadramentos imaginados. Filipe assumiu a operação de câmera nas cenas de ataque. Em seguida, retornamos às cenas com fundo preto e iluminação elipsoidal. A equipe de filmagem subiu até a passarela para registrar os planos em plongê, nos quais os dançarinos se movimentavam ao meu redor. Foram realizados alguns takes e, logo depois, voltamos a gravar em plano americano e com câmera na mão, realizando movimentos em 360 graus em ponto de vista subjetivo. Por fim, finalizamos o último plano, intitulado “Mãos Tenebrosas”, correspondente ao plano 8 do storyboard. Nessa cena, as mãos dos dançarinos cobriam meu corpo e meu rosto. Para sua realização, todas as luzes do teatro foram apagadas, permanecendo apenas a iluminação do refletor Fresnel.

Figura 43: Cenas gravadas com os dançarinos



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

A gravação foi concluída com sucesso às 20h35, dentro do cronograma estabelecido. A equipe comemorou o ambiente tranquilo e produtivo do set. Após as filmagens, os dançarinos e parte da equipe lancharam os salgados e refrigerantes que estavam disponíveis desde às 17h. Enquanto isso, a equipe de produção e a direção de arte realizavam a desprodução do set, recolhendo os tecidos. Eu e Filipe Enzo recolhemos, averiguamos e organizamos os equipamentos da FACOM e da Manchester para garantir que tudo estivesse em ordem. Por volta das 21h30, toda a equipe deixava o teatro: Karla e Thais levaram meus equipamentos pessoais em um carro; eu levei os equipamentos da FACOM em outro; e Lucas Grassi e Arthur (amigo próximo) transportaram os sacos de tecido para a minha casa, de onde seriam devolvidos à Entreato.

5.8. 2 Pré-montagem do estúdio — 8 de junho de 2026

A fase de preparativos para a segunda diária de gravação, agendada para o dia 9 de junho, teve início no dia anterior. A tarde do dia 8 foi reservada para a montagem do estúdio da Faculdade de Comunicação da UFJF. Enquanto eu ainda estava no trabalho, as equipes de direção de arte e produção se dedicaram à organização do espaço, à instalação do chroma key, à pré-disposição dos equipamentos necessários para a gravação, e testes com a Grua acompanhando de um técnico da universidade. Um dos principais desafios logísticos daquele dia foi o transporte do caixão cenográfico, elemento fundamental para a realização da cena do velório. Por volta das 17h30, o professor orientador Cristiano Rodrigues e a diretora de produção, Karla, deslocaram-se até o centro da cidade para retirar o objeto de um depósito localizado no Sindicato dos Professores. Como o sindicato se encontra em uma área do calçadão principal da cidade, transporte o caixão manualmente até um estacionamento na Avenida Rio Branco. Em seguida, ele foi coberto e levado até a universidade. Ao chegarmos ao campus, as equipes de arte e produção ainda concluíam os preparativos do estúdio. Simultaneamente, a equipe de fotografia vinda de Petrópolis, formada por Pegorer e Ana Cristina, chegou ao estúdio e realizou testes de iluminação do chroma key com a câmera Blackmagic, deixando parte da estrutura previamente montada para a gravação do dia seguinte. Eu e Fabrícia permanecemos reorganizando o espaço, liberando uma área maior de trabalho. A organização e os preparativos se estenderam até aproximadamente 20h30.

5.8. 3 Segunda diária FACOM— 9 de junho de 2026

O dia 9 de junho começou cedo, com previsão de chegada da equipe às 8h30 (Ordem do Dia, Apêndice M) , horário que já considerava possíveis atrasos. Compartilhei o transporte por aplicativo com Gabriela Miranda, diretora de arte, que precisava levar um espelho, elemento cenográfico previsto para uma das cenas dos jogos. Ao chegarmos à Faculdade de Comunicação, apenas Fabrícia, Gabriela Monteiro e a atriz Gabi Silva, responsável por interpretar a mulher de luto, já estavam no estúdio. Imediatamente, direcionei Gabi Silva para iniciar a preparação de maquiagem e figurino, pois suas cenas seriam as primeiras a serem gravadas. Por volta das 9h, foram realizados os primeiros takes com a atriz. As cenas iniciais foram gravadas de maneira relativamente rápida, começando pelos planos em que Gabi aparecia sozinha em quadro e, posteriormente, pelas sequências em que interagiu comigo dentro do caixão. Enquanto ela realizava os planos individuais, finalizei a preparação do meu figurino e a maquiagem pálida necessária para a caracterização da cena. Em seguida, Gilmar, que também participou da produção como ator, gravou suas respectivas cenas. Após a conclusão da sequência do velório, realizamos a gravação do plano principal, correspondente ao plano cinco, no qual performei a canção. As cenas dessa parte foram concluídas com agilidade, principalmente porque o chroma key e os demais elementos de cena já haviam sido previamente montados e organizados no dia anterior.

Figura 44: Bastidores da Cena do Velório em chroma key



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Logo em seguida, iniciamos a gravação da sequência denominada “Cena 04: Sombra”, correspondente ao plano 1, na qual eu aparecia sozinho, sentado em uma cadeira. Também registramos a “Cena 05: Cadeirão”, conforme prevista no storyboard, utilizando um banquinho improvisado coberto com tecido chroma key para simular a composição visual desejada. Essa última cena exigiu maior atenção técnica, pois o enquadramento em plongê

precisava reproduzir a sensação de altura prevista pelo Storyboard. Para alcançar esse ângulo, o operador de câmera Pegorer utilizou uma escada alta durante a realização dos takes.

Figura 45: Figura: Bastidores da Cenas solitárias em chroma key



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Após a conclusão das cenas com chroma key, o cenário foi adaptado para a gravação das sequências dos jogos, com a instalação de fundo branco e uma mesa composta por cartas, baralho e peças de xadrez. A primeira cena desse núcleo, registrada antes do almoço, foi a do castelo de cartas desabando, conforme previsto no storyboard (Cena 077). Por volta das 13h, interrompemos as atividades para o almoço. Cerca de uma hora depois, às 14h, retomamos as gravações das cenas dos jogos, porém com parte da equipe dividida em “A” e “B”. A equipe “A” continuou gravando no estúdio, enquanto a “B” já foi preparando a grua para as cenas seguintes a serem gravadas. No estúdio, houve momentos que foi necessário trocar alguns objetos de cena e ajustar a iluminação, utilizando, em determinados momentos, luz estroboscópica e equipamentos RGB. Uma das últimas sequências, em que interajo com um espelho (Cena 06), exigiu um planejamento cuidadoso de enquadramento e posicionamento de luz, para evitar reflexos indesejados. Essa etapa transcorreu de forma tranquila e foi concluída aproximadamente uma hora antes do previsto, por volta das 15h30. Alguns planos, como o do dominó, correspondente a cena 8 no storyboard, foram retirados durante a filmagem por considerarmos que não eram mais necessários para a construção da sequência na edição. Nesse processo, iniciou-se a desprodução do estúdio.

Figura 46: Figura: Bastidores das Cenas dos Jogos



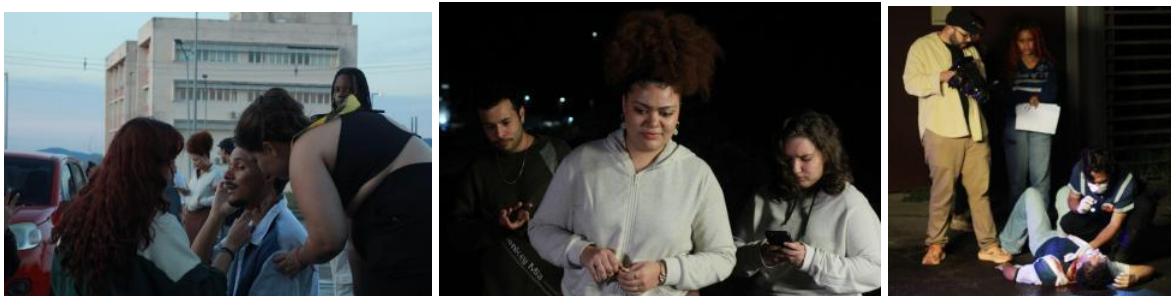
Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

5.8. 4 Gravação externa no estacionamento

Enquanto a equipe A finalizava as gravações internas, a equipe B iniciou a montagem da grua destinada às cenas externas no estacionamento. O equipamento, parcialmente montado no dia 8, foi posicionado na área externa do estúdio. Após o encerramento das gravações internas, a equipe de fotografia se dedicou, entre 16h30 e 18h, à instalação do monitor e aos ajustes finais dos equipamentos de iluminação necessários para a cena do estacionamento. Nesse intervalo, vesti o figurino da sequência “Morrendo na Rua” e, por volta das 17h, Fabrícia realizou a maquiagem do corte de faca no pescoço, aproveitando a luz natural do pôr do sol. Paralelamente, a equipe de produção iniciou o processo de molhar o asfalto do estacionamento, utilizando uma mangueira estendida e conectada ao prédio da FACOM, a fim de criar o efeito visual previsto para a cena.

Com a queda da luz natural, tiveram início as gravações externas. A trilha sonora foi reproduzida por Thais, utilizando uma caixa de som conectada ao meu notebook. Os atores, entre eles Daniel, responsável por interpretar o paramédico, chegaram pontualmente por volta das 17h30. Apenas Daniel utilizou figurino de caracterização para a cena. Iniciamos a gravação pelo plano principal, mais aberto e registrado em ângulo zenital com o uso da grua. Posicionei-me sobre o asfalto molhado, cercado por poças de água e sangue cenográfico espalhado pelo chão, enquanto a maquiagem da facada no pescoço aparecia de forma intensa em quadro. Optamos por gravar primeiro todos os planos em que eu aparecia como intérprete. As cenas com os figurantes foram realizadas posteriormente, já próximas ao encerramento do set. Foram feitas diversas tomadas, com mudanças de enquadramento, ajustes de iluminação e a realização de planos mais fechados. A gravação da sequência externa foi concluída por volta das 19h30, aproximadamente uma hora antes do previsto no storyboard.

Figura 47: Bastidores da Cena Morrendo na Rua



Fonte: Arquivos do TCC (Acervo pessoal do autor)

Após a conclusão das gravações, a equipe celebrou o encerramento dos trabalhos. A desmontagem do estúdio e a organização do estacionamento ocorreram de forma tranquila e organizada, uma vez que grande parte da estrutura e dos equipamentos já havia sido desmontada durante a tarde. Fiquei responsável por descarregar o material da câmera Blackmagic no meu HD externo. O processo de gravação, embora intenso e repleto de desafios logísticos e técnicos, demonstrou a capacidade de planejamento, adaptação e trabalho em equipe que o projeto exigiu. Da coordenação do transporte do caixão cenográfico à otimização dos planos de filmagem em tempo real, cada decisão tomada em set contribuiu para o aprendizado prático e para a compreensão mais aprofundada da complexidade da produção audiovisual independente.

É importante ressaltar que, durante as gravações realizadas tanto no teatro quanto no estúdio, a presença de um diretor de movimento foi fundamental. Essa função foi desempenhada por Rodrigo Medsan.. Embora eu fosse o intérprete da obra, já tivesse experiência como ator e possuísse uma noção prévia da performance que pretendia realizar em cada plano, Rodrigo contribuiu com um olhar externo sobre minha atuação. Ao longo das filmagens, ele propôs ideias, realizou correções de postura, orientou direcionamentos de olhar e sugeriu ajustes que contribuíram para aprimorar a interpretação diante da câmera. Sua participação foi importante para que as performances fossem construídas com maior precisão e coerência em relação às intenções de cada cena.

5.9 PÓS PRODUÇÃO

5.9. 1 Processo de edição e composição visual

A etapa de edição do videoclipe começou a ser pensada antes mesmo das gravações, principalmente pela presença de diversas cenas realizadas com chroma key. Como uma parte significativa da narrativa seria construída posteriormente com a inserção de cenários digitais, precisei definir previamente as referências visuais, os ambientes e a atmosfera pretendida para cada sequência. Esse planejamento foi fundamental para que, durante as filmagens, fossem considerados o desenho de luz, as sombras projetadas nos atores e objetos, a posição dos personagens, a escala dos elementos cênicos e o ângulo da câmera. Esses aspectos contribuíram para que as imagens gravadas pudessem ser integradas de maneira mais convincente aos cenários criados na pós-produção.

Ainda no mês de maio, antes da realização das gravações, iniciei a produção de imagens e composições visuais inspiradas nas referências pesquisadas para o videoclipe. Para

isso, utilizei ferramentas de manipulação de imagem, como o Photoshop, além de recursos de geração de imagens assistidos por inteligência artificial. No entanto, as imagens geradas não foram utilizadas de maneira imediata. Cada uma passou por processos de tratamento, recorte, modificação de elementos, ajustes de textura, iluminação e composição. Também realizei diversos testes para que os cenários apresentassem uma aparência mais natural e se aproximassem da identidade visual realista que eu pretendia construir para a obra. Após essa preparação, transformei parte desses cenários em imagens animadas, posteriormente utilizadas como fundos para as sequências gravadas em chroma key. Para isso, utilizei recursos de inteligência artificial voltados à animação de imagens, como o Flow, além de ferramentas de edição e composição, como o After Effects.

Embora as tecnologias de inteligência artificial tenham ampliado as possibilidades de manipulação visual no videoclipe, seus resultados não foram utilizados de forma automática ou definitiva. Em muitos casos, precisei repetir comandos, reformular descrições, alterar referências e realizar novos testes até alcançar movimentos, texturas e enquadramentos compatíveis com a proposta estética de cada cena. A elaboração dos comandos direcionados às ferramentas de inteligência artificial também exigiu atenção. Procurei ser objetivo nas descrições, indicar com clareza os elementos desejados e fornecer referências visuais previamente produzidas ou ajustadas no Photoshop, a fim de orientar a criação dos cenários. Ainda assim, os resultados frequentemente apresentavam imperfeições, exigindo intervenções posteriores. Dessa maneira, utilizei a inteligência artificial como uma ferramenta de apoio ao processo criativo, e não como substituta do trabalho de edição, tratamento e composição realizado por mim na pós-produção.

A integração entre os personagens gravados e os cenários digitais demandou um trabalho minucioso de recorte e composição. Após a remoção do fundo verde no Premiere Pro, precisei realizar ajustes por meio de máscaras, correções de cor, escurecimento e clareamento de regiões específicas do quadro, além da construção e adaptação de sombras. Esses procedimentos foram fundamentais para aproximar visualmente os personagens dos ambientes digitais e evitar a sensação de que cada elemento pertencia a espaços diferentes. Em algumas cenas, como nas sequências ambientadas no velório, o tratamento exigiu uma atenção ainda maior aos detalhes. O cabelo da personagem, por exemplo, demandou máscaras e ajustes específicos para que sua silhueta se integrasse melhor ao fundo criado. Também realizei alterações de luminosidade e contraste em diferentes áreas da imagem, buscando reproduzir a incidência de luz presente no cenário e reforçar a atmosfera dramática da narrativa. Em determinados momentos, as sombras foram construídas ou aperfeiçoadas com o

auxílio de ferramentas digitais, contribuindo para dar maior profundidade e coerência espacial às composições.

O projeto de edição foi criado no Premiere Pro em uma sequência Full HD, apesar de alguns planos terem sido gravados em 4K. Entre eles estavam, principalmente, as cenas realizadas com chroma key, os planos plongée gerais do teatro presentes na cena “Abismo” e o plano principal da sequência “Morrendo na Rua”. Esses takes foram registrados em 4K para que eu pudesse explorar, posteriormente, movimentos digitais de câmera por meio da escala da imagem, ou “scale”, durante a edição, sem comprometer a resolução final do videoclipe em Full HD. A decupagem e a organização dos arquivos também foram etapas essenciais para o andamento da edição. Os materiais foram separados por data e organizados em pastas destinadas ao making of, às fotografias e às imagens da câmera principal. Dentro da pasta da câmera principal, criei ainda subpastas para identificar os diferentes cartões de memória utilizados em cada diária. A finalização do videoclipe começou com a organização dos arquivos gravados nas duas diárias de filmagem: a primeira, realizada em 5 de junho, contou com aproximadamente 32 GB de material captado pela Sony Alpha A6300; já a segunda, realizada em 9 de junho, reuniu cerca de 168 GB de imagens registradas com uma câmera Blackmagic. Todo o material foi assistido pelo menos duas vezes, tanto para identificar os melhores takes quanto para refletir sobre as possibilidades de montagem.

No processo inicial de edição, organizei e montei as cenas em blocos separados, evitando que o programa ficasse excessivamente pesado. As sequências realizadas com chroma key também foram editadas em projetos distintos, pois exigiam maior quantidade de efeitos, máscaras, ajustes de imagem e inserções digitais. Após o tratamento dessas sequências, realizei a montagem geral do videoclipe, reunindo os takes que possuíam inserções digitais e aqueles que não precisavam de composição visual. A organização da montagem seguiu o ritmo da música e a lógica linear da narrativa, buscando construir uma progressão visual coerente entre as diferentes situações apresentadas. Ao final dessa etapa, o videoclipe ficou com duração aproximada de três minutos e quarenta segundos.

5.9.2 O Refinamento Estético: Color Grading

Com a montagem finalizada, iniciei o processo de correção de cor e color grading no DaVinci Resolve. Para isso, transferi a sequência do Premiere Pro por meio de um arquivo XML, preservando a estrutura da linha do tempo e permitindo que o trabalho de cor fosse realizado separadamente. No DaVinci, comecei fazendo testes com diferentes LUTs, isto é,

predefinições de transformação de cor que podem servir como ponto de partida para a criação de uma identidade visual. No entanto, esses recursos não foram aplicados de forma automática, pois cada plano apresentava condições específicas de luz, exposição, contraste e temperatura de cor. O processo de color grading envolveu ajustes de contraste, saturação, luminosidade, temperatura de cor e equilíbrio entre sombras e altas luzes. Procurei reduzir ou intensificar determinadas cores conforme a necessidade de cada sequência, buscando criar maior unidade visual entre planos gravados em dias diferentes, com câmeras distintas e sob condições variadas de iluminação. Também foi necessário equilibrar a aparência das imagens captadas pela Sony Alpha A6300 e pela câmera Blackmagic, de modo que as diferenças entre os equipamentos não comprometessem a continuidade estética do videoclipe.

Além da correção técnica, o tratamento de cor assumiu uma função narrativa. Nas cenas mais dramáticas, como as ambientadas no velório e nos espaços mais escuros, busquei trabalhar com contrastes mais marcados, sombras mais densas e uma atmosfera visual menos saturada, reforçando o peso emocional da narrativa. Em outros planos, especialmente aqueles que exigiam maior destaque para personagens ou objetos importantes, realizei ajustes localizados de brilho, contraste e cor, direcionando a atenção do espectador para os elementos centrais do quadro. Dessa maneira, o color grading não foi apenas uma etapa de correção das imagens, mas também um recurso importante para a construção estética e narrativa do videoclipe. Por meio dele, procurei reforçar a atmosfera dramática da obra, integrar visualmente os diferentes materiais gravados e aproximar o resultado final da identidade visual planejada desde a pré-produção.

5.10 NOME DA PERSONA

5.10.1 A reflexão sobre a escolha do nome artístico

A construção de uma persona artística não envolve apenas a definição de referências musicais, visuais e performáticas. A escolha de um nome também se tornou uma etapa importante desse processo, pois ele será uma das primeiras formas de contato entre o artista e o público. Antes mesmo de uma canção ser ouvida ou de um videoclipe ser assistido, o nome pode despertar curiosidade, transmitir uma atmosfera e sugerir aspectos da identidade que está sendo construída. Por essa razão, passei a compreender o nome artístico não apenas como uma substituição do nome civil, mas como uma assinatura capaz de sintetizar parte do universo criativo que desejo apresentar.

No meu caso, essa busca parte do meu nome André Ribeiro dos Santos, mas procura criar uma identidade que dialogue de maneira mais direta com a proposta pop que venho desenvolvendo. A intenção é encontrar um nome que possa coexistir com a minha identidade pessoal, sem necessariamente reproduzi-la de forma literal. Ele precisa carregar força, ser facilmente reconhecido, possuir uma sonoridade marcante e permitir diferentes possibilidades de construção visual. Em uma carreira musical, o nome precisa funcionar em contextos diversos, como capas de singles, créditos audiovisuais, cartazes, divulgações de shows, perfis em plataformas digitais e menções feitas pelo público.

Durante essa reflexão, surgiram algumas possibilidades, como EDNAI, EDNAIR, EDNAIER e ERDNAIER. “Anagrama incompleto” do nome ANDRE RI(beiro) Cada uma delas apresenta características próprias. EDNAI possui uma sonoridade mais curta, leve e misteriosa, enquanto EDNAIR parece trazer uma presença mais firme e direta. Já EDNAIER e ERDNAIER possuem um aspecto mais conceitual, teatral e próximo de um personagem, o que pode dialogar com uma proposta visual mais fantasiosa, dramática ou cinematográfica. Ao mesmo tempo, nomes mais complexos podem criar dúvidas quanto à pronúncia e à escrita, o que também precisa ser considerado em um contexto de divulgação e reconhecimento público.

A escolha de um nome artístico também pode envolver decisões estratégicas de comunicação. Anitta, por exemplo, adotou uma identidade inspirada na personagem da minissérie “Presença de Anita”, cuja figura associava feminilidade, sensualidade e força. Paralelamente, a artista afirmou que a inicial “A” foi pensada para favorecer sua posição em listagens alfabéticas de festivais, premiações e eventos, revelando que a construção de uma marca artística pode conciliar identificação subjetiva e planejamento de visibilidade (GSHOW, 2016; MARQUES, 2023). Essa observação evidencia que a definição de um nome artístico pode envolver tanto aspectos subjetivos quanto estratégias de comunicação. Um nome precisa possuir personalidade e coerência com a proposta artística, mas também deve ser fácil de pronunciar, escrever, lembrar e procurar nas plataformas digitais.

A reflexão sobre essas possibilidades ainda permanece em aberto, pois o nome definitivo precisa amadurecer junto à própria persona. Mais do que escolher uma palavra que soe bonita ou diferente, procuro encontrar uma identidade que consiga acompanhar diferentes fases da minha trajetória artística, dialogando com a dança, a teatralidade, a emoção, a cultura pop e as narrativas visuais que pretendo desenvolver. Nesse sentido, a escolha do nome não representa apenas uma decisão de mercado ou estética, mas uma tentativa de compreender qual assinatura artística traduz com mais precisão o artista que desejo me tornar.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu de uma pergunta ao mesmo tempo teórica e existencial: como se constrói uma persona pop? Ao longo das páginas precedentes, a resposta foi elaborada por meio de dois movimentos simultâneos, o da investigação acadêmica e o da criação artística, que se alimentaram mutuamente durante todo o processo. O resultado é um trabalho que não apenas descreve os mecanismos de construção identitária na indústria musical, mas também os vivencia, tensiona e questiona a partir de dentro.

A fundamentação teórica revelou que a persona pop é uma construção social e industrial, resultante da combinação entre performance, circulação midiática, estratégias de mercado e reconhecimento público. Autores como Rojek (2008), Goffman (1985), Adorno e Horkheimer (1985) e Goodwin (1992) contribuíram para a compreensão de que a imagem pública de um artista não emerge espontaneamente apenas de seu talento, mas é construída deliberadamente por uma engrenagem que envolve produtores, estilistas, diretores audiovisuais, assessores de marketing e equipes inteiras dedicadas à elaboração de uma figura, ao mesmo tempo, idealizada e identificável. Os casos de Britney Spears, Roberto Carlos e Madonna ilustraram, com precisão, as diferentes formas pelas quais essa fabricação opera em contextos históricos e culturais distintos. A história do videoclipe, percorrida desde os “Soundies” dos anos 1940 até as plataformas digitais contemporâneas, evidenciou a centralidade do audiovisual na constituição das personas artísticas. A Era MTV representou um momento de consolidação desse processo. Ao transformar o videoclipe em um produto cultural autônomo, o canal não apenas criou um novo gênero audiovisual, mas também instaurou uma lógica de visualidade que passou a organizar o imaginário da cultura pop global. No Brasil, a chegada da MTV, em 1990, impulsionou a produção nacional de videoclipes, criou espaços de experimentação estética e contribuiu para que artistas brasileiros desenvolvessem identidades visuais próprias, articuladas a referências culturais locais.

A dimensão prática do trabalho traduziu esses conceitos em um processo concreto de criação. A composição da canção, desenvolvida em colaboração com o produtor Pedro Braga, a elaboração do roteiro, a construção do storyboard, as negociações com as equipes de fotografia, direção de arte, figurino e coreografia, as gravações no Teatro Paschoal Carlos Magno e no estúdio da FACOM, além da edição e do color grading do videoclipe, formaram um percurso que expôs, na prática, as tensões e as possibilidades inerentes à construção de uma persona pop em um contexto acadêmico e independente. A música resultante, híbrida entre o pop e a música urbana, atravessada por uma atmosfera sombria, teatral e socialmente

crítica, tornou-se o eixo em torno do qual todas as decisões visuais e narrativas foram organizadas.

Um dos aprendizados centrais desse processo foi a percepção de que a construção de uma persona pop não implica a negação do sujeito, mas sua potencialização. Não se trata de criar um personagem inteiramente dissociado do intérprete, mas de organizar, amplificar e tornar comunicável uma versão articulada de si mesmo, com seus dilemas, sua espiritualidade, sua crítica social, sua história de deslocamento e ascensão. A letra da música, que articula a metáfora de uma corrida injusta e desigual, e a narrativa visual do videoclipe, estruturada em cenas de morte simbólica, aprisionamento e resistência, expressam essa síntese entre autobiografia e ficção, entre experiência vivida e construção estética. O processo também evidenciou os limites e as contradições da indústria analisada neste trabalho. A tentativa de aproximar a produção de padrões comerciais, presente na escolha do produtor, na busca por uma canção com potencial de mercado e na construção de um videoclipe visualmente elaborado, conviveu permanentemente com as restrições de um projeto acadêmico independente: orçamentos limitados, negociações institucionais complexas, equipes voluntárias e cronogramas apertados. Essa tensão entre ambição estética e condições concretas de produção foi, ao mesmo tempo, um desafio e um motor criativo, gerando solução

Por fim, ao concluir este percurso, compreendo que a construção de uma persona pop é um processo contínuo, marcado por escolhas estéticas, negociações, experimentações e constantes reformulações. A realização deste trabalho permitiu-me transformar inquietações pessoais e referências culturais em uma obra audiovisual que busca dialogar com experiências de desigualdade, fé, desejo de reconhecimento e resistência. Mais do que alcançar uma resposta definitiva sobre como se constrói uma persona pop, este projeto evidenciou que essa construção acontece no encontro entre aquilo que o artista deseja comunicar, os meios disponíveis para fazê-lo e a forma como o público atribui sentidos à sua imagem.

7. REFERÊNCIAS

- ABREU, Fernanda. **Rio 40 graus**. Direção: Luiz Stein. Brasil: EMI-Odeon, 1992. Videoclipe (5 min 11 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AhuJ3dUVQvc>. Acesso em: 25 Março. 2026.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ANDRADE, Ana Lúcia. **O filme dentro do filme: a metalinguagem no cinema**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- AUSTERLITZ, Saul. **Money for nothing: a history of the music video from The Beatles to The White Stripes**. New York: Continuum, 2007.
- BARRETO, Rodrigo Ribeiro. **A fabricação do ídolo pop: a análise textual de videocliques e a construção da imagem de Madonna**. 2005. 197 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BAYM, Nancy K. **Playing to the crowd: musicians, audiences, and the intimate work of connection**. New York: New York University Press, 2018.
- BBC NEWS BRASIL. K-pop: como funciona a multimilionária indústria de ídolos da Coreia do Sul**. BBC News Brasil, 18 ago. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45177274>. Acesso em: 10 jun. 2026.
- BENTES, Ivana. Videoclipe, cinema e política. In: PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana (org.). **Admirável mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 175-181.
- BRANDINI, Valéria. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana (org.). **Admirável mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 3-18.
- BRAUDY, Leo. **The frenzy of renown: fame and its history**. New York: Oxford University Press, 1986.
- BRYAN, Guilherme. **A autoria no videoclipe brasileiro: estudo da obra de Roberto Berliner, Oscar Rodrigues Alves e Maurício Eça**. 2011. 369 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- BRYAN, Guilherme. **Garota de Ipanema – 15 anos de MTV Brasil. De Olho no Clipe**, MTV Brasil, 20 out. 2005. Disponível em: http://www2.mtv.terra.com.br/clube/colunas_n/colunas.gen2.php?txtid=785&x=mtvcolunas. Acesso em: 02 jun. 2026. **Link indisponível**.
- BURCH, Noël. **Práxis do cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.
- CALDAS, Carlos Henrique Sabino. O videoclipe na era digital: história, linguagem e experiências interativas. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 18., 2013, Bauru. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2013. p. 1-15.
- CARVALHO, Anita. **O papel do empresário artístico na gestão de carreiras musicais após a transformação digital da indústria da música**. 2019. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa) – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: anitacarvalho.com.br. Acesso em: 10 dez. 2025.

- COOK, Nicholas. **Analysing musical multimedia**. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- CORRÊA, Laura Josani Andrade. **Breve história do videoclipe**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-OESTE, 8., 2007, Cuiabá. **Anais [...]**. Cuiabá: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/resumos/R0058-1.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2026.
- CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David. **Social media entertainment: the new intersection of Hollywood and Silicon Valley**. New York: New York University Press, 2019.
- DALLA VECCHIA, Leonam. **Por uma metodologia de análise narrativa das audiovisuais musicais em rede: narratividade pop, persona musical e a dimensão dramatúrgica na linguagem do videoclipe**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 34., 2025, Curitiba. **Anais do 34º Encontro Anual da Compós**. Curitiba: Compós, 2025. Disponível em: <https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2025/article/view/11385>. Acesso em: 13 abr. 2026.
- DAPIEVE, Arthur. **BRock: o rock brasileiro dos anos 80**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.
- DAVENPORT, Thomas H.; BECK, John C. **The attention economy: understanding the new currency of business**. Boston: Harvard Business School Press, 2001.
- DELMONT, Matthew F. **The nicest kids in town: American Bandstand, rock'n'roll, and the struggle for civil rights in 1950s Philadelphia**. Berkeley: University of California Press, 2012.
- DUARTE, Fernanda Carolina Armando. **O papel do diretor no videoclipe brasileiro**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PESQUISADORES EM CRÍTICA GENÉTICA, 10., 2010, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012. p. 861-870.
- DUTRA, Isadora Porn. **Muito além das dancinhas: cultura participativa, trends e a midiatização do TikTok no impulsionamento de Anitta ao primeiro lugar nas paradas mundiais**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.
- DYER, Richard. **Stars**. London: British Film Institute, 1998.
- FERRARI, Leon. **O que é ansiedade algorítmica? Como as redes sociais afetam nossa saúde mental. O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 22 mar. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/saude/ansiedade-algoritmica-as-redes-podem-afetar-a-saude-mental-de-usuarios-e-influencers/>. Acesso em: 16 maio. 2026.
- FORMAN, Murray. **One night on TV is worth weeks at the Paramount: popular music on early television**. Durham: Duke University Press, 2012.
- FRANÇA, Vera R. V.; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula G. **Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- FRITH, Simon. Look! Hear! The uneasy relationship of music and television. **Popular Music**, Cambridge, v. 21, n. 3, p. 277-290, out. 2002.
- FRITH, Simon. **Performing rites: on the value of popular music**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.
- FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew (ed.). **On record: rock, pop, and the written word**. New York: Pantheon Books, 1990.
- FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew; GROSSBERG, Lawrence (org.). **Sound and vision: the music video reader**. London: Routledge, 1993.
- GARLAND, Robert. **Celebrity in antiquity: from media tarts to tabloid queens**. London: Duckworth, 2006. 177 p.
- GARSON, Marcelo. Roberto Carlos como mediador cultural: música jovem, TV e rádio. **Tempo Social**, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 101-122, ago. 2020.

- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GOODWIN, Andrew. **Dancing in the distraction factory: music television and popular culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.
- GOODWIN, Andrew; GROSSBERG, Lawrence (org.). **Sound and vision: the music video reader**. London: Routledge, 1993. p. 93-108.
- GSHOW. Anitta revela origem do nome artístico e brinca: “Se falar Larissa, ninguém sabe”. *Gshow*, 25 jul. 2016. Disponível em: <https://gshow.globo.com/tv/noticia/2016/07/anitta-revela-origem-do-nome-artistico-e-brinca-se-falar-larissa-ninguem-sabe.html>. Acesso em: 5 jul. 2026.
- HOLZBACH, Ariane Diniz. **Smells like teen spirit: a consolidação do videoclipe como gênero audiovisual**. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.
- JANOTTI JÚNIOR, Jeder; SOARES, Thiago. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. *Galáxia*, São Paulo, n. 15, p. 91-108, 2008.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução de Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2015.
- JESUS, Eduardo de. Circuito de exibição e hibridismo: o videoclipe em expansão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2004.
- KAPLAN, E. Ann. **Rocking around the clock: music television, postmodernism, and consumer culture**. New York; London: Methuen, 1987. 196 p.
- KARHAWI, Issaaf; PRAZERES, Michelle. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. *RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 800-819, 2022.
- LEIGHT, Elias. **Sped-up songs are taking over TikTok and driving songs up the charts**. *Billboard*, 10 nov. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/sped-up-songs-tiktok-streaming-charts/>. Acesso em: 10 mar. 2026.
- LEIGHT, Elias. **With sped-up songs taking over, artists feel the need for speed**. *Billboard*, 14 mar. 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/sped-up-songs-taking-over-labels-tiktok/>. Acesso em: 10 mar. 2026.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- LUSVARGHI, Luiza Cristina. **A MTV no Brasil: a padronização da cultura na mídia eletrônica mundial**. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- MACHADO, Arlindo. Reinvenção do videoclipe. In: MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.
- MAGLIONI, Teisa Bustamante; SOUZA, Gislene Nogueira de; MOREL, Aline Pereira Sales; REZENDE, Daniel Carvalho de. **A influência do capital cultural no gosto e no consumo de música, televisão e cinema. Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 36, n. 2, p. 53-68, jul./dez. 2015. DOI: 10.5433/1679-0383.2015v36n2p53. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/24362>. Acesso em: 12 jan. 2026.
- MARQUES, Ana Flávia. **Anitta 30 anos: confira 30 curiosidades sobre a cantora**. *O Povo*, 30 mar. 2023. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/divirtase/2023/03/30/anitta-30-anos-confira-30-curiosidades-sobre-a-cantora-a.html>. Acesso em: 5 jul. 2026.

- MARSHALL, P. David. Persona studies: mapping the proliferation of the public self. **Journalism**, Thousand Oaks, v. 15, n. 2, p. 153-170, 2014.
- MARSHALL, P. David. The meanings of the popular music celebrity: the construction of distinctive authenticity. In: MARSHALL, P. David (ed.). **The celebrity culture reader**. New York: Routledge, 2006.
- MERCER, Kobena. Monster metaphors: notes on Michael Jackson's Thriller. In: FRITH, Simon;
- MORIN, Edgar. Os olímpicos. In: MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. v. 1: Neurose. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. p. 105-109.
- NASCIMENTO, Andrea Costa do; PEREZ, Clotilde; OLIVEIRA, Diego Antônio de; BRONSTEIN, Karla Patriota. **Celebridades, marcas e consumo: quais atributos dos famosos fortalecem um produto no mercado? Signos do Consumo**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 70-87, 2013. DOI: 10.11606/issn.1984-5057.v5i1p70-87. Disponível em: <https://revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/70465>. Acesso em: 20 out. 2025.
- NERCOLINI, Marildo José; HOLZBACH, Ariane Diniz. **Videoclipe em tempos de reconfigurações. Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 16, n. 39, p. 50-56, ago. 2009. DOI: 10.15448/1980-3729.2009.39.5841. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/5841>. Acesso em: 08 fev. 2026.
- NIEBOG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018.
- O'BRIEN, Lucy. **Madonna: like an icon**. New York: Harper Perennial, 2008.
- PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana (org.). **Admirável mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- PINTO, José Paulo Guedes. **No ritmo do capital: indústria fonográfica e subsunção do trabalho criativo antes e depois do MP3**. 2011. 185 f. Tese (Doutorado em Economia) – Departamento de Economia, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12140/tde-17012012-153429/publico/JosePauloGuedesPinto.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2026.
- PINTO, Raiane Cardoso; NOGUEIRA, Maria Alice de Faria. Spedupsongs, economia da atenção e TikTok: a estratégia de músicas aceleradas na indústria musical global. **Comunicologia**, Brasília, v. 17, n. 1, 2024.
- RÉ, Adriana Del. O videoclipe perde a vez. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, Caderno TV & Lazer, p. 4-5, 10 dez. 2006.
- ROJEK, Chris. **Celebridade**. Tradução de Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- SÁ, Simone Pereira de. **O videoclipe na era do YouTube e do VEVO**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2009.
- SERVA, Leão. Prefácio. In: PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana (org.). **Admirável mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- SHUKER, Roy. **Understanding popular music culture**. 4. ed. New York: Routledge, 2012.
- SILVA JÚNIOR, Flávio Márcio Maia e. TikTok e música pop: relações entre mídia, plataformas e produção de conteúdo no meio digital. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, Rio Branco, v. 10, n. 1, 2021.
- SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livro Rápido, 2004.
- SPEARS, Lynne; CRAKER, Lorilee. **Britney Spears: a história por trás do sucesso**. Tradução de Bárbara Coutinho. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2009.

- STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas: Papirus, 2003.
- STOKEL-WALKER, Chris. **TikTok boom: China's dynamite app and the superpower race for social media**. London: Canbury Press, 2021.
- TARABORRELLI, J. Randy. **Michael Jackson: the magic, the madness, the whole story, 1958-2009**. New York: Grand Central Publishing, 2009.
- TINHORÃO, José Ramos. **História social da música popular brasileira**. São Paulo: Editora 34, 1998.
- TORRES, Bruno. A era TikTok na produção de videocliques. **Revista Miguel**, Rio de Janeiro, n. 11, 2025. [
- TREVISAN, Michele Kapp. A era MTV: análise da estética de videoclipe (1984-2009). 2011. 265 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10923/2248>. Acesso em: 22 set. 2025.
- TREVISAN, Michele Kapp; JESUS, Rafael de. Lyric video: uma nova estética de divulgação da música pop. **RUA – Revista Universitária Audiovisual**, São Carlos, UFSCar, 15 jul. 2013.
- VERNALLIS, Carol. **Experiencing music video: aesthetics and cultural context**. New York: Columbia University Press, 2004.
- VERNALLIS, Carol. **Unruly media: YouTube, music video, and the new digital cinema**. New York: Oxford University Press, 2013.
- VIANA, Nildo. **O capital fonográfico e a formação do gosto musical**. **Revista Espaço Livre**, [S. l.], v. 9, n. 17, p. 37-49, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://redelp.net/index.php/rel/article/view/576>. Acesso em: 05 fev. 2026.
- WESOŁOWSKI, Adrian D. **Beyond celebrity history: towards the consolidation of fame studies**. **Celebrity Studies**, v. 11, n. 2, p. 189-204, 2020. DOI: 10.1080/19392397.2018.1527705. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19392397.2018.1527705>. Acesso em: 11 jun. 2026.
- WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido: uma outra história das músicas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

APÊNDICE A – Partitura da melodia inicial**Música 01- André Ribeiro**

$\text{♩} = 175$

The musical score is written in treble clef with a key signature of one flat (Bb). The tempo is marked as 175 beats per minute, indicated by a quarter note symbol followed by "= 175". The score consists of three staves. The first staff contains measures 1 through 6. The second staff contains measures 7 through 11. The third staff contains measures 12 through 14. The melody is composed of eighth and quarter notes, with some measures featuring beamed eighth notes and rests.

APÊNDICE B – Letra da canção

MÚSICA _ ANDRÉ

VERSO 1

Tento achar saída onde não me vejo
Tento caminhar sozinho, sem alguém do meu lado
Labirinto infinito, a vida eu escrevo
Recalculando as rotas do meu passado
Meu jogo mal começou e eu já tô morrendo
Que eu não fique para trás nessa corrida, não
Veja bem...
Quanto tempo de vida eu tô perdendo, meu?
Não comecei no memo degrau que cê não!

VERSO 2

Andando em noites escuras
O passado vem
Antigos fantasmas me seguem
E eu supliquei
Um sangue, capa vermelha
De um lobo mau
Ohhh, isso é trágico!

HOOK 1 (PRÉ REFRÃO)

Rasgue essa dor, mas vai, não pare — nem que tentem
Pegue esse fardo e corre atrás, além
Eu corro sem dó, CORRO SEM DÓ, baby
Alto eu vou, ALTO EU VOU, baby
Foco no jogo, FOCO NO JOGO, baby

REFRÃO

Rasgue essa dor, mas não pare (não)
Sem chances, eu sei — já é tarde
Mas eu CORRO SEM DÓ, corro sem dó, baby
ALTO EU VOU, alto eu vou, baby
FOCO NO JOGO, foco no jogo, baby
BABY

PONTE

Será que vou conseguir recomeçar? (não vai não)
Reconstruir meu castelo de cartas?
Presta atenção no jogo
Não posso errar de novo
Presságio, quebra-cabeça que eu não sei montar!

VERSO 2 (REPRISE)

Andando em noites escuras
O passado vem
Antigos fantasmas me seguem
E eu supliquei
Um sangue, capa vermelha
De um lobo mau
Ohhh, isso é trágico

HOOK 2

Pai, cá pra nós — venha a|nós
Povo adoecendo
E eles enfiando em nós — reza
Vem
Venha ver, se endoidecer
O circo que eles fazem
Em nome de você!

Oh pátria amada, escute a voz
Teus campos mais risonhos
Armas apontam para nós
Verás vê, veja bem
Desafia o nosso peito à própria foz!

[INSTRUMENTAL] BATALHA

REFRÃO FINAL

Rasgue essa dor, mas vai, não pare — nem que tentem
Pegue esse fardo e corre atrás, além
Uh, uh, uh — sem chances!
Uh, uh, uh — sem chances!

APÊNDICE C – Roteiro do videoclipe

ROTEIRO CONCEITUAL DE VIDEOCLÍPE

Música autoral | Projeto de TCC: construção da persona pop através dos videoclipes André Ribeiro

O videoclipe propõe uma jornada visceral e simbólica pela psique do artista, explorando a morte social, o aprisionamento emocional, o enfrentamento do sistema e a busca por libertação. A estética alterna entre o realismo cru da noite urbana, asfalto molhado, luzes de sirene e sensação de perseguição e um surrealismo teatral marcado por fantasmas, abismos e castelos de cartas. Visualmente, a obra se apoia no contraste entre a escuridão profunda e cores saturadas, como vermelho sangue, azul policial e branco estéril. A narrativa acompanha a letra da música, transformando angústia, revolta e resistência em imagens de forte impacto dramático.

LOCAÇÕES	
LOCAÇÃO 01: Asfalto, ambiente noturno/urbano	ESTACIONAMENTO UFJF
LOCAÇÃO 02: Espaço liminar, vazio, onírico	ESTÚDIO CHROMA KEY + FUNDO BRANCO INFINITO
LOCAÇÃO 03: Ambiente grandioso, escuro, opressivo, com escadarias e palco	CINE THEATRO CENTRAL/ PRÓ MÚSICA

ROTEIRO/ DESCRIÇÃO DE CENAS	
CENA	AÇÃO (Narrativa) / PRODUÇÃO
1.MORRENDO NA RUA 	Tudo na LOCAÇÃO 01 (ESTACIONAMENTO UFJF) Ação: Ação (Narrativa): A cena abre com um plano detalhe do asfalto molhado/ Plano Geral do acidente. Luzes vermelhas e azuis de uma sirene (carro de polícia ou ambulância) piscam freneticamente, iluminando a cena em flashes intermitentes. O intérprete está caído no chão, ensanguentado, com o olhar perdido. Pessoas ao redor (figurantes) observam a cena em choque (slow motion), algumas gravando com celulares, outras apenas paralisadas.. A indiferença contrasta com a dor. O intérprete, mesmo caído e ferido, canta os primeiros versos da música, olhando diretamente para a câmera. Um paramédico se aproxima rapidamente, ajoelha-se e começa a verificar os sinais vitais. O paramédico prepara o desfibrilador e tenta reanimá-lo no ritmo da batida da música

<u>+ IMAGENS REFERENCIA</u>	Produção/Arte: 4 Figurantes 3 Cíveis: Roupas dentro da paleta de cores 1 Paramédico: Colete Luva - Um Carro Farol (Policia, ambulância) - A vítima (intérprete) + Figurino 1 - Sangue falso (no nariz tmb) - Água suficiente (para molhar o chão) - LED RGB (falsear luz de ambulancia) - Maquina de Fumaça - Almofada pequena (p/ o intérprete usar na cabeça)
2. VELÓRIO  <u>+ IMAGENS REFERENCIA</u>	Tudo na LOCAÇÃO 02 (ESTÚDIO CHROMA) Ação: A atmosfera muda para um minimalismo religioso e realismo contido. A capela é simples, com uma paleta fria e toques de roxo/violeta nas flores e figurinos, simbolizando luto, realeza e mistério. Um familiar próximo (atrás) do caixão se despede do defunto. Outras pessoas estão chorando e impactadas com a partida, mas de forma contida e silenciosa. O intérprete (defunto) canta principalmente o Verso 01. A câmera explora um plano plongée (visto de cima) simétrico do intérprete em pé no caixão, vestido com terno preto e gravata (tons violeta), cercado por velas (inspirado na estética de Lime Cordiale). Em um momento surreal, o quadro do Sagrado Coração de Jesus na parede parece ganhar vida e canta o trecho 'Veja Bem'. O defunto encerra o verso fechando os olhos, ou um familiar puxa para baixo a pálpebra do defunto. Produção/Arte: - Caixão ou Moldura que imita caixão - Mesa/Tábua Preta(marrom) que imitará o suporte do caixão - Defunto + Figurino 2 - 2 á 3 atores + figurino black (de luto) - Terço de mão - 1 Flor de Rosa (branca) - Almofada para levantar cabeça - Lenço para enxugar lágrimas

3.ABISMO

LOCAÇÃO 02 (ESTÚDIO CHROMA KEY) - ATO I



Ação:

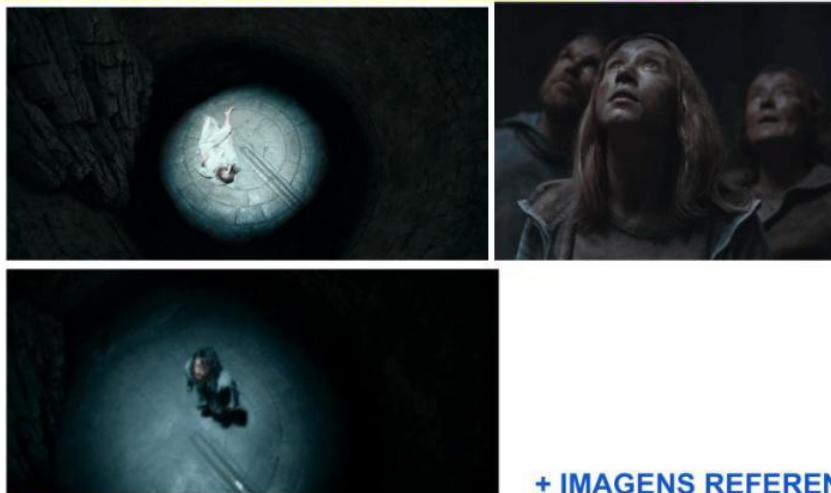
ATO I: "O intérprete cai no limbo" **LOCAÇÃO 02 - CHROMA**

Obs: Fotografar corpo de todos os lados com o figurino! Vai ser criado por VFX.

Produção/Arte:

- Figurino

LOCAÇÃO 03 (CINE THEATRO CENTRAL) - ATO II



• ATO III

+ IMAGENS REFERENCIA

LOCAÇÃO 03- THEATRO

Ação:

ATO II - O intérprete acorda no chão, confuso, preso e sozinho. Ele tenta andar, mas correntes simbólicas o impedem. Surgem vultos do passado ao redor dele: bailarinos movendo-se em silhuetas, apenas formas escuras na luz dramática.

Ele caminha sozinho, assustado. As figuras começam a segui-lo. Ele se move, gesticula desesperado, buscando alternativas de saída. Começa a primeira interação com esses vultos, onde ele dança com os bailarinos-"fantasmas". Ele cai de joelhos, como se rezasse ou implorasse por força, e então começa a reagir, puxando as correntes e tentando correr. Os fantasmas tentam segurar e massacrar/crucificar o intérprete.

-



• ATO IV



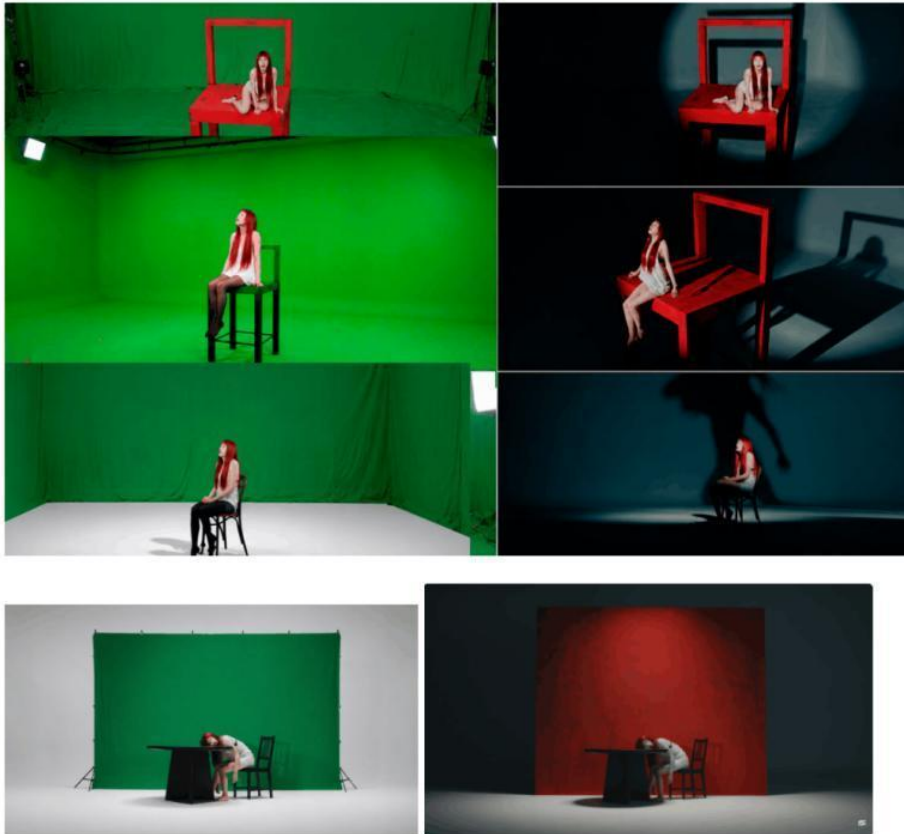
ATO III - Ele tenta fugir com todas as suas forças, buscando escalar o abismo. A câmera assume um plano Plongée mostrando uma escada de madeira que surge da escuridão. Há fumaça densa e um halo de luz no topo. Ele alterna entre cantar forte e correr pelo abismo, até perceber que não há retorno. Cena principalmente para o verso “Alto eu vou, elto eu vou baby”

ATO IV - A atmosfera se transforma em uma teatralidade surreal.é inundado por luzes vermelhas e azuis(branco/flash) cruzadas, com fumaça densa cobrindo o chão.Os monstros interagem com o preso, provocam, batem e dançam violentamente. O intérprete canta com as forças esgotadas. O clipe revela o pesadelo social: figuras de poder (políticos, religiosos, policiais) fazem gestos exagerados como um espetáculo grotesco. Ele abre o peito, encarando as armas sem recuar. A luta vira dança, e os empurrões se transformam em movimentos coreográficos. Em um momento de finalização, o intérprete no chão, canta sem forças.

Produção/Arte:

- Figurino 03
- Correntes ou cordas
- Armas : facões ou revólver (espingardas)
- Escada Grande (Teatro tem?)
- Maquinas de Fumaça
- 6-7 bailarinos + figurinos
- Objetos/ bailarinos que remetem à política e religião?
- Fresnel
- Ventilador
- Extensões gigante facom

 + IMAGEM REFERENCIA	
4.PRISÃO EMOCIONAL ATO 1 	LOCAÇÃO 02 (ESTÚDIO CHROMA KEY + Infinito Branco) Ação: ATO 1 - A atmosfera principal é de um estúdio cinza-azulado minimalista, com iluminação dramática de spotlight cônico, criando uma forte sensação de isolamento e peso psicológico. O intérprete aparece vulnerável e pequeno diante de sombras gigantes. Em um plano marcante, ele está sentado em uma cadeira pequena, enquanto a sombra gigante e ameaçadora de um lobo é projetada na parede atrás dele.



Em outro momento, o protagonista aparece em cima de um objeto gigante (uma cadeira vermelha desproporcional), reforçando a sensação de opressão. (Choroma Key)

Produção/Arte:

- Banqueta ou suporte c/ Choroma,
- Mesa e cadeira (objetos de cena)
- **Figurino ?**
- Castelo de Baralho
- Jogo de Xadrez
- Dominó
- relógio de mesa?

ATO II

+ [IMAGENS REFERENCIA](#)

Ação:

ATO II - Como variações (flashbacks ou delírios), há inserções de um quarto vermelho monocromático (diorama) onde ele joga xadrez, constrói castelos de cartas que desabam, e observa uma máscara teatral com um leque de cartas, simbolizando a falsidade e o 'jogo' social. (Fundo infinito Branco, ou Preto)

Fonte: Veja o documento

em <https://docs.google.com/document/d/1oG5e0dw-eVjCxuTIWHfOc5tlvS4qdjuY/edit?usp=sharing&ouid=113441590213952293536&rtpof=true&sd=true>

APÊNDICE D – Moodboard e referências conceituais do videoclipe



PROPOSTA DA MÚSICA E VIDEOCLÍPE

A mensagem e sensação:

A proposta sonora e narrativa da música é criar uma sensação de urgência atravessada por um melancolismo profundo, partindo de uma atmosfera densa e emocional até alcançar um ápice marcado por batidas poderosas, com influências do hip hop e do R&B. O personagem é apresentado como alguém que corre contra o tempo, preso em uma realidade difícil de romper, como se estivesse dentro de uma prisão simbólica ou de um jogo quase impossível de vencer. Mesmo cercado por barreiras, ele encara o próprio destino com atitude, convicção e coragem, movido por uma busca intensa por redenção, entendida como salvação, proteção e libertação de uma situação extrema. A narrativa brinca com a metáfora de que a vida é uma corrida, mas nem todos largam da mesma linha de partida; alguns já começam muitos passos atrás, carregando fardos invisíveis que nem sabem de onde vêm. Assim, a música acompanha esse caminhar pesado e essa fuga incansável de alguém que tenta escapar de um submundo emocional e social, mas esbarra constantemente nas estruturas do mundo real, revelando uma jornada marcada por dor, resistência e pela possibilidade inquietante de que essa luta talvez nunca termine.



DIREÇÃO DE ARTE

A estética do videoclipe é construída sobre três universos visuais distintos, criando uma jornada de queda, luto e aprisionamento emocional.

1. Realismo Cru Noturno

Asfalto molhado, luzes de sirene (vermelho/azul) em bokeh, paleta fria com pontos quentes.

2. Minimalismo Religioso

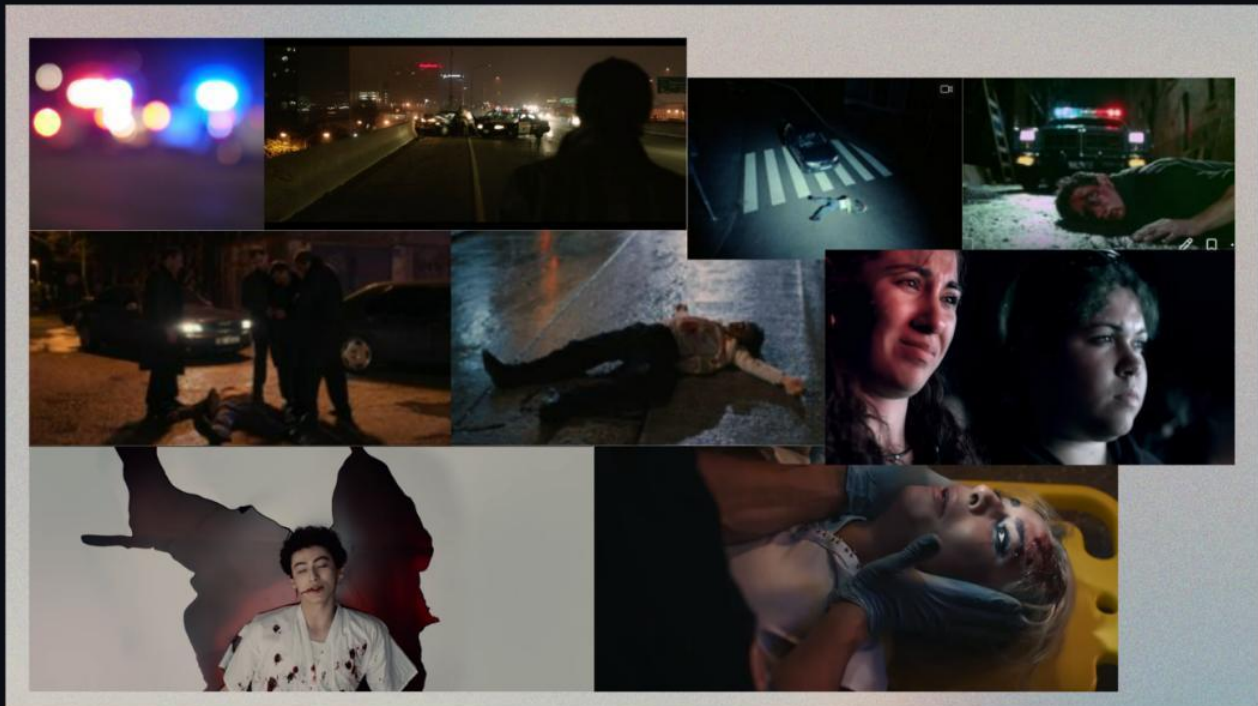
Isolamento da figura, alusões católicas, tons de roxo/violeta, atmosfera melancólica.

3. Teatralidade Surreal

Vermelho-sangue dominante, sombras expressionistas, cenografia minimalista e opressiva.



CENA 1: MORRENDO NA RUA



CENA 1: MORRENDO NA RUA

VERSO 01

Tento achar saída onde não me vejo
Tento caminhar sozinho, sem alguém do meu lado
Labirinto infinito, e a vida eu escrevo
Recalculando as rotas do meu passado...

Atmosfera: Realismo cru noturno. Asfalto molhado, luzes de sirene (vermelho e azul) refletindo nas poças.

Ação: O intérprete já no chão, ferido. Paramédicos tentam reanimá-lo enquanto curiosos, chocados, filmam com celulares.

Closed Slow Motion das pessoas reagindo a tragédia.



1. Bokeh Sirenes, chão molhado



2. Bokeh Sirenes (Atmosfera)



3. Curiosos Filmando (Indiferença)



4. tumulto de pessoas



5. Plongée Extremo (Corpo)



6. Pose "Anjo Caído" (Vulnerabilidade)



7. Paramédico SAMU (Desfibrilador)



8. Detalhe chão com Sangue



9. Close Perfil (Sangue e Sirene)

CENA 2: VELÓRIO

VERSO 01

...[Continuação] Meu jogo mal começou e eu
já tô morrendo
Que eu não fique para trás nessa corrida, não
Veja bem...
Quanto tempo de vida eu tô perdendo, meu?
Não comecei no memo degrau que cê não!

Atmosfera: Minimalismo religioso e realismo contido. Capela simples, paleta fria com toques de roxo/violeta (simbolizando luto, realeza e mistério).

Ação: O velório do intérprete. Familiares em luto contido. O quadro do Sagrado Coração de Jesus parece cantar a música.

Destaque: O plano plongée (visto de cima) do intérprete em pé no caixão, inspirado na estética de Lime Cordiale.



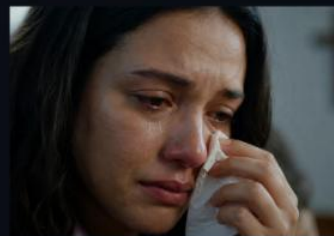
1. Caixão de Iadol (Realismo)



2. Familiar em Luto (Close)



3. Familiar Jovem (Tons de Roxo)



4. Closed enxugando as lágrimas



5. Plongée Simétrico (Caixão)



6. Quadro de Jesus (Cantando)



7. Quadro de Jesus (Cantando)



8. Plongée Simétrico (Caixão)

CENA 3: ABISMO

Atmosfera: Teatralidade surreal. Palco do Cine Theatro Central inundado em luzes vermelhas e azuis cruzadas, fumaça densa.

Ação: O intérprete cai no limbo. Bailarinos como vultos coletivos se movem em silhueta. Ele tenta escalar uma escada para fora do abismo.



1. Palco Teatral (Luz Vermelha/Azul)



2. Vultos Coletivos (Silhuetas)



3. Plongée no Poço de Luz



4. Solo Olhando para Cima (Desespero)



5. Escada do Abismo (Top-Down)



6. Lobo Sangrento (Pose Híbrida)



7 Silhueta de vultos



8. Dançarinos atacando



9. Dançarinos atacando

CENA 4: PRISÃO EMOCIONAL



Aqui há algumas cenas inspiradoras para esse universo: em uma, ela está sentada sobre um objeto gigante; em outra, uma sombra gigante aparece ao fundo, dançando.



CENA 4: PRISÃO EMOCIONAL

Atmosfera Principal: Estúdio cinza-azulado minimalista, iluminação dramática de spotlight cônico. Sensação de isolamento e peso psicológico.

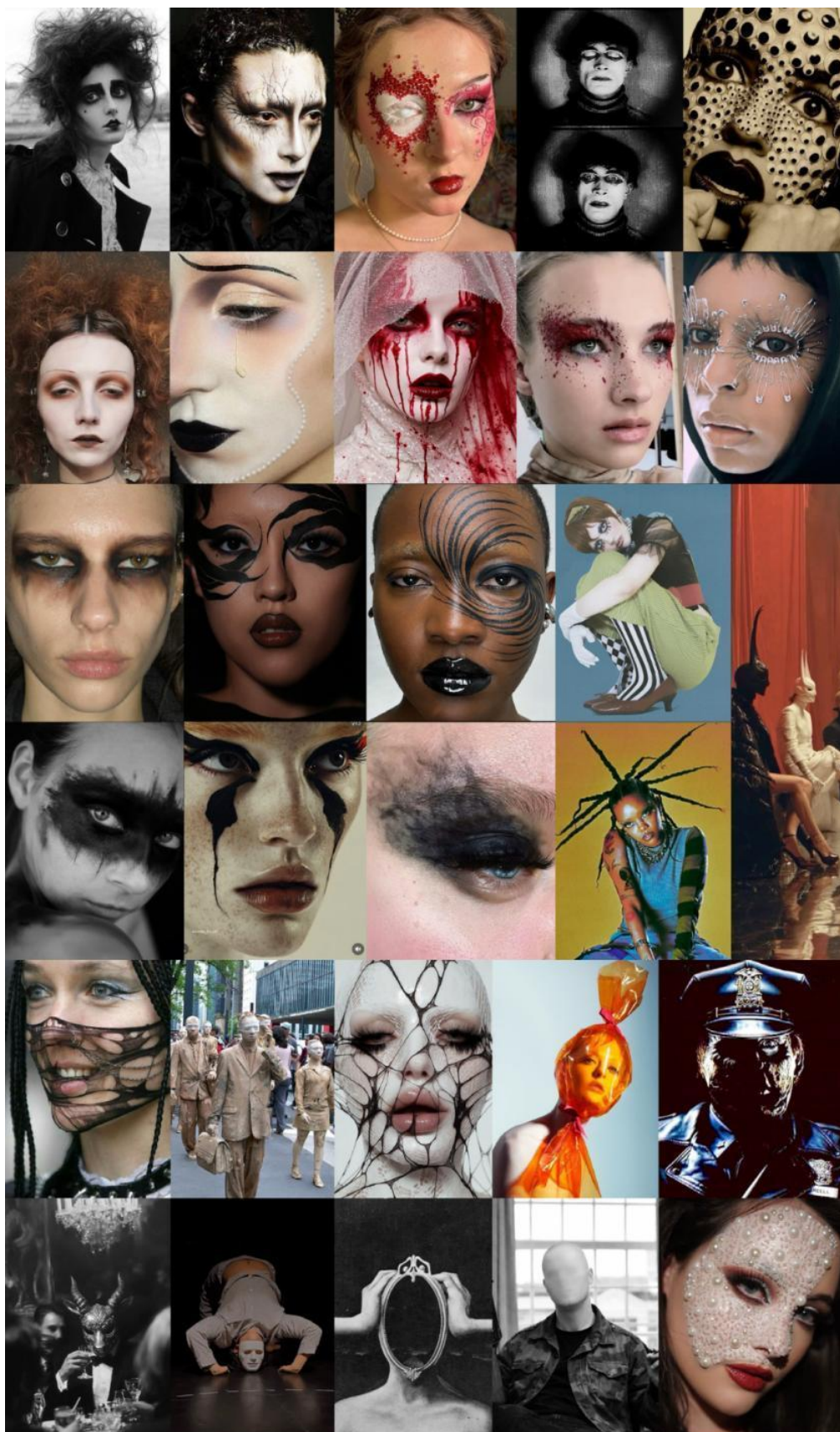
Ação: O intérprete aparece vulnerável e pequeno diante de sombras gigantes (o "lobo") e móveis desproporcionais.

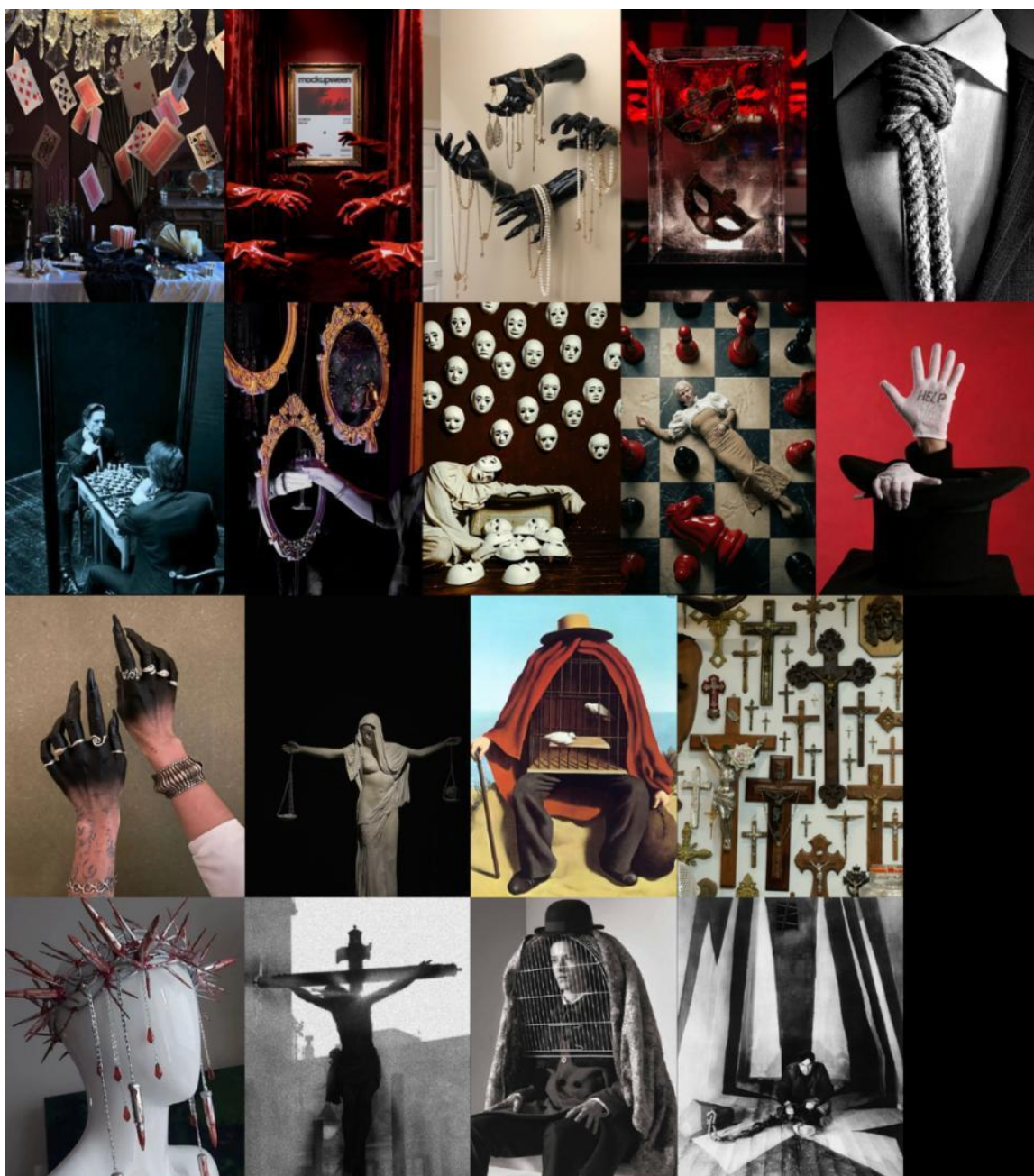
Variações (Flashbacks/Delírios): Inserções de um quarto vermelho monocromático onde ele joga xadrez e constrói castelos de cartas, simbolizando o "jogo" social.



MoodBoard disponível em: <https://www.canva.com/design/DAHIRr3utT0/dmvAy2gQvVUbXssRs6Pohw/edit>

APÊNDICE E – Referências de maquiagem e universo visual





DANÇARINOS CENA 3: Maquiagem expressionista com elementos cobrindo parte do rosto; roupas de figuras de poder mas com tecidos mais leves e largos, dando fluidez. Exagero teatral

CENA 4: elementos e make surrealista. Predomina o vermelho. A roupa do cantor pode ser um pouco desconexa.

APÊNDICE F – Planilha da Direção de Arte

CENA 1

Item	Orçamento aprox.	Quantidade	Status
Sangue falso (glucose de milho + 3 corantes)	R\$ 44,00	500ml	Fabricia
Cones de trânsito	R\$ 0,00	Dois	Karla
Mangueira	R\$ 0,00	Uma	FACOM
Borrifador de água		Um	Fabricia
almofada	R\$ 0,00	Uma	Pendente
celular figurantes	R\$ 0,00	X	X
maquiagem machucados	R\$ 25,00	Uma	Fabricia
Torniquete	R\$ 20,00	Um	Cortado
gaze + atadura	R\$ 2,00	Um	Fabricia
			R\$ 0,00
Lanterninha		Uma	André
Luva p/ Paramédico e máscara			André + Gabriella
Figurino Paramédico			Gabriella Monteiro
Figurino André			Gabriella Monteiro
Total	R\$ 91,00		

CENA 3

Item	Orçamento aprox.	Quantidade	Status
Correntes	R\$ 0,00	Duas	Cortado
Cordas		DUAS	Gabriella Monteiro Teatro Paschoal
Sangue Falso			Fabricia
Faca falsa			Fabricia
Armas fakes	R\$ 0,00	R\$ 3,00	Gabriella
Crucifixos			Gabriella
Cruz grande	R\$ 0,00	Uma	Gabriella/ Ver com o Cris
Bíblia	R\$ 0,00	Uma	Fabricia
Balança da justiça (?)	X	Uma	Cortado
Maquiagem surrealista	R\$ 42,00	Base, corretivo, contorno, pincel e esponjinha	Fabricia
Ventilador			André
Faixa presidente	X	Uma	Fabricia
Tecidos picotado, revestir o chão			Pendente Entreato
Escada gigante			Teatro Carlos Magno
Figurino Dançarinos			Gabriella Monteiro
Figurino André			Gabriella Monteiro
Tecido preto 3X5	R\$ 0,00	Vários	Facom 115
Total	R\$ 42,00		

Relação objetos emprestados e donos

Item	Orçamento
Cena 1 - Cones de trânsito	Facom
Cena 3 - Armas de fogo fakes	Gabriella M.
Cena 4 - Baralho comum	Gabriella M.
Cena 4 - Baralho dourado	André
Cena 3 - Tecidos brancos e pretos	Teatro

CENA 2

Item	Orçamento aprox.	Quantidade	Status
Caixão	R\$ 0,00	Um	André/Sindicato
Paletes (paredes de Fundo)		Dois	Estúdio Facom
Tabuas Grndes verdes (revestir o chão)		Três	Facom
Tecidos Chorma Key (sala 115 e 112)		Dois	115 e 112/Facom
Terço de mão Branco		Um	Julia
Rosas brancas	R\$ 0,00	3 unidade	André
Lenço p/ lágrimas	R\$ 0,00	Um	Gabriella Monteiro
Mesa p/ suporte do caixão (madeira)	R\$ 0,00	Um	Facom
Tecido preto para revestir a mesa? 5X3 (sala 115)			Facom
			R\$ 0,00
Painel simular mesa (na gravação em pé)			Fabricia Facom
Cartão memorial	R\$ 0,00	Um	Cortado
Figurino Velório			Gabriell monteiro
Glicerina			Fabricia
Pomada Vick Mentol			André
Comprar pacote Touca de cozinha			André
Chápeu com renda			Gabriell Monteiro
Capa da almofada			R\$ 0,00
Almofada p/ caixão	R\$ 0,00	Uma	André
Lençol p/ forrar o caixão	R\$ 0,00		Gabriell monteiro
Total	R\$ 0,00		

CENA 4

Item	Orçamento aprox.	Quantidade	Status
Relógio de mesa	X	Uma	Fabricia
Banqueta para chroma	R\$ 0,00	Uma	Facom (Produzida)
Tecido Choroma p/ revestir banquetta	R\$ 24,00		Comprar
Paletes (paredes de Fundo)			Estúdio Facom
Tabuas Grandes verdes (revestir o chão)			Facom
Tecidos Chorma Key (sala 115 e 112)			115 e 112/Facom
Tecido Cinza (ou Branco) p/ revestir o chão (sala 115)			Facom 115
Baralho dourado	R\$ 0,00	Um	André
Mesa	R\$ 0,00	Uma	Facom
Tecido Acetinado p/ revistir a mesa? Preto			André
Cadeira	R\$ 0,00	Uma	Facom
Jogo de Pocket/ Fichas e etc			Gabrielle Miranda
Baralho comum p/ castelo	R\$ 0,00	Um	André
Tabuleiro de Dama			Fabricia
Jogo xadrez	R\$ 0,00	Um	Karol
Dominó	R\$ 0,00	Um	Fabricia
Figurino André			Gabriella Monteiro
Luva Preta figurino			Fabricia
Espelho de corpo	R\$ 0,00	Um	Gabriella Miranda
Total	R\$ 24,00		

Planilha disponível em:

https://onedrive.live.com/:x:/g/personal/1446FD733C271434/IQB3NvYokJ_NToBnXS_wcWfhAeFD2KpI9-0JtZ_vJO86DZU?rttime=8s_KCI_Y3kg&redeem=aHR0cHM6Ly8xZHJ2Lm1zL3gvYy8xNDQ2RkQ3MzNDMjcjxNDM0L0lRQjNOdlIva0pfTIRvQm5YU193Y1dmaEFIRkQyS3BJOS0wSnRaX3ZKTzg2RFpVP2U9RDZFdmldW

APÊNDICE G – Storyboard do videoclipe

STORYBOARD CENA 01 ESTACIONAMENTO NOITE	
PLANO 01 VFX* 	Cena começa desfocada. Plano geral baixo, noturno, em estacionamento molhado pela chuva. A câmera fica rente ao asfalto, com foco nos reflexos vermelhos e azuis das luzes policiais sobre as poças. Ao fundo, fora de foco, viaturas com giroflex ligado e silhuetas de pessoas sob a chuva. A composição cria suspense e tensão, introduzindo um ambiente de conflito urbano. CRIADO VFX
PLANO 02* 	Plano: plano médio fechado / close-up aberto. Lente: 50mm ou 60mm. Câmera: frontal, na altura do peito/rosto, com leve compressão do fundo. Movimento: plano estático em slow motion, podendo ter leve tremor controlado ou push-in sutil. Foco: foco no rosto e nas mãos; fundo desfocado com viatura/luzes policiais. Ação: Olhos arregalados, boca entreaberta, expressão de choque. Mão na cabeça. Filmando a tragédia com o celular. (SLOW MOTION) Gravar 2 ou 3 takes (take p/ cada figurante)
PLANO 03 (Extra) 	Plano: contra plongée / low angle, como se fosse o ponto de vista do morto. Enquadramento: plano médio fechado dos dois figurantes inclinados sobre a câmera, ocupando topo e base do quadro. Lente: 50mm ou 60mm Câmera: baixa, apontada para cima, fixa. Movimento: plano estático ou leve aproximação em slow motion. Foco: foco nos rostos dos figurantes; fundo desfocado. Iluminação: luz noturna com flashes vermelhos e azuis de polícia, brilho úmido no rosto e na roupa, contraluz suave e reflexos de chuva. Ação: os figurantes olham para baixo, em direção ao corpo, reagindo com susto, tensão e preocupação. GRAVAR 1 PLANO
PLANO 04_ PRINCIPAL ZENITAL * 	Plano zenital estático em 4K com URSA na grua, lente 50/60mm, foco manual medido por trena. Ator deitado no chão molhado, centralizado e alinhado verticalmente no quadro. Iluminação noturna urbana com tungstênio rebatido como compensação, Fresnel (ou RGB branco) com dimmer simulando farol, LEDs RGB laranja/azul-esverdeado como luz de poste e RGB vermelho/azul em movimento simulando sirene policial refletida no piso. Ação: Cantando o <u>VERSO 01 INTEIRO</u>, Paramédico socorrendo. Gravar 2 vezes. André sozinho cantando. E com o paramédico tentando prestar socorros (cantando ou s/ cantando)
PLANO 05_ (Extra) 	Close-up da vítima deitada, com foco total no rosto e nos olhos marejados. Câmera frontal e próxima, lente 50/60mm. Ação: transmitindo dor, choque e vulnerabilidade . lanterninha paramédico?

PLANO 06* 	Plano médio fechado da vítima deitada na maca, em ângulo superior lateral. Câmera próxima, foco no rosto, luz de sirene, transmitindo tensão e atendimento de resgate. Ação: Paramédico reanimando a vítima no ritmo da música, principalmente verso <u>HOOK 01</u>. GRAVAR 1 VEZ.
PLANO 07* 	Ação: Paramédico reanimando a vítima no ritmo da música, principalmente verso <u>HOOK 01</u>. GRAVAR 1 VEZ.
PLANO 08_ DETALHE (EXTRA) 	Plano detalhe do sangue escorrendo no asfalto molhado, com a mão da vítima próxima ao quadro. Câmera rente ao chão, lente 50/60mm, foco no sangue e na textura do piso, com reflexos vermelhos e azuis de luz policial.
PLANO 09_ (EXTRA) 	Close do rosto

STORYBOARD CENA 02 VELÓRIO (Estúdio Chroma)

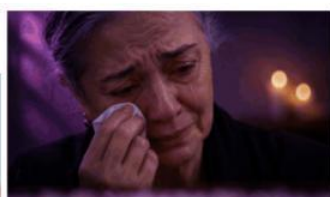
PLANO 01*



Ação: 1 Take: Atriz próxima ao caixão se despedindo (sem tocar no caixão). Atriz se despedindo com muita emoção, colocando a cabeça sobre o coração do defunto, em lágrimas. 2 Take: somente ele estático.

Gravar 2 vezes, 1 com a mulher e outro sem ela!

PLANO 02*



Close-up da senhora em luto, enxugando as lágrimas com um lenço. Câmera próxima, lente 50/60mm ou 85mm, foco nos olhos e na emoção, fundo desfocado com velas em bokeh, transmitindo dor e despedida. **GRAVAR 1 vez**

PLANO 03*



Ação: 1 Take: Homem com olhar encurralado à esquerda da tela.

PLANO 04*



Ação: 1 Take: Mesma atriz do Plano 02, de luto, olhando para o canto direito da tela. **Gravar 2 vezes,**

PLANO 05*(Principal)



Ação: Cantando principalmente o VERSO 1. Fecha os olhos após concluir “**Não comecei no memo degrau que cê não**”. Apaguem a luz total que ilumina o ator.

Gravar 2 vezes,

1 Take: Cantando o Verso1 inteiro.

2 Take: Cantando a ultima estrofe, Apaguem a luz total que ilumina o ator.

PLANO 06*

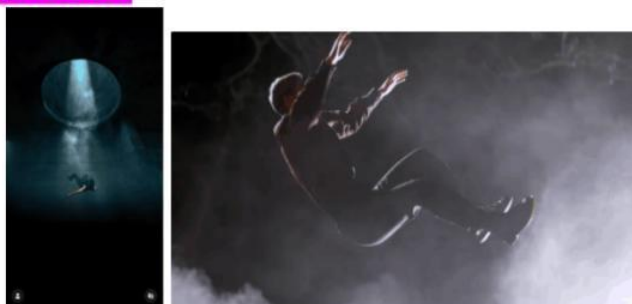


CRIADO VFX

Quadro Sagrado Coração, Jesus cantando verso “Veja Bem”.

STORYBOARD CENA 03 Abismo (Teatro Carlos Magno)

PLANO 01*



Ação: Personagem caindo Abismo.

FAZER STILS NO DIA 03, com figurino da cena do ABISMO

CRIADO VFX

Plano 02 Geral subindo a escada



Produção: revestir chão com o tecido preto 3mX5m. Escada apontada na varanda. usar canhões do próprio teatro que estão na varanda, ou um Fresnell da Facom. Maquina de fumaça

Ação: Subindo a escada

Câmera: Na varanda.

Trecho da música: Hook 01+ e refrão

Plano 03 Câmera na mão, Closed e detalhes



Ação: Fazendo um esforço, movimentos livres.

PLANO 04*

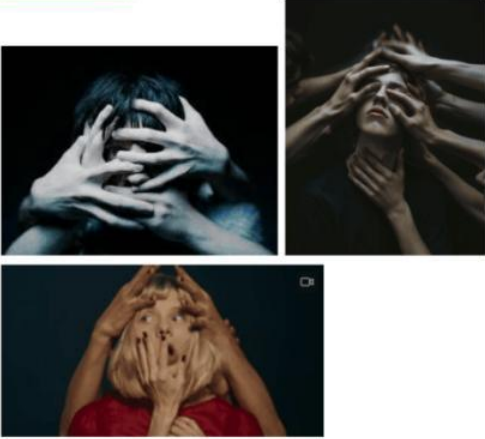


Ação: Personagem caindo no chão.

IMPACTO
close dele batendo no chão

Câmera: pegando as costas, ou diagonal (verificar a melhor posição) do intérprete caindo.

Obs: Pode ser uma das últimas gravado sozinho.

PLANO 05*(Principal) sozinho 	PLANO GERAL ESTÁTICO ele pequeno no “abismo” Plano: Geral Lente: Câmera: Movimento: Foco: Ação: Intérprete se movimenta pelo palco em desespero.
PLANO 06 PLONGGE COM A LENTE MAIS FECHADA, DO LADO DA PLATEIA OU NA PASSARELA MESMO	Câmera: Ação: Intérprete se movimenta pelo palco em desespero. A câmera estaria na parte da plateia, com lente mais fechada. Ou na Varanda. Trecho da música:
PLANO 07 CÂMERA NA MÃO 	Câmera na mão acompanhando o interprete, contraplomnge, pegando closed, americano, mão apontada para cima. Ação: Intérprete se movimenta pelo palco em desespero. Gravar 02 vezes; 1 take sem corda, outro com corda
PLANO 08 	Plano: Primeiro plano Lente: Câmera: Movimento: estática Foco: Ação: Mãos subindo pelo rosto do intérprete.
PLANO 09 PLONGEE COM OS DANÇARINOS 	Dançando o Hook 01 Ação: dançarinos dançando em volta do intérprete. Câmera: parada Trecho da música:

Plano 10 POV Câmera na mão 	Câmera DENTRO: Na mão Lente: 24 Ação: 1 plano da câmera no lugar do intérprete captando as ações dos dançarinos Trecho da música:
Plano 11 	Câmera DENTRO: Na mão Lente: 24 Ação: Câmera atrás do ombro do intérprete, acompanhando os movimentos e ações do intérprete. PEGANDO AS EXPRESSÕES FACIAIS E CORPORAIS DOS DANÇARINOS.
PLANO 12	Câmera: na mão e, pode ter movimento. CÂMARA DE FORA Ação: Mostrar as costas dos dançarinos fazendo suas ações e o intérprete no centro.
Plano 13 Geral	Câmera: no tripé Ação: Os dançarinos fazendo a coreografia (dança o Hook 02) luz vermelha
Plano 14 câmera na mão aproximando e afastando, pegando tmb closed (expressões)	Câmera: na mão com movimentações. Ação: Os dançarinos fazendo a coreografia (dança o Hook 02)
Plano 15 Câmera na mão	Câmera: na mão com movimentações. Ação: Os dançarinos finalizando a coreografia (final do Hook 02) + O INSTRUMENTAL Obs: Quando os dançarinos estiverem finalizando a dança, a câmera vai se afastando, até surgir o intérprete (que estará de costas para os dançarinos). Quando afastada completamente, dançarinos atacam o intérprete.
Plano 16 Câmera na mão	Câmera: na mão, Ação: intérprete sendo agredido. Obs: focar mais nos closes do intérprete e nas mãos dos dançarinos atacando.
Plano 17 faciais dos monstros atacando (POV)	
Plano 18 americano já caído no chão crucificado	
Plano 19 camara na mão, deslizando pelo corpo e finaliza no closed do rosto chorando, ferido esgotado	Câmera: na mão. Movimento: a câmera faz o movimento de passear pelo corpo do intérprete, indo dos pés e finalizando no rosto machucado. Ação: Intérprete agonizando de dor. Trecho da música: Refrão final
PLANO 20 Poses dramaticas	Obs: Planos dos dançarinos fazendo poses, separadamente, com objetos (verificar com a arte quais conseguiram). Trecho da música: Refrão final

STORYBOARD _ (Estúdio Chroma)	
CENA 04 DA SOMBRA	
PLANO 01* 	Plano: Geral Lente: 24mm Câmera: Ursa Movimento: Na mão Foco: Ação:
CENA 05 DO CADEIRÃO	
PLANO 01 GERAL* 	Plano: Lente: Câmera: Movimento: Foco: Ação: Gravar 3 takes diferentes
PLANO 02* 	Plano: Lente: Câmera: Movimento: Foco: Ação:

CENA 06 jogos (após o almoço)

XADREZ

PLANO 01 (Geral com leve movimentação de aproximação)



Plano:
Lente:
Câmera:
Movimento:
Foco:
Ação:

Gravar 2 takes

1 Take: Cantando a música

2 Take: Sem cantar a música

Luz RGB vermelha no palete branco

Obs: Gravar os jogos de carta e de xadrez nesse enquadramento.

PLANO 02* Câmera na mão, close e planos detalhes



Plano:
Lente:
Câmera:
Movimento:
Foco:
Ação: Só carão, atuação

Gravar 2 Takes:

1 Take Atuação, com o setup de luz parado

2 Take: Atuação com o setup de luz efeito strobe piscando

Plano 03 (CLOSERZÃO SLOW MOTION)



1 take: Peças caindo em slow motion

Plano 4 (Geral do espelho)



1 take: câmera parada (20 s)

2 take: movimento de zoom com a lente, mirando

obs: espelho, essa com a luz normal.

Cena 7 - CASTELO DE CARTAS

PLANO 01 (Contra plongée, close slow motion desabando)



Plano: Contra plongée

Lente:

Câmera:

Movimento:

Foco:

Ação: Personagem no fundo e castelo desabando, em slow motion.

PLANO 02 (Geral com leve movimentação de aproximação)



Gravar 2 takes

1 Take: Cantando a música

2 Take: Sem cantar a música

Luz RGB vermelha no paleta branco

Plano 03: Câmera na mão Detalhes e Close



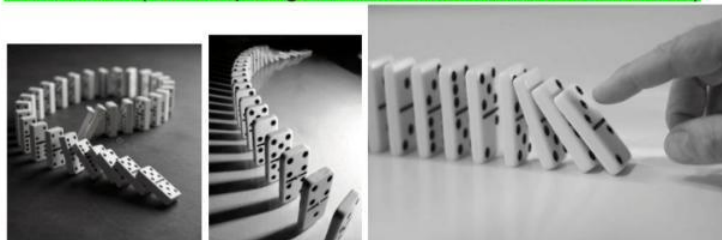
Gravar 2 takes

1 Take: Atuação, com o setup de luz parado

2 Take: Atuação com o setup de luz efeito strobe piscando

Cena 8 - DOMINÓ

PLANO 01 (Contra plongée, close slow motion desabando)



Plano: Contra plongée

Lente:

Ação: Personagem no fundo e dominó desabando, em slow motion.

APÊNDICE H – Planilha de Equipamentos

Dia 05/06 Teatro Paschoal Carlos Magno		
Nome do Equipamento	Quantidade	Responsável
Câmara Sony Alpha 6300	1	Facom
Lentes Canon 16-50	1	Facom
Lente 70-200	1	Fellipe
Bateria Câmera Sony	2	Chico/Manchester
Adaptador de Lente	1	Chico/Manchester
Tripé p/ Câmara Sony	1	Facom
Bateria de Câmara Sony	2	Facom
Carregador de Bateria Sony	1	Facom
Estabilizador de Câmara Gimbal	1	Imagem UFJF
Cartão de Memória p/ Sony	2	Facom
Adaptador leitor de cartão	1	Facom
Ledzinho+ bateria+ carrgador+Manopla	2	Facom
Ledzinho acoplar RGB	1	André
Fresnell Transportavel	2	Facom
Canhão Led RGB + Tripé	3	André
Tripe de Luz Facom	3	
Ledzões de Luz	2	Facom
Dimmer	1	Nilson
Tecido Preto 5mX3m	1	Facom
Extensão 15m Facom	2	Facom
Extensão André	4	André
Adaptador T	2	André
Maquina de Fumaça Nilson	1	Nilson/Facom
Maquina de Fumaça André	1	André
5L liquido de Fumaça	1	André
HD Externo 1 TB	1	André
Notebook + Carregador	1	André
Câmara HandyCam (making off) + cartão de memória	1	Facom
Bateria Câmara HandyCam + carregador	1	Facom
Claquete	1	Facom
Câmera T6i+ 2 bateria+ 01 carregador+01 cartão memória+ adaptador de tomada	1	Facom

Dia 09/06 Estúdio Facom e Estacionamento		
Nome do Equipamento	Quantidade	Responsável
Câmara Black Magic (Ursa)	1	Facom 115
Tripé Câmara Ursa	1	Facom 115
Bateria Black Magic +Fonte	2?	Facom 115
Kit Lentes Black Magic		Facom 115
Monitor + Cabos (hdmi)		Facom 115
Carregador de Bateria?		Facom 115
Cartão de Memória	2	Facom 115
Adaptador leitor de cartão	1	Facom 115
Ledzinho acoplar RGB Fellipe	1	Fellipe
Ledzinho acoplar RGB André	1	André
Fresnell Estudio		Estudio Facom
Canhão Led RGB + Tripé	5	André
Leds e Luzes dos Estúdio+ Tripé		Estudio Facom
Dimmer	1	Nilson
Tecido Chroma Key (chão e parede) 5mX3m	2	Facom 115 e 112
Tecido Branco (Parede) 5mX3m	1	Facom 115
Tecido Cinza (chão) 5mX3m	1	Facom 115
Tecido Preto (Mesa do Caixão)	1	Facom 115
Extensão Facom (p/ de noite)	4	Facom 115
Extensão André	4	André
Adaptador T	2	André
Maquina de Fumaça Nilson	1	Nilson
Maquina de Fumaça André	1	André
5L liquido de Fumaça	1	André
HD Externo 1 TB	1	André
Notebook + Carregador	1	André
Câmara HandyCam (making off)	1	Facom 115
Baterias Câmara HandyCam+ carregador	1	Facom 115
Câmera T6i+cartão	1	Facom 115
Grua Estúdio	1	Estudio Facom
Bolsão (contrapeso p/ grua)		Facom 115
Escada para cena 04 cadeirão	1	Facom 115
Caixa de Som (externa)	1	André

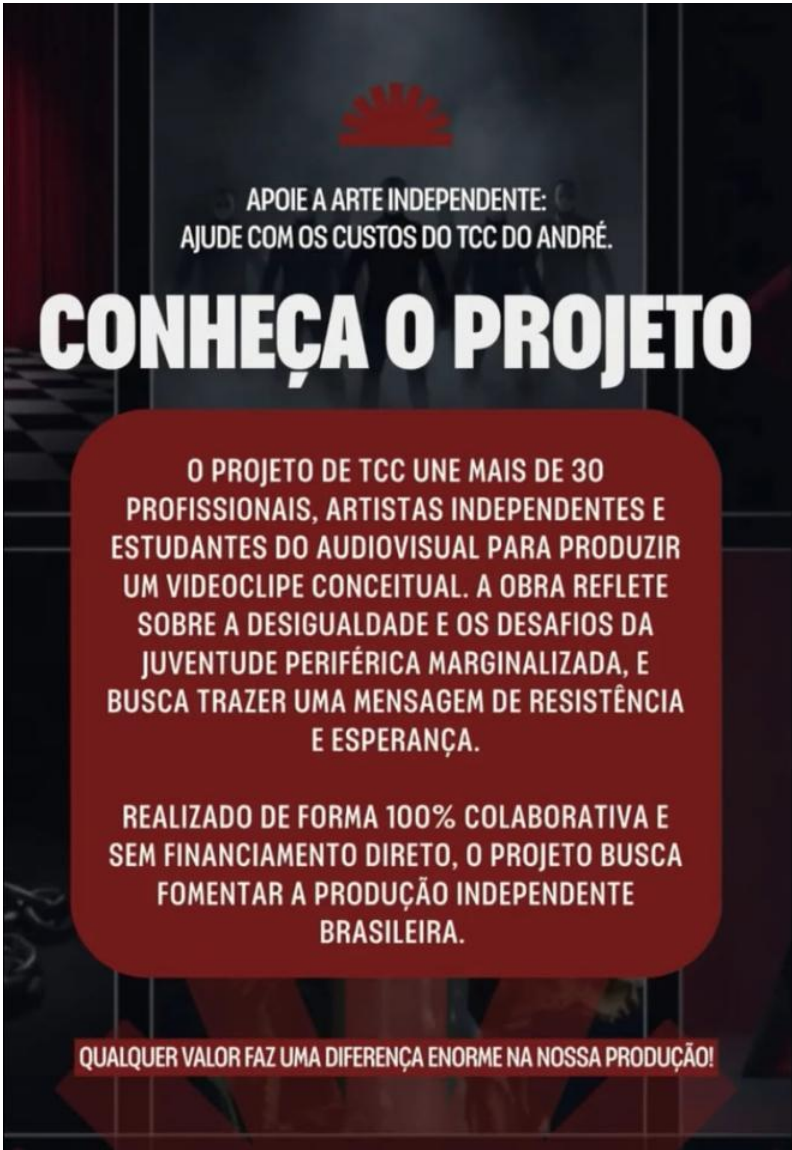
Planilha disponível em:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1j5H0sZjKagOAbgK5ZWhZH9VbzAcfFkPH/edit?gid=1483584973#gid=1483584973>

APÊNDICE I – Ficha técnica da equipe

EQUIPE/ FICHA TÉCNICA	
Intérprete	André Ribeiro
Direção	André Ribeiro
1º Assistente Direção	Thais Santos
Consultor Criativo	Bruno Antoninus
Direção de Fotografia	Pedro Pegorer e Felipe Enzo
Assistente de Fotografia	Ana Cristina e Felipe Enzo
Técnico Assistente	Gilmar David
Making off	Ana Beatriz e Laura Botaro
Still	Ana Beatriz, Arthur Muniz e Carlos Constantino
Direção de Produção	Karla Souza
1º Ass. Produção	Olivia Furiati
2º Ass. Produção	Julia Maria, Karol Ferraz e Lucas Grassi
Direção de arte	Fabricia Alvim e Gabriella Miranda
Stylist	Gabriella Monteiro
Direção de Movimento	Rodrigo Medsan
Coreógrafo	Rudson Tollendar
Dançarinos	Maria Eduarda Canuto (Chae) Lavínia Brandão Maike Queiroz Laura França
Atores figurantes	Cenas Velório: Gabi Silva (Mulher de luto) Gilmar David (Homem de luto) Cena Rua: Daniel Alves (Paramédico) Sara Caetano (Pedestre) Ester Santiago (Pedestre) Diogo Assis (Pedestre) Diego Correa
Técnicos (operador) Luz Cênica	Geison Vargas e Jonas Dominato
Professor Orientador:	Cristiano Rodrigues
Apoios/Patrocínios:	Manchester Locadora Funalfa Prisma Iluminação Entreato Produções Ricardo Prati Fernandes Karla Souza Lucas Grassi Laura Botaro

APÊNDICE J –Flyer da campanha de arrecadação



APOIE A ARTE INDEPENDENTE:
AJUDE COM OS CUSTOS DO TCC DO ANDRÉ.

CONHEÇA O PROJETO

O PROJETO DE TCC UNE MAIS DE 30 PROFISSIONAIS, ARTISTAS INDEPENDENTES E ESTUDANTES DO AUDIOVISUAL PARA PRODUZIR UM VIDEOCLÍPE CONCEITUAL. A OBRA REFLETE SOBRE A DESIGUALDADE E OS DESAFIOS DA JUVENTUDE PERIFÉRICA MARGINALIZADA, E BUSCA TRAZER UMA MENSAGEM DE RESISTÊNCIA E ESPERANÇA.

REALIZADO DE FORMA 100% COLABORATIVA E SEM FINANCIAMENTO DIRETO, O PROJETO BUSCA FOMENTAR A PRODUÇÃO INDEPENDENTE BRASILEIRA.

QUALQUER VALOR FAZ UMA DIFERENÇA ENORME NA NOSSA PRODUÇÃO!



APOIE A ARTE INDEPENDENTE:
AJUDE COM OS CUSTOS DO TCC DO ANDRÉ.

CONTRIBUA AQUI!



NOME: ANDRÉ RIBEIRO DOS SANTOS
CHAVE PIX: ANDRERIBFILMES@GMAIL.COM

A NOSSA EQUIPE ESTÁ TRABALHANDO COM MUITA VONTADE E DE FORMA 100% VOLUNTÁRIA. MAS O PROJETO É PRÁTICO, E PRECISAMOS DE UMA FORÇA PARA COBRIR OS CUSTOS BÁSICOS DE ALIMENTAÇÃO NO SET DE GRAVAÇÃO.

QUALQUER VALOR FAZ UMA DIFERENÇA ENORME NA NOSSA PRODUÇÃO!

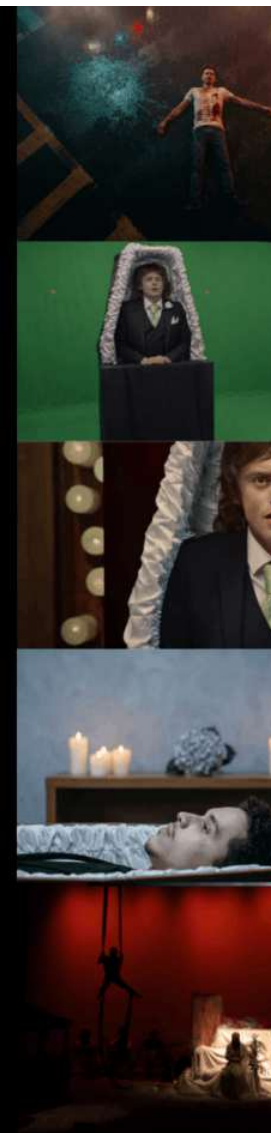
APÊNDICE K – Material de captação de patrocínio

...

Projeto musical autoral

"Sem Chances"

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso em Rádio, Tv e Internet pela
Universidade Federal de Juiz de Fora – MG.
André Ribeiro





O projeto musical autoral intitulado “Sem Chances” nasce da união entre estudantes universitários, artistas independentes e profissionais da área da comunicação e do audiovisual, com o propósito de produzir um videoclipe musical de relevância artística, social e cultural.

Desenvolvido de forma colaborativa, o projeto reúne estudantes da área da Comunicação e das Artes, além de atores, dançarinos, produtores e artistas da cidade, formando uma equipe multidisciplinar composta por mais de 30 pessoas envolvidas diretamente na realização da obra.

• • •

O videoclipe aborda temas sociais relacionados à desigualdade, às dificuldades e às disputas invisíveis impostas pelas diferenças de origem e oportunidades. A narrativa artística propõe uma reflexão sobre os desafios enfrentados diariamente por jovens periféricos e trabalhadores, sem deixar de transmitir uma mensagem de resistência, esperança e transformação.

Toda a produção está sendo realizada de maneira independente, sem financiamento direto de editais ou grandes patrocinadores, contando principalmente com a colaboração voluntária de artistas e profissionais que acreditam na importância cultural e social do projeto.



• • •



A estética do videoclipe é construída sobre três universos visuais distintos, criando uma jornada de queda, luto e aprisionamento emocional.

1. Realismo Cru Noturno

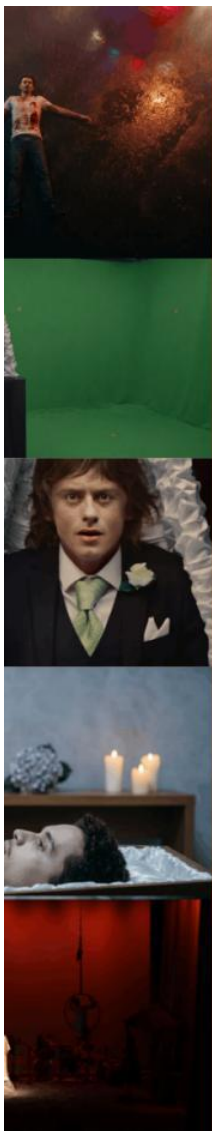
Asfalto molhado, luzes de sirene (vermelho/azul) em bokeh, paleta fria com pontos quentes.

2. Minimalismo Religioso

Isolamento da figura, alusões católicas, tons de roxo/violeta, atmosfera melancólica.

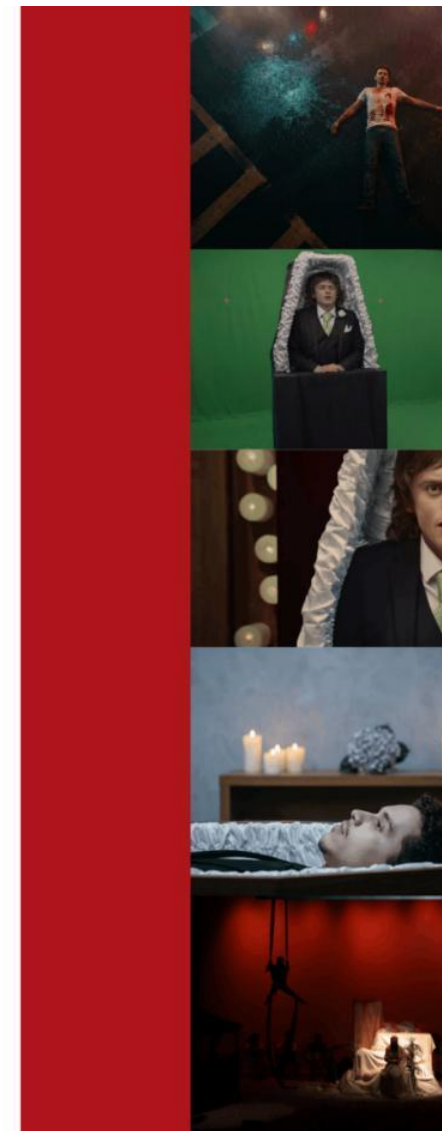
3. Teatralidade Surreal

Vermelho-sangue dominante, sombras expressionistas, cenografia minimalista e opressiva.



Neste momento, buscamos parcerias e apoios que possam contribuir para a viabilização da produção, especialmente no suporte à equipe técnica e artística durante os dias de gravação, por meio de ajuda de custo, alimentação e equipamentos(sendo eles 2 baterias Sony NP-FW50 e 1 Adaptador lente Canon para Sony - Metabones EF-E mount).

Acreditamos que incentivar projetos independentes é também fortalecer a cultura, a arte e a formação de novos profissionais do audiovisual mineiro.



APÊNDICE L – Ordem do dia: gravação de 5 de junho de 2026

Videoclipe "Sem Chances"	Ordem do dia 05/06/2026 OD n.º 1 de 2	
---	--	---

Locação: Teatro Paschoal Carlos Magno	DIÁRIA: 8H às 21H00
Endereço: R. Gilberto de Alencar, 1 – Centro, Juiz de Fora – MG	CHAMADA: 8h
SETs: Escada / Varanda / Passarela / Plateia / Palco	ALMOÇO: 13h
Previsão do tempo: 	LANCHE: 17h
Hospital mais próximo: Hospital São Vicente de Paulo (Rua Delfim Moreira, 62 – Centro)	DESPRODUÇÃO: 20h30

Pedimos que todos tragam sua própria garrafa de água para abastecimento nos bebedouros durante o set.

Prep: 08h Roda: 10h	Cena: 03 Intérprete subindo a escada.	Plano: 2 – Câmera na varanda ou passarela. Enquadramento: Plongée e geral. Faixa 3: Hook 1– Refrão
Prep: 10h25 Roda: 10h35	Cena: 03 Intérprete se esforçando subindo a escada.	Plano: 3 – Câmera na mão Enquadramento: Close e detalhes (da mão escalando). Faixa 3: Hook 1 – Refrão
Prep: 10:45 Roda: 11h10	Cena: 03 Intérprete sozinho no abismo desesperado.	Plano: 5 Enquadramento: Geral e plongée. S/ músic ou Faixa 01 (verso 02 c/ Hook 1)
Prep: 11h30 Roda: 11h40	Cena: 03 Intérprete sozinho no abismo desesperado.	Plano: 6 – Câmera na passarela ou plateia Enquad.: Plongée (lente + fechada) S/ músic ou Faixa 01 (verso 02 c/ Hook 1)

Prep: 12h00 Roda: 12h10	Cena: 03 Intérprete sozinho no abismo desesperado, apontando para a luz.	Plano: 7 – Câmera na mão Enquadramento: Contra plongée e plano americano. S/ músic ou Faixa 01 (verso 02 c/ Hook 1)
Prep: 12h35 Roda: 12h40	Cena: 03 Intérprete caindo no chão.	Plano: 4 – Câmera na mão Enquadramento: Diagonal e primeiro plano. Faixa: (Sem Música)
13h Almoço		
Prep: 14h Roda: 14h30	Cena: 03 Intérprete já caído no chão.	Plano: 18 Enquadramento: Americano Faixa 07: (Refrão final)
Prep: 14h50 Roda: 15h	Cena: 03 Intérprete agonizando de dor no chão.	Plano: 19 – Câmera na mão (a câmera faz o movimento de passear pelo corpo do intérprete, indo dos pés e finalizando no rosto machucado) Enquadramento: Close Faixa 07: (Refrão final)
Prep. de Luz: 16h		Plano 08 Plano 13 Plano 20
Prep/Roda: 16:45- 17:15	Cena: 03 Cada dançarino fazendo uma pose, separadamente, com alguns objetos.	Plano: 20- Câmera na mão Enquadramento: Geral á americano Faixa: (Sem música ou Hook 2)
Prep: 17:40 Roda: 17:50	Cena: 03 Mãos subindo pelo pescoço e rosto do intérprete	Plano: 08- Câmara Estática Enquadramento: Primeiro plano Faixa: 00 (Verso 02 ou Sem Música)
Prep: 18h00 Roda: 18:15	Cena: 03 Dançarinos dançam em volta do intérprete.	Plano: 09 – Câmera na passarela. Enquadramento: Plongée Geral Faixa 02: Hook 01
Prep: 18:30 Roda: 18:45	Cena: 03 Dançarinos dançam em volta da câmera. Reações dos dançarinos	Plano: 10 – Câmera na mão - POV Enquadramento: AMERICANO-CLOSE Faixa 02: Hook 01
Prep: 18:55 Roda: 19h	Cena: 03 Dançarinos dançam em volta do intérprete.	Plano: 11 – Câmera na mão Pov dos monstros: Faixa 03: Hook 01 e Refrão
Prep: 19h05 Roda: 19h10	Cena: 03 Dançarinos dançam em volta do intérprete. Reações dos dançarinos	Plano: 12 – Câmera na mão Enquadramento: Geral (Mostrando as costas dos dançarinos) Faixa 03: Hook 01 e Refrão

Prep: 19:20 Roda: 19:35	Cena: 03 Dançarinos fazendo a coreografia (Gravar cena Pose de quem faltou)	Plano: 13 (luz vermelha) Câmara estática Enquadramento: Geral Faixa 04 : Hook 2
Prep: 19:40 Roda: 19:45	Cena: 03 Dançarinos fazendo a coreografia	Plano: 14 - Câmera na mão Enquadramento: close e americano (Movimentos de afastar e aproximar) Faixa 04: Hook 2
Prep: 19:55 Roda: 20h	Cena: 03 Dançarinos finalizam a coreografia. Intérprete é atacado.	Plano: 15 - Câmera na mão Enquadramento: Geral (Câmera se afasta até surgir o intérprete) Faixa 05: Hook 2 e Instrumental
Prep: 20h10 Roda: 20h15	Cena: 03 Intérprete sendo agredido pelos dançarinos	Plano: 16 - Câmera na mão Enquadramento: Closes (nas mãos dos dançarinos e rosto do intérprete) Slow Motion Faixa 06: instrumental
Prep: 20h20 Roda: 20h25	Cena: 03 Dançarinos agredindo o intérprete	Plano: 17 - POV Enquadramento: Closed dos rostos dos dançarinos. (Slow Motion) Faixa 06: instrumental
20h30 Desprodução		

Equipe	Telefones Importantes
Direção: André Ribeiro	(35) 98872-4365
AD: Thaís dos Santos	(24) 99203-0841
Direção de Produção: Karla Souza	(32) 99104-6674
AP: Olívia Furiati	(32) 99132-6729
Dir. Fotografia: Fellipe Enzo	(32) 99831-0083
Dir. de Arte: Fabrícia Alvim Gabriella Miranda	Fabricia: (32) 99199-0240 Gabriella: (32) 93300-4036
Figurino: Gabriela Monteiro	(32) 99977-1393

Personagem:	Cena:
Erdnaier	03

Equipamentos Especiais:		Cenas:	
02 Máquinas de fumaça		03	
Dançarinos:		Cenas:	
Chae		03	
Laura França		03	
Lavínia Brandão		03	
Maíke Queiroz		03	
Rudson Tollendar		03	

APÊNDICE M – Ordem do dia: gravação de 9 de junho de 2026

Videoclipe Sem Chances	Ordem do dia 09/06/2026 OD n.º 2 de 2	ufjf
---	--	-------------

Localização: Facom-UFJF	DIÁRIA:
Endereço: Rua José Lourenço Kelmer, Juiz de Fora, Minas Gerais, 36036-330	CHAMADA: 07:30
SETs: Estúdio/Externa / Estacionamento	ALMOÇO: 12:20
Previsão do tempo: 	CAFÉ: 16h30
Hospital mais próximo: HOSPITAL MONTE SINAI: Av. Presidente Itamar Franco, 4000 – Cascatinha, Juiz de Fora – MG	DESPRODUÇÃO: 20:15

Pedimos que todos tragam sua própria garrafa de água para abastecimento nos bebedouros durante o set.

Prep: 8h Roda: 08h30	Cena: 2 Atriz se aproxima do caixão e lamenta.	Plano: 1A Enquadramento: Médio americano Faixa: Sem Música
Prep: 8h45 Roda: 8h50	Cena: 2 Apenas o intérprete no caixão morto.	Plano: 1B Enquadramento: Médio americano Faixa: Sem Música
Prep: 08:55 Roda: 9h05	Cena: 2 Atriz emocionada enxugando as lágrimas.	Plano: 2 Enquadramento: Close Faixa: Sem Música
Prep: 9h15 Roda: 9h20	Cena: 2 Ator triste sentado no velório.	Plano: 3 Enquadramento: Primeiro plano. Faixa: Sem Música

Prep: 9h30 Roda: 9h35	Cena: 2 <u>Atriz emocionada sentada no velório.</u>	Plano: 4 Enquadramento: Primeiro plano Faixa: Sem Música
Prep: 9h45 Roda: 9h50	Cena: 2 Intérprete (no caixão) canta o verso 1. (Luzes apagam no final)	Plano: 5A Enquadramento: Plano Americano Faixa: 01 (Verso 01)
Prep: 10h00 Roda: 10h20	Cena: 4 (Sombras atrás) Intérprete sentado Obs: Chão Cinza, luz dura, cadeira cenográfica (20min produção)	Plano: 1 Enquadramento: Geral Faixa: 02 (verso 02 até fim)
Prep: 10h30 Roda: 10h50	Cena: 5 (Cadeirão) Intérprete sentado Obs: Chão tecido Verde, banquetta chroma, escada p/ o câmara man (20min produção)	Plano: 1 Enquadramento: Geral Contra Plongée diagonal, Estático Faixa: 02 (verso 02 até fim)
Prep: 11h Roda: 11h10	Cena: 5(Cadeirão) Intérprete sentado	Plano: 2 Enquadramento: Plano Médio, Estático Faixa: 02
11h20 Produção (Cena 7: Cenário jogos) e GRUA		
Prep: 11h20 Roda: 11h45	Cena: 7 Castelo de cartas desaba. (sem interprete) Obs: Parede Branca ,luzes vermelhas c/ leve strobe, Mesa e cadeira cenográfica, luz dura no Castelo. (25min produção)	Plano: 01 Enquadramento: Close Contra Plongée Slow Motion. Faixa: Sem Música
Prep: 11h55 Roda: 12h10	Cena: 7 Intérprete remontando castelo de cartas	Plano: 2 Enquadramento: Plano Americano (com movimento de zoom) Faixa: 04 (Verso Ponte - Verso 02 reprise)
12h20 Almoço		
Prep: 13h Roda: 13h10	Cena: 7 Intérprete remontando castelo de cartas.	Plano: 3A - Câmera na mão Enquadramento: Primeiro plano/ Detalhes Faixa: 04 (Verso Ponte - Verso 02 reprise)
Prep: 13h20 Roda: 13h30	Cena: 7 Intérprete remontando castelo de cartas.(com mais emoção)	Plano: 3B - Câmera na mão Enquadramento: Primeiro plano// Detalhes (luzes piscando, Flashes) Faixa: 05 (Hook 02 - Instrumental)
Prep: 13h40 Roda: 14h	Cena: 6 Intérprete jogando xadrez e cantando Focado . Obs: Jogo Xadrez (20min produção)	Plano: 1A Enquadramento: Plano Americano (com movimento de zoom) Faixa: 04 (Verso Ponte - Verso 02 reprise)

Prep: 14h15 Roda: 14h25	Cena: 6 Intérprete jogando xadrez Focado	Plano: 2A - Câmera na mão Enquadramento: Primeiro plano/ Detalhes Faixa: 04 (Verso Ponte - Verso 02 reprise)
Prep: 14h40 Roda: 14h50	Cena: 6 Intérprete jogando xadrez (com mais emoção)	Plano: 2B - Câmera na mão Enquadramento: Primeiro plano// Detalhes (luzes piscando, Flashes) Faixa: 05 (Hook 02 - Instrumental)
Prep: 15h Roda: 15h10	Cena: 6 Peça do xadrez caindo Slow Motion.	Plano: 3 Enquadramento: Detalhe Slow Motion . Faixa: Sem Música
Prep: 15h20 Roda: 15h50	Cena: 9 Intérprete se olhando no espelho (com o jogo de xadrez) Obs: Colocar espelho, mudar posicionamento da mesa, enquadramento e etc	Plano: 1A Enquadramento: Geral e depois aproxima com o zoom Faixa:
Prep: 11h20 Roda: 16h20	Cena: 8 Peças de dominó caindo.(Contra plongée) Cena 10 Sangue caindo em flor	Plano: 1 - Câmera Estática Enquadramento: Detalhe Slow Motion Faixa: Sem Música
16h30	Desprodução estúdio (20 min)	Café
16h50	Produção estacionamento	
Prep: 16h50 Roda: 17h50	Cena: 1 Intérprete no chão, sangrando e cantando o verso 1. Paramédico entra no quadro em seguida	Plano: 4A Enquadramento: Zenital Faixa: 01 (Verso 01)
Prep: 18h15 Roda: 18h25	Cena: 1 Mão do intérprete e sangue escorrendo. Obs: pegar pneu, pés e luz de sirene no fundo	Plano: 8 Enquadramento: Detalhe Faixa: Sem música
Prep: 18h30 Roda: 18h45	Cena: 1 Figurante 1 em choque com o acidente.	Plano: 2A Enquadramento: Close/Americano Slow Motion Faixa: Sem Música
Prep: 18h50 Roda: 18h55	Cena: 1 Figurante 2 em choque com o acidente.	Plano: 2B Enquadramento: Close/Americano Slow Motion Faixa: Sem Música
Prep: 19h Roda: 19h10	Cena: 1 Figurante 3 filmando o acidente.	Plano: 2C Enquadramento: Close/Americano Slow Motion Faixa: Sem Música

Prep: 19h Roda: 19h10	Cena: 1 Figurantes olham para baixo assustados e preocupados com o intérprete no chão.	Plano: 3 Enquadramento: Médio e contra plongée ("ponto de vista do morto") Faixa: Sem Música
Prep: 19:20 Roda: 19:30	Cena: 1 Intérprete no chão, sangrando e olhos marejados. (sem cantar)	Plano: 5 Enquadramento: Close (lanterna iluminando os olhos) Faixa: 02 Hook 01
Prep: 19:35 Roda: 19h45	Cena: 1 Intérprete no chão, sangrando e paramédico estocando o sangue da vítima	Plano: 6 Enquadramento: Plano médio e lateral. Faixa: 02 Hook 01
Prep: 19h55 Roda: 20h	Cena: 1 Intérprete no chão, sangrando e paramédico tentando estocar o sangue vítima	Plano: 7 Enquadramento: Geral ou americano Faixa: 02
20h15	Desprodução estacionamento	

Equipe	Telefones Importantes
Direção: André Ribeiro	André: (35) 98872-4365
AD: Thaís dos Santos	Thaís: (24) 99203-0841
Direção de Produção: Karla Souza	Karla: (32) 99104-6674
AP: Olívia Furiati	Olívia(32) 99132-6729
Dir. Fotografia:	Pegorer: (21) 98717-0813
Dir. de Arte: Fabrícia Alvim Gabriella Miranda	Fabricia:(32)99199-0240 Gabriella.: (32)93300-4036
Figurino: Gabriela Monteiro	(32)99977-1393

Personagem:	Cena:
Erdnaier	
Equipamentos Especiais:	Cenas:
02 Máquinas de fumaça 01 Grua	Cena 1 e 4
Figurantes :	Cenas:

Homem Velório: Gilmar	Cena 2
Mulher velório: Gabi Silva	Cena 2
Paramédico: Daniel Alves	Cena 1
Pedestre: Sara Caetano	Cena 1
Pedestre: Ester Santiago	Cena 1
Pedestre: Diogo Assis	Cena 1

APÊNDICE N – Planilha de Gastos da produção

Dia 05/06/2026

Item	Descrição	Valor	Pagamento	Observação	Total	Comprovante	NF
Bolos	Bolos olivia para os cafés	R\$ 150,00	Pix - Karla	Foi presente	R\$ 150,00	https://drive.google.com/...	
Almoço	19 marmitas	R\$ 256,00	Pix - Karla	André já transferiu	R\$ 256,00	https://drive.google.com/...	
Impressão	Impressão de OD e Storyboard e fita	R\$ 41,90	Pix - Karla	Descontar 12,90 da fita	R\$ 29,00	https://drive.google.com/...	
Uber	Uber para levar mala de equipamento	R\$ 27,98	Pix - Karla	-	R\$ 27,98	https://drive.google.com/...	
Bahamas	Refri, café e açúcar	R\$ 82,93	Pix - Karla		R\$ 82,93	https://drive.google.com/...	
Bahamas	Sucos	R\$ 17,87	Pix - Karla		R\$ 17,87	https://drive.google.com/...	
Água	3 fardos de água	R\$ 50,00	Pix - Karla	Descontar 20 de um fardo	R\$ 30,00	https://drive.google.com/...	
Salgados	Salgados	R\$ 152,00	Pix - Karla		R\$ 152,00	https://drive.google.com/...	
Uber	Uber para levar mala de equipamento para André	R\$ 20,79	Pix - Karla		R\$ 20,79	https://drive.google.com/...	
					R\$ 766,57	- almoço já pago	R\$ 360,57

Dia 09/06/2026

Item	Descrição	Valor	Pagamento	Observação	Total	Coluna 1	Coluna 2
Uber	Uber que Olivia usou para buscar os almoços no dia 03	R\$ 40,00	Pix - Karla		R\$ 40,00	https://drive.google.com/...	
Almoço	15 marmitas	R\$ 195,00	Pix - Karla		R\$ 195,00	https://drive.google.com/...	
Almoço	Duas marmitas	R\$ 30,00	Pix - Karla	Essas não precisam reembolsar pq são as extras que eu fiquei	R\$ 30,00	https://drive.google.com/...	
Flores	flores para a cena do estúdio	R\$ 20,00	Pix - Karla		R\$ 20,00	https://drive.google.com/...	
Mercado	Refris para o almoço e café da tarde	R\$ 61,32	Pix - Karla		R\$ 61,32	https://drive.google.com/...	
Salgados	Salgados para o café da tarde	R\$ 103,50	Pix - Karla		R\$ 103,50	https://drive.google.com/...	
Uber - Xadrez	Uber que a Karol pediu para entregar o xadrez	R\$ 25,58	Pix - Karla		R\$ 25,58	https://drive.google.com/...	
					R\$ 475,40	-duas marmitas	R\$ 445,40

Disponível em: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1huEKF_wyPKO_uap9NzSnSCv5JFdErdssS5Js67vOf3U/edit?gid=565119345#gid=565119345

APÊNDICE O – Formulário de organização da alimentação da equipe

Alimentação da Equipe - Videoclipe

Olá, equipe! Para garantirmos uma boa experiência durante as gravações, por favor, preencha este formulário com suas restrições alimentares e escolhas de refeição para os dias de trabalho.

Cardápio base (mesmo para ambos os dias):

Acompanhamentos: Arroz, Feijão, Farofa, Salpicão, Batata Frita, Salada de alface e tomate.

[Faça login no Google](#) para salvar o que você já preencheu. [Saiba mais](#)

* Indica uma pergunta obrigatória

Nome: *

Sua resposta

Pergunta 1: Restrições ou alergias alimentares (Marque todas que se aplicam) *

- ☐ Nenhuma restrição
- ☐ Alergia a lactose / leite
- ☐ Alergia a glúten / trigo
- ☐ Alergia a ovo
- ☐ Vegetariano(a) (não como carne)
- ☐ Vegano(a) (não como nada de origem animal)
- ☐ Outro:

Escolha a proteína principal *

Dia 05/06

- ☐ Frango à milanesa
- ☐ Lombo acebolado
- ☐ Omelete de 2 ovos
- ☒ Não estarei presente neste dia

Escolha a proteína principal *

Dia 09/06

- ☐ Frango à milanesa
- ☐ Lombo acebolado
- ☐ Omelete de 2 ovos
- ☒ Não estarei presente neste dia