

**Pró-Reitoria Acadêmica
Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação
Curso de Publicidade e Propaganda
Projeto de Pesquisa**

**A LINGUAGEM VISUAL DO TRAP:
Produção do videoclipe Hang Out With The Gang**

Orientador: Prof. Dr. Rafael Castanheira

**Autores: Sadrac Nunes e
Yasmim Scholtz Angelo**

**Brasília
2019**

**SADRAC NUNES
YASMIM SCHOLTZ ANGELO**

**A LINGUAGEM VISUAL DO TRAP:
PRODUÇÃO DO VIDEOCLÍPE HANG OUT WITH THE GANG**

Trabalho apresentado ao curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, da Universidade Católica de Brasília, como requisito parcial para para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Castanheira

Brasília
2019

Prof. Dr. Rafael Castanheira Pedroso de Moraes
Orientador – UCB

Prof. Ms. Leandro Bessa
Avaliador – UCB

Prof.^a M.^a Anelise Wesolowski Molina
Avaliadora - UnB

RESUMO:

O presente trabalho visa produzir o videoclipe *Hang Out With The Gang* no formato da música eletrônica *Trap* que em sua letra expressa sentimentos como raiva, inconformidade, ansiedade, medo e também fala sobre ostentação, carros luxuosos e curtir a vida. Assim, buscamos analisar o contexto cultural do *Trap*, investigar as bases do videoclipe e da Music Television (MTV) como grande divulgadora de vídeos nos anos 90. E também compreender com a revolução digital, que teve sua expansão nos anos 90, impactou na forma de consumir músicas e vídeos. Exploramos se a revolução digital possibilitou o surgimento e divulgação do *Trap*. Além disso, temos como objetivo produzir o videoclipe *Hang Out With The Gang*, apresentar o contexto contemporâneo no *Trap*, apresentar a influência da revolução digital no *Trap* e analisar como a revolução digital impactou o *Trap*.

A metodologia escolhida foi a análise de conteúdo da Laurence Bardin (2011) que tem como base três objetivos: levantar informações, explorar o material coletado e tratar os resultados.

Por fim, buscamos analisar o gênero audiovisual videoclipe e sua diversidade como um campo de experimentação. Tem como referências as artes plásticas, o cinema e a publicidade. Além disso, procura investigar a cultura do gênero musical *Trap* no contexto da revolução digital que proporcionou seu surgimento e popularização por meio da internet e plataformas digitais que hospedam conteúdos musicais e audiovisuais.

Palavras-chave: Comunicação, Videoclipe; Trap; Audiovisual; Hang Out With The Gang.

ABSTRACT:

The present work aims to produce the video clip *Hang Out With The Gang* in the format of the electronic music *Trap* that in its letter expresses feelings like anger, nonconformity, anxiety, fear and also talks about ostentation, luxurious cars and enjoy life. Thus, we sought to analyze the cultural context of *Trap*, to investigate the bases of the music video and Music Television (MTV) as a great promoter of video clips in the 1990s. And also with the digital revolution, which expanded in the 1990s, to consume music and video clips. We explored whether the digital revolution allowed the emergence and spread of *Trap*. In addition, we aim to produce the video clip *Hang Out With The Gang*, present the contemporary context in *Trap*, present the influence of the digital revolution on *Trap* and analyze how the digital revolution impacted the *Trap*.

The methodology chosen was the content analysis of Laurence Bardin (2011) which is based on three objectives: to gather information, to explore the material collected and to treat the results.

Finally, we seek to analyze the audiovisual music video genre and its diversity as a field of experimentation. Its references are plastic arts, cinema and advertising. In addition, it seeks to investigate the culture of the musical genre *Trap* in the context of the digital revolution that brought about its emergence and popularization through the Internet and digital platforms that host music and audiovisual content.

Keywords: Communication, Video Clip; *Trap*; Audiovisual; *Hang Out With The Gang*.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos familiares por serem a base de todo o nosso esforço.

Aos nossos amigos que nos apoiaram nos momentos mais difíceis.

Aos nossos mestres por todos os ensinamentos em sala de aula, em especial à Professora Mestra Eliane Muniz, por ensinar técnicas valiosas que aplicamos na música *Hang Out With The Gang*, à Professora Mestra Anelise Molina e ao Professor Mestre Leandro Bessa por aceitarem fazer parte de nossa banca e nos ensinarem com tanta dedicação e carinho.

Ao nosso orientador, Rafael Castanheira, por aceitar embarcar nesse projeto em conjunto conosco sendo o melhor orientador que poderíamos ter e que, ao longo da caminhada, se tornou um amigo.

E por fim, aos demais familiares, amigos e professores que não foram diretamente citados, mas também são importantes e fazem parte da nossa trajetória pessoal e acadêmica.

SUMÁRIO

Resumo:	1
Abstract:	2
Introdução	3
1. Metodologia	10
2. Referencial Teórico	12
2.1 – O Trap	12
2.2 Videoclipe	13
2.3 MTV	16
2.4 O videoclipe na era da internet	17
3. Diário de Bordo	19
3.1 Conceito, Pré-Produção, Produção e Pós-Produção	19
3.1.1 Conceito	19
3.1.2 Pré-Produção	20
5.1.3 Produção	22
3.1.4 Pós-Produção	23
Considerações Finais	24
Referências	25
Apêndice A	27
Apêndice B	28

INTRODUÇÃO

O presente trabalho, *Hang Out With The Gang*, apresenta uma estrutura que possibilita a aplicação do gênero audiovisual videoclipe em uma estética adaptada para o *Trap*, estilo de *Electronic Dance Music* (EDM). Entendendo a sua definição musical e sociocultural desde o seu surgimento no ano 2000, o *Trap* é proveniente da influência de outros movimentos e gêneros culturais que influenciam comportamentos como o *Hip Hop* e o *Rock'n'Roll*.

O *Trap* tem início no começo do século XXI. Podemos catalogar o *Trap* como um fruto da revolução digital e a forma de consumo deste produto é possível ter produções independentes e plataformas que distribuem esse tipo de conteúdo musical sem o intermédio da indústria fonográfica.

Contendo ainda a possibilidade de protesto a partir do conceito do *Rap* e elementos de *Hip Hop* bastante importantes para a concepção de ativismo, podemos concretizar em espaços indispensáveis para serem consumidos e divulgados. A influência de outros gêneros musicais, filmes, obras de arte e ícones de outras cenas se tornam precursores de idealismo dentro do estilo e podem ser aplicados em qualquer campo de produção da peça musical ou audiovisual. (NOISEY, 2015)

Um dos pontos principais para a criação de registro de imagem é a concepção do tempo, mas numa perspectiva de arquivagem e necessidade sociocultural que procurou novas maneiras de se comunicar. Outro princípio que se relaciona com essa ideia é a industrialização da arte. Possivelmente nesse contexto, a arte passa a ser reproduzida por meios mecânicos como a máquina fotográfica, que é o exemplo mais comum dessa transformação.

O *Cantor de Jazz* (1927) foi o primeiro filme a ter sucesso no uso do Vitafone, um aparelho criado especificamente para poder ter a sincronia entre o som e a imagem. Nessa forma de entretenimento o audiovisual estava evoluindo sua forma de criar arte.

O cinema é a fonte desse conceito audiovisual e, logo depois, acontece a adaptação desse audiovisual para a fisionomia televisiva, que apresenta programas de entretenimento e conteúdos padronizados para um público em geral. Mas, com o decorrer do tempo, os comportamentos mudam e os programas já não dialogam diretamente com seu público.

A banda *The Beatles*, com a música *A Hard Day's Night*¹, foram os primeiros a produzir um videoclipe voltado para a indústria musical, unindo imagem e som com o objetivo

¹ O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=Yjyj8qnqkYI>

comercial. Por isso, analisando este videoclipe pelo viés socioeconômico, além de ser uma forma de expressão artística, ele também é uma propaganda publicitária.

Os videoclipes tornaram-se um novo referencial para a apreciação estética da música associada a uma forma de oferecer um produto ao consumo. Inegavelmente, pela indústria fonográfica, vídeos musicais são formas de exposição de um produto que está à venda, um apelo ao consumo. Sua estética une técnicas apuradas do cinema e da publicidade, a liberdade de criação de filmmakers e um universo simbólico que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista. (BRANDINI, 2006, p. 4)

Com tanta audiência pela banda *The Beatles*, houve a criação de programas televisivos especificamente para que eles pudessem fazer suas performances ao vivo. Na esteira desse movimento, o cantor Elvis Presley realiza a primeira performance musical a ser transmitida ao vivo em uma rede de televisão e abre um espaço novo para a indústria.

Logo após, na década de 80, surge a *Music Television* (MTV), contendo uma nova dinâmica na maneira de exibir seus conteúdos, além de ser a emissora que mais contribuiu para a construção do movimento cultural do videoclipe em diálogo direto com os jovens. A MTV dialogava diretamente com jovens e adultos por meio de sua linguagem simples e direta, além de tocar em temas muito discutidos na década de 80 e 90 como, por exemplo, AIDS, drogas, liberdade sexual, entre outros.

Pode existir no videoclipe uma narrativa linear ou não linear dialogando com outras linguagens. Ademais, a narrativa imagética pode ser diferente da narrativa sonora, ficando a critério da mensagem que o artista quer transmitir. O videoclipe não tem a necessidade de significar a imagem com o som, podendo ser contrapontos um do outro. Um exemplo de narrativa não linear é o curta-metragem que foi utilizado como inspiração para o videoclipe da música *Thriller*², de Michael Jackson.

A influência no comportamento e na maneira de se vestir abrange parte do público que consome esse tipo de produto. Os videoclipes refletem a época e o contexto sociocultural que estão inseridos. O videoclipe é uma das maneiras mais utilizadas em publicidade de artistas independentes, pois não passam pelo intermédio da indústria fonográfica, reduzindo custos e sendo um exercício de autopropaganda do artista e da música. Por meio do videoclipe é possível modificar o meio externo de forma passiva e agressiva, com o objetivo de expressar sentimentos que o aprisiona e o oprime.

² O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=sOnqjkJTMaA>

O *Trap* é um dos gêneros que frequentemente utiliza do videoclipe para divulgar as produções originais de artistas independentes nas plataformas digitais como o Youtube³. Trata-se de um gênero musical muito popular entre jovens e adultos. Dessa forma, seus vídeos são um ponto-chave para atingir esse público.

Para a compreensão do *Trap* primeiramente é necessário mostrar uma breve análise relacionando-o ao Rock'n'Roll, à Música e à Cultura Pop, estilos altamente comerciais. Em 1989, quando o cantor e produtor musical Dr. Dre⁴ idealizou o estilo musical chamado *Gangstar Rap* e criou um grupo chamado *Niggas With Attitude, NWA*, (negros com atitude) revolucionou todo o mercado cultural, não somente na música, mas também em todo contexto cultural na América do Norte, inaugurando gravadoras e produtoras como *Death Row Records*, na qual trabalhou ativamente com os rappers 2pac⁵ e Snoop Dogg⁶, e a *Aftermath Records*⁷, realizando obras com artistas renomados como: 50 Cent⁸, Eminem⁹, Busta Rhymes¹⁰ e The Game¹¹.

Por sua vez, T.I.¹² produziu o álbum chamado *Trap Muzik*, da gravadora *Grand Hustle Records*. Outro grupo que protagonizou o *Trap* foi Three Six Mafia que apesar de não ser de Atlanta, segue uma linhagem semelhante. A melodia é composta pela percussão da *drum machine* chamada Roland TR – 808. Criado em 1980, a Roland TR - 808 é um sintetizador que emite um som mais obscuro ou atmosférico e contém elementos derivado do *dubstep*, uma outra linhagem do Electronic Dance Music (EDM)¹³.

Aspectos do *Hip Hop* existente no *Trap*, persuadido a seguir uma orientação em percepção de melhoramento no estilo com peças musicais não sendo necessariamente da vertente, torna-se percursos, como trabalhos do artista Lil Wayne¹⁴, em sua obra chamada

³ Plataforma online gratuita de compartilhamento de vídeos que surgiu em 2005 largamente utilizada por artistas independentes para hospedar suas produções audiovisuais originais. Com uma interface intuitiva possibilitou que pessoas comuns hospedassem vídeos em poucos minutos. Além disso, por conta de suas categorias, é possível que o usuário direcione o conteúdo que deseja assistir, “ensinando” o algoritmo do Youtube a indicar por meio da aba “conteúdos relacionados” vídeos correlacionados aos tópicos principais do que é assistido.

⁴ Cantor norte-americano de Hip Hop e produtor de Rap.

⁵ Rapper, ator e compositor norte-americano assassinado em 1996. Site oficial: <https://2pac.com/us>

⁶ Rapper, ator, compositor e produtor norte-americano. Também conhecido com outros nomes artísticos como: Snoop Doggy Dogg, Snoop Dogg, Snoop Lion e Snoopzilla. Site oficial: <http://snoopdogg.com/>

⁷ Gravadora com experiência em Hip-Hop fundada por Dr. Dre.

⁸ Rapper, ator, diretor, roteirista e empresário norte-americano. Site oficial: <https://thisis50.com/>

⁹ Rapper, compositor, produtor e ator norte-americano. Site oficial: <https://www.eminem.com/>

¹⁰ Rapper e ator norte-americano. Canal oficial no Youtube: <https://www.youtube.com/user/BustaRhymesVEVO>

¹¹ Rapper e ator norte-americano. Canal oficial no Youtube:

https://www.youtube.com/channel/UCCFs35_Ey5FXLh5L8eN08hg

¹² Cantor de *Trap*, produtor e ator nascido em Atlanta. Site oficial: <https://www.tipaperwork.com/>

¹³ Electronic Dance Music é uma vertente da música eletrônica com batidas rápidas e muito popular em casas noturnas.

¹⁴ Rapper norte-americano. Site oficial: <http://www.thacarterv.com/>

The Carter, lançado em 2004 pela gravadora *Cash Money Records*¹⁵ e outro álbum do T.I. chamado *Paper Trail*, a atividade ocorrendo do artista Eminem introduz um aspecto alternativo em uma questão de inclusão social, indo contra a ideologia racista.

Intérpretes originalmente de Atlanta no estado da Geórgia criaram uma cena artística que, parcialmente, pertencia a um cenário *underground*, mas o crescimento foi em todo mundo. Os principais influenciadores desse movimento são os produtores como T.I., além dos DJ's e MC's os produtores que realizam a criação de melodias e vinhetas.

Artistas considerados principais precursores e que estão ativamente gerando conteúdo na internet como o rapper Soulja Boy¹⁶, o primeiro a ter a visão da internet como meio de divulgação. Logo após, vieram artistas como: Gucci Mane¹⁷, Future¹⁸, Migos¹⁹, 2 Chainz²⁰, Rick Ross²¹ e 21 Savage²², que conseguiram espaço na cena do *Trap*, e seus produtores, renomados conhecidos como: Metro Boomin²³, Zaytoven²⁴, SouthSide²⁵, TM 88²⁶ e a 808 Mafia.²⁷

O gênero tornou-se ativo no Brasil com a visibilidade conquistada pelo DJ Zegon²⁸, integrante do grupo *Planet Hemp*²⁹, que iniciou um projeto com outro produtor brasileiro, chamado Laudz³⁰, do grupo musical Tropkillaz³¹. Por uma consequência da globalização, o primeiro single do Tropkillaz teve um enorme sucesso na Rússia e somente depois ficou conhecido no Brasil.

¹⁵ Gravadora norte-americana fundada por dois irmãos conhecidos como Birdman e Slim. Site oficial: <https://www.cashmoney-records.com/>

¹⁶ Rapper e produtor norte-americano. Canal oficial no Youtube: <https://www.youtube.com/souljaboy>

¹⁷ Rapper e produtor norte-americano. Site oficial:

<https://www.guccimaneonline.com/EvilGenius?ref=Typed/Bookmarked>

¹⁸ Trapper norte-americano. Canal oficial no Youtube:

<https://www.youtube.com/channel/UCSDvKdIQOwTfcyOimSi9oYA>

¹⁹ Grupo de *Trap* norte-americano formado em 2009 pelos cantores Quavo, Offset e Takeoff. Site oficial:

<http://www.migosofficial.com/>

²⁰ Rapper norte-americano. Site oficial: <http://www.2chainz.com/>

²¹ Rapper norte-americano. Canal oficial no Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCdLf5_x-4eic2Hw-uovjdKA

²² Rapper, compositor e produtor musical norte-americano. Site oficial: <https://www.21savage.com/>

²³ Produtor musical e *beatmaker* norte-americano. Site oficial: <http://metroboomin.net/>

²⁴ Produtor musical e DJ norte-americano. Site oficial: <http://www.zaytovenbeat.com/>

²⁵ Produtor musical, rapper e compositor norte-americano. Canal oficial no Youtube:

<https://www.youtube.com/channel/UCIS1ZfxMTd9h1AkiQP2V54w>

²⁶ Produtor musical e DJ norte-americano. Site oficial: <http://www.tm88world.com/>

²⁷ Grupo de produtores musicais fundada e comandada por SouthSide. Perfil oficial no SoundCloud:

<https://soundcloud.com/southside808mafia>

²⁸ DJ e produtor musical brasileiro que fez parte do grupo Planet Hemp.

²⁹ Banda brasileira de Rap fundada em 1993 no Rio de Janeiro. Canal oficial no Youtube:

<https://www.youtube.com/channel/UCFiCa9ecf-jGAGQuHbcoOLw>

³⁰ DJ e produtor de música eletrônica e Hip-Hop. Também é integrante do projeto musical Tropkillaz

³¹ Projeto de música eletrônica composto por André Laudz e Zé Gonzales. Canal oficial no Youtube: <https://www.youtube.com/tropkillaz>

O subgênero do Rock'n'Roll, o Grunge³², proveniente da década de 90, tendo como personalidades conhecidas bandas como Pearl Jam e Nirvana aplicam sua presença em uma nova categoria de rock. Logo após o sucesso do Grunge, surge nos anos 2000, o Emo Rock em que se ordena a emoção no Rock. Bandas como Simple Plan, Green Day e My Chemical Romance conquistaram uma legião de fãs.

Assim, esse estilo emotivo foi aplicado no *Trap*, também conhecido como *Emo Trap*. O representante mais ativo é o rapper Lil Peep. Suas melodias contêm elementos de violão e guitarra, semelhante a uma música de Rock como, por exemplo, na música 16 Lines³³ que contém toques de guitarra e violão em sua melodia. Seu trabalho se torna independente graças, em grande parte, à revolução tecnológica, que possibilitou a qualquer artista produzir e, sobretudo, divulgar conteúdos originais. Assim, Lil Peep utilizou plataformas digitais para divulgar suas músicas sem a necessidade de uma produtora ou gravadora.

A questão de ser uma vertente do *Hip Hop* e que também faz parte do EDM. Então, possibilita infinitas opções de elaboração em vinculação com outros estilos que não foram ainda efetuadas e então possivelmente isso ajuda na concepção de uma nova compreensão de fase, de acordo com a figuração da condição sobre o estilo (NOISEY, 2015).

A partir desse contexto, decidimos produzir um videoclipe utilizando o gênero *Trap* como base. Apresentaremos também o cenário cultural contemporâneo do *Trap*³⁴ no estilo de vida de jovens e adultos. Ademais, cabe ainda entender, neste trabalho, como a revolução digital possibilitou o surgimento e a distribuição do *Trap*.

Nosso objetivo é produzir um videoclipe no formato do *Trap*, tendo como influências *Famous Dex - Japan*³⁵, que utiliza o fundo *chroma key*³⁶ para trazer referências asiáticas, e *Six Dogs - Flossing*³⁷, que utiliza um retroprojetor ao fundo enquanto interage com a câmera. Dessa forma, nos comunicamos com essa nova realidade de consumo digital para produzir nossa própria linguagem.

Assim, seguindo essa linhagem, a música expressa sentimentos como ansiedade, medo e também sobre estilo de vida de ostentação como carros luxuosos e dinheiro. O videoclipe *Hang Out With The Gang* foi composto por imagens captadas em Genebra, na Suíça, que são

³² Subgênero do Rock'n'Roll com influência do Heavy Metal, Hardcore e Indie Rock.

³³ O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=DxNt7xV5aII>

³⁴ Gênero de música eletrônica que surgiu no começo dos anos 2000 derivado do Rap e do Hip Hop. Tem como característica ser um som agressivo que utiliza sintetizadores em suas composições.

³⁵ O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=hTLrY2tJkcc>

³⁶ Pano verde ou azul utilizado para projeções feitas na pós-produção.

³⁷ O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=8UJLRuIs8mQ>

mescladas e sobrepostas em fundos de *chroma key* a imagens de desenhos animados e videogames que remetam aos anos 90.

As imagens escolhidas para o plano de fundo são de animes, desenhos animados e videogames por serem referência da década de 1990, época que queremos retratar. Além disso, as imagens estão em afinidade com o que é cantado na música.

O título e letra da música foram escritos em inglês por termos mais influências nesse idioma a partir de artistas que ouvimos no gênero do *Trap*. Além disso, queremos entrar no cenário internacional e criar uma linguagem diferente das produções audiovisuais de *Trap* que existem no Brasil até o momento. A letra foi escrita como uma forma de expressar sentimentos como ansiedade, medo, inconformidade, bem-estar e satisfação. Ademais, ela também toca em assuntos como ostentação e carros caros, uma referência à linha Class G³⁸, luxuosos veículos utilitários esportivos (SUV) da Mercedes Benz, também popularmente conhecido como G Wagon, que aparece em clipes de cantores de *Trap* como, por exemplo, na música Benz Truck³⁹ do cantor Lil Peep⁴⁰ que faz alusão ao veículo.

Portanto, a distribuição de produtos culturais é gerada de maneira independente com base em plataformas da internet que distribuem diferentes nichos de conteúdo. O *Soundcloud*⁴¹ e o *Youtube* conseguem se manter na internet por ser adaptável ao gosto do consumidor indicando preferências e conteúdos relacionados, como também, hospedam produções independentes e originais. Dessa forma, constroem nichos que outras mídias não conseguem alcançar, criando segmentos que não estão no *mainstream*.

Assim, por meio da revolução digital e o advento das plataformas de distribuição, os produtos audiovisuais que são feitos de forma independente desde então podem se comunicar diretamente com seu público-alvo e, conseqüentemente, contribuem para a visibilidade de culturas que antes estavam às margens. A revolução digital é compreendida como o período entre a década de 1990 e início dos anos 2000 quando houve um acentuado crescimento do acesso à internet, o surgimento das imagens digitais, a telefonia móvel e dos videogames com imagens em 3D. A internet permitiu uma inversão no fluxo comunicacional, pois agora o

³⁸ Site oficial do Brasil da Mercedes Classe G: <https://www2.mercedes-benz.com.br/passengercars/mercedes-benz-cars/models/g-class/suv/explore.html>

³⁹ O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=3rkJ3L5Ce80>

⁴⁰ Cantor de *Trap* que aplicou o estilo Emo às suas canções. Falecido em 15 de novembro de 2017.

⁴¹ Plataforma online gratuita que surgiu em 2007 para hospedagem de músicas muito utilizada por artistas independentes. Os usuários podem compartilhar, promover e distribuir seus produtos. O SoundCloud é interessante por ser uma plataforma gratuita tanto para os que hospedem músicas quanto para seus ouvintes. Além disso, oferece integração direta com outras redes sociais como Facebook e Twitter facilitando a divulgação de conteúdos.

receptor e o transmissor se confundem (FELICE, 2008, p. 23), além de permitir interação instantânea, o que nenhuma outra mídia consegue.

Para apresentarmos esses conceitos, o presente trabalho foi organizado em duas partes. A primeira parte é a metodologia e a revisão bibliográfica a partir de autores como Canclini, (2003); Jenkins (2006); Brandini (2006); Noisey (2015) e Castells (2009). Eles tratam de temas por nós abordados como a cultura do *Trap*, a evolução e o produção de videoclipes, e a história da Music Television (MTV), por ter uma importância histórica na distribuição de videoclipes.

A segunda parte é o memorial descritivo do processo de produção do videoclipe. Como surgiu a ideia do videoclipe, como nos organizamos para a produção do produto, onde, como e quando foram captadas as imagens. E, por fim, a produção e a pós-produção do videoclipe *Hang Out With The Gang*. Para a produção do videoclipe utilizamos como referência técnicas utilizadas pela MTV além da estética VHS que nos remete aos anos 90, época em que crescemos e queremos fazer essa alusão a esses tempos que estão voltando à moda e à cultura pop do presente ano de 2019.

1. METODOLOGIA

A primeira estratégia de pesquisa utilizada neste trabalho é o levantamento bibliográfico, que permitiu compreender a visão geral sobre o tema e quais seus rumos para que então possamos aprofundar os estudos. No processo de elaboração do referencial teórico, foram consultados livros e artigos de estudiosos da área de videoclipes como Pontes (2003) que nos possibilitou compreender a narrativa e os elementos da sua linguagem. Para entender como a Music Television (MTV) teve papel fundamental na difusão de videoclipes, analisamos O texto “Panorama histórico – MTV Brasil” (Brandini, 2006) e o livro “A globalização imaginada” (Canclini, 2003). E para compreendermos a convergência digital transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais percebidas no cenário contemporâneo dos meios de comunicação utilizamos o livro “Cultura da Convergência”, de Jenkins (2006). Por fim, para compreendermos a cultura do *Trap* seus adeptos e suas músicas utilizamos como base documentários como *Hip Hop In Holy Land* (2015) e *Noisey Atlanta* (2015).

Dessa forma, incluindo documentários que mostram a relação entre cultura, videoclipe e o movimento cultural do *Trap*. Assim, fizemos uma análise sobre a produção audiovisual no contexto da cultura do *Trap*.

Tendo em vista de que neste trabalho buscamos mapear e compreender conceitos já estabelecidos por autores da área de videoclipes, a análise de conteúdo sugerida por BARDIN, (2011) foi escolhida como a metodologia mais adequada. Bardin caracteriza três fases: (1) pré análise, que é o levantamento de informações e a organização dos mesmos; (2) exploração do material, estudar e examinar o material que foi levantado anteriormente aqui formulando hipóteses e objetivos; e (3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação de tudo o que está sendo estudado. Para este autor, o termo análise de conteúdo denomina um conjunto de técnicas de análise das comunicações com o objetivo de alcançar, por procedimentos sistemáticos e objetivos definição do conteúdo das mensagens que permitam compreender conhecimentos referentes às condições de produção e recepção da mensagem (Bardin, 2011, p. 47).

Para desenvolver este método, é necessário analisar materiais pré-existentes de diversos autores, seja para enriquecer ou atualizar o pensamento acerca de seu objeto (CORRÊA, 2006, p. 288).

O videoclipe *Hang Out With The Gang* foi elaborado a partir de referências de *Trap* como *Famous Dex – Japan* em que ele utiliza um *chroma key* ao fundo com imagens referentes à cultural oriental enquanto interage com a câmera. E *Six Dogs – Flossing* que utiliza um

retroprojektor na parede enquanto interage com a câmera. Dessa forma, com essas referências pudemos criar uma linguagem própria para o nosso videoclipe e nos expressar com a música, expressões corporais e as projeções ao fundo. Para melhor compreensão no Apêndice A se encontra a letra original em inglês e no Apêndice B uma tradução em português.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 – O TRAP

O *Trap* (em português, armadilha) originou-se no ano 2000 nos Estados Unidos, ganhando popularidade, em 2007, com a ascensão de vários grupos de *Rap*. Frequentemente, seus adeptos relacionam o significado literal “armadilha” com estarem presos a esse estilo de vida e de consumo (NOISEY, 2015). As músicas surgem em meio a uma sociedade capitalista voltada para a produção artística. A cultura *Trap* era muito marginalizada e periférica, assim é muito comum que no mesmo lugar onde há produção musical e audiovisual também haja consumo e produção de drogas pesadas como o crack (NOISEY, 2015). Outra droga amplamente consumida nesses espaços é a maconha. No entanto, a droga mais associada à cultura do *Trap* é o *lean*⁴², também conhecido como *Dirty Sprite*, *purple drank* ou *sizzurp*, que consiste em uma mistura de xarope de codeína com balas e refrigerante. Seu principal efeito é uma enorme sensação de euforia que tem como consequência uma forte sonolência causada pelo efeito colateral do xarope de codeína (NOISEY, 2015).

Ao conquistar um lado mais comercial, o *Trap* pode ser encontrado em trilha sonora de filmes como, por exemplo, *A Primeira Noite de Crime* (2018).⁴³ O filme conta a história de um experimento sociológico nos EUA em que durante 12 horas a população pode cometer crimes como uma tentativa de diminuir a taxa de criminalidade. Essa experiência se passa em Staten Island, uma área pobre perto de Nova Iorque. Vale destacar que um dos veículos mais presentes no filme é a Mercedes Class G. A trilha sonora do filme é composta por músicas de *Trap* como *Mo Bamba*⁴⁴ do Sheck Wes⁴⁵ e *Alive*⁴⁶ do Lil Jon⁴⁷, *Offset*⁴⁸ e *2Chainz*.

A diretriz de descoberta dos conteúdos musicais mudou. A revolução digital facilitou as produções e a distribuição de música e vídeos, integrando a internet com programas de televisão. Segundo Henry Jenkins (2006):

⁴² Reportagem da Globo em 2016 sobre o surgimento do Lean no Brasil: <http://g1.globo.com/hora1/noticia/2016/03/purple-drink-droga-conhecida-nos-eua-comeca-circular-no-brasil.html>

⁴³ Trailer oficial do filme *A Primeira Noite de Crime*: <https://www.youtube.com/watch?v=1bwYKqieKn8>

⁴⁴ Videoclipe oficial de *Mo Bamba* do Sheck Wes: <https://www.youtube.com/watch?v=VWoIpDVkOH0>

⁴⁵ Rapper, compositor e modelo norte-americano. Site oficial: <https://sheckwes.com/>

⁴⁶ Videoclipe oficial de *Alive* do Lil Jon, Offset e 2Chainz: <https://www.youtube.com/watch?v=WPbNGIh4Buc>

⁴⁷ Rapper, produtor, DJ e ator norte-americano. Site oficial: <http://liljon.com/>

⁴⁸ Rapper e integrante do grupo Migos.

[...] os mercados midiáticos estão passando por mais uma mudança de paradigma. Acontece de tempos em tempos. Nos anos 1990, a retórica da revolução digital continha uma suposição implícita, e às vezes explícita, de que os novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a internet substituiria a rádio e que tudo isso permitira aos consumidores acessar mais facilmente o conteúdo que mais lhes interessasse.

Além da revolução digital, a *Convergência Digital* (JENKINS, 2006) atuou de uma maneira a facilitar a comunicação e a acessibilidade aos conteúdos culturais de toda a parte do mundo. Exemplo disso, é a produção de videoclipes de *Hip Hop*, que são de origem norte-americana, também fazem parte da cultura de jovens e adultos de países como: Japão e China. Conforme é mostrado no Documentário *Hip Hop In The Holy Land* (2015) produzido pela mídia de distribuição digital *Noisey Films*.

A direção do estilo é se unir a outros gêneros como o *Rap*, o *Hip Hop* e o *Rock*, sendo um fenômeno social que a moda segue uma tendência pelo desejo e consumo. Caminho em que se aponta para o consumo, é de uma forma mais aprimorada para a condição em que o consumidor se torna mais ativo em questão de escolha, e controle de qualidade relacionado ao produto e o processo de compra em que o indivíduo tenha preferência. Segundo Lipovsky (2007):

A dinâmica de expansão das necessidades se prolonga, mais carregada de novos significados coletivos e individuais. É um consumidor de ‘terceiro grau’ que deambula por centros comerciais gigantes, compra marcas mundiais, procura produtos *light* ou biodinâmicos, exige selos de qualidade, navega nas redes, baixa música no telefone celular (LIPOVESKY, 2007, p. 24).

Partindo dessa perspectiva, a apresentação de propagandas, videoclipes e músicas passaram por uma evolução e então grandes corporações e médias empresas aprimoraram suas estratégias de contatos com os clientes e as peças publicitárias que abordam novas narrativas, em contrapartida à monotonia e expressando sentimentos para o público.

Portanto, a distribuição de conteúdo em escala global introduz uma nova relação com o consumidor, atendendo a uma exigência de serviços da sociedade capitalista, que financia o seu conteúdo cultural, podendo consumir produtos autorais e originais de produções independentes.

2.2 VIDEOCLÍPE

Clipes deriva da palavra em inglês *clipping*, que significa recorte, pinça ou grampo. Expressão que começou a ser utilizada na década de 1980, em referência à bricolagem, técnica de recorte de imagens para se tornar uma narrativa em vídeo.

O videoclipe é um gênero audiovisual de narração imagética e sonora com perspectivas mercadológicas para fins de divulgação e promoção do artista e da música. De acordo com Thiago Soares (2004, p. 23-24), no princípio o videoclipe era uma produção de edição veloz ou frenética com imagens recortadas voltada apenas para a divulgação da música. E não tinham obrigação de contar uma narrativa linear. Pontes (2003), por sua vez, define o videoclipe como

[...] um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim ao som de um uma única música. Para ser considerado um videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração da versão filmada, de uma canção (PONTES, 2003, p. 48).

O videoclipe desponta como uma forma de vender a música e a imagem do artista evidenciando o caráter publicitário dessas produções. Além disso, seguindo a lógica capitalista, influencia o comportamento e a moda. Assim, os videoclipes estão diretamente ligados ao mercado publicitário (MACHADO, 2001).

No mercado atual, os videoclipes apresentam produções elaboradas com narrativas lineares, o que difere de produções mais antigas com imagens bricoladas e narrativa despreziosa, uma fórmula que não funciona atualmente. Embora o videoclipe não tenha a necessidade de o que está sendo dito na música seja a mesma coisa se está sendo visto na tela, elas se relacionam em maior ou menor grau. Uma das características principais do videoclipe é a rápida transição entre uma tomada e outra, também chamada de frenética.

O videoclipe pode ser dividido em duas etapas: a produção e a pós-produção. Na produção, a iluminação tem um importante papel, pode ser bem marcada no artista para deixá-lo em maior evidência ou com iluminação natural com mais destaque para o cenário. A fotografia também pode dar ênfase com planos próximos ou planos-sequência, ou seja, sem cortes. O figurino também é primordial, pois pode ditar moda e fazer referências. O roteiro varia conforme o tipo de produção. A narração não é uma exigência. O videoclipe pode narrar a música ou contrapor ao que é dito e trazer novos elementos. Há também, o desempenho do artista diante da câmera, referenciando o início das produções de videoclipe. Além disso, é possível uma produção totalmente experimental, pois o gênero possibilita a inovação e a criatividade.

Na pós-produção, a depender dos critérios do diretor, a edição pode ser rápida, frenética e com cortes secos; ou suave, com transições mais leves e cortes mais delicados. A transição entre uma cena e outra pode ser um corte seco na imagem ou uma sobreposição de imagens. Podendo ser conforme o ritmo da música, mas não é uma obrigação. Nessa etapa também podem ser utilizados recursos gráficos de computação, como a utilização de um *chroma key*.

Um exemplo de uso do *chroma key* é o clipe Japan, do Famous Dex. O cantor interage com a câmera enquanto ao fundo tem a projeção de imagens de desenhos animados e videogame. Outro caso a ser citado como uso criativo de recursos gráficos em videoclipe é o grupo Gorillaz⁴⁹, que se apresenta como desenhos animados em seus videoclipes.

O videoclipe promove a música e o artista, tornando-se parte da promoção publicitária. Além disso, ele utiliza técnicas provenientes do cinema e da publicidade. Como afirma Brandini (2006):

Os videoclipes tornaram-se um novo referencial para a apreciação estética da música associada a uma forma de oferecer um produto ao consumo. Inegavelmente, pela indústria fonográfica, vídeos musicais são formas de exposição de um produto que está à venda, um apelo ao consumo. Sua estética une técnicas apuradas do cinema e da publicidade, a liberdade de criação de *filmmakers* e um universo simbólico que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista (BRANDINI, 2006, p. 4).

Partindo desta perspectiva, o videoclipe é um gênero híbrido e experimental, pois pode referenciar o cinema, a publicidade, as artes plásticas e trazer novos formatos de produção. Os videoclipes são pequenos filmes de uma tradução visual da música, podendo ser literal, mas não tem necessariamente a obrigação de significar o visual e o sonoro. Além disso, dando características próprias à música e aos artistas que o produziram.

Assim, da mesma forma que outros gêneros do audiovisual, o videoclipe também retrata questões do cotidiano da cultura que se encontra. É um espaço para várias linguagens, por isso a experimentação é uma das características mais presentes. Portanto, o videoclipe tem como objetivo divertir, informar, significar, emocionar e chocar seu público com valores agregados a produções audiovisuais mais refinadas. Arlindo Machado (2001) pondera sobre o videoclipe ser um ambiente audiovisual que permite experimentações na elaboração de linguagens e expressões inovadoras.

⁴⁹ Videoclipe do grupo Gorillaz pode ser acessado em: https://www.youtube.com/watch?v=1V_xRb0x9aw

2.3 MTV

Em 1981, surge a Music Television (MTV) nos Estados Unidos da América (EUA). Trata-se de um canal com a grade inteiramente de videoclipes, os jovens apresentadores eram conhecidos VJ's e falavam a mesma linguagem dos jovens da época. O primeiro videoclipe a ir ao ar foi *Killed The Radio Star*⁵⁰, da banda Buggles. Em 1983, é criado o *American Video Awards*, para premiar os videoclipes. Em 1987, a MTV inaugura sua filial na Europa, que em sua primeira exibição trouxe o videoclipe de *Money For Nothing*⁵¹ do Dire Straits.

A MTV chega ao Brasil em 1990 e o primeiro videoclipe exibido foi *Garota de Ipanema*⁵², *remix* feito em 1989 por Marina Lima. A estreia carregada de simbolismo demonstra que as filiais da MTV também se preocupam em falar a língua do jovem e trazer elementos culturais do país.

Como afirma Nestor Garcia Canclini (2003), a linguagem da MTV:

[...] conquista a audiência de jovens de quase todo mundo, é graças a sua capacidade de combinar várias inovações: mistura gêneros e estilos, de rebeldias roqueiras a melodias hedonistas e 'pensamento liberal normalizado', associa-se a 'grandes causas' (lutas contra pobreza, o analfabetismo, a AIDS e a poluição), propondo exercícios de cidadania internacionalizados compatíveis com um sentido moderno e sensual da vida cotidiana (CANCLINI, 2003, p. 150).

Por outro lado, a cibercultura permite o acesso a fotos, textos, vídeos e videoclipes mais facilmente, pois só é necessário um computador com acesso a internet. Assim, não é mais necessário ter acesso a um canal de televisão pago, pois o mesmo conteúdo pode ser encontrado em sites como o *Youtube*, por exemplo. Abrindo espaço para produções independentes divulgarem seus produtos audiovisuais.

A MTV possuía em sua grade em 2006 um programa chamado MTV De Bolso que trazia interação em tempo real com espectadores por meio de telefones móveis com acesso à internet. No mesmo ano, trouxe a interatividade ao *Video Music Brasil* (VMB). Como a transmissão ao vivo em rádio e internet. Isso demonstra a capacidade da MTV de entender e falar a mesma linguagem de seu público.

Porém, ela perdeu espaço no cotidiano dos jovens e chegou ao seu fim no Brasil em 2013. Além disso, a MTV Brasil passou a focar em outros programas sem tanto apelo musical.

⁵⁰ O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=Iwuy4hHO3YQ>

⁵¹ O videoclipe pode ser acessado em: https://www.youtube.com/watch?v=wTP2RUD_cL0

⁵² O videoclipe pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=RY33IVKaUvo>

O encerramento se deve à lentidão do canal em perceber a força da cibercultura e às mudanças de comportamento, apostando em conteúdos que já não dialogavam mais com seu público. Para Beto Bruno, vocalista da banda Cachorro Grande, em *A Imagem da Música* (2017), “a última geração que entrou na MTV foi o pós-emo, que eram os ‘coloridos’. [...] Foi a mediocridade, foi a falta de conteúdo dessas bandas, das pessoas que estavam botando essas pessoas lá, tirou o crédito total”. Portanto, a MTV, que antes transmitia videoclipes que agradavam sua audiência e falava de assuntos do cotidiano que outras emissoras de televisão não falavam agora não está na mesma sintonia que seu jovem público que demonstrou desinteresse.

Atualmente, além da programação no canal de televisão, que agora é transmitida pela Viacom, também mantém um site constantemente atualizado com diversas notícias e colunas. A exibição do último programa da MTV Brasil foi carregada de simbolismo e nostalgia, apresentado por Astrid Fontenelle, a primeira VJ do canal.

2.4 O VIDEOCLÍPE NA ERA DA INTERNET

A internet revolucionou os padrões de vida desde que tomou proporções em escala mundial, tornando o acesso a informação mais direto e inovando hábitos de consumo principalmente relacionados à música. Da mesma forma, o videoclipe também sofreu transformações, pois as gravadoras tiveram que reconsiderar suas formas de produção e distribuição.

A novas tecnologias (celulares *smartphones*, computadores, *notebooks* e *tablets*) permitiram um acesso direto do artista com seu público sem a necessidade do financiamento ou aprovação da indústria fonográfica, permitindo que artistas independentes publiquem suas produções originais a um custo muito baixo. E quem ganha com isso é o consumidor final que agora tem acesso a conteúdos variados a um clique de distância.

Portanto, a internet forma comunidades virtuais que interagem de forma direta e retilínea onde todos são emissores e receptores. Segundo Castells (2009), as comunidades são formadas por duas premissas. A primeira se dá por uma comunicação livre e horizontal, e a segunda é a formação autônoma de redes, que permite que pessoas com interesses em comum se encontrem para criar grupos e se divulgarem pela internet.

Além disso, Castells (2009) também estabeleceu que existem “comunidades específicas”, que são redes estruturadas por conta de interesses específicos. Nessa perspectiva, os blogs são fundamentais para esse processo, pois antes de seu surgimento somente aqueles

que entendiam de programação de computadores poderiam criar conteúdos para a internet. Além disso, outros dispositivos como, por exemplo, e-mail e redes sociais, também ajudaram na forma como se acessa a informação refletindo diretamente no consumo.

Portanto, a forma de consumir músicas e vídeos também sofreram transformações, pois os artistas podem hospedar suas produções em plataformas digitais e divulgarem em comunidades virtuais e, assim, democratizando o acesso à suas obras.

3. DIÁRIO DE BORDO

A ideia do videoclipe surgiu devido à nossa afinidade com o gênero *Trap*, nossas preferências musicais e à amizade entre os autores destas linhas. Descobrimos nossos gostos em comum a partir da aula de Técnicas de Redação e Produção para Rádio da Prof. Ma. Eliane Muniz⁵³ e, assim, pudemos identificar nossos pontos fortes: Sadrac Nunes é um editor de áudio e vídeo e, por outro lado, Yasmim Scholtz Angelo tem aptidão para escrever e cantar. Dessa forma, juntamos nossas habilidades e estamos nos envolvendo com o mundo da música, fazendo o videoclipe de uma música original *Hang Out With The Gang*.

Assim, nos organizamos da seguinte maneira: Sadrac Nunes captou e editou as imagens, e Yasmim Scholtz escreveu a música, traduziu, cantou e atuou no videoclipe. Os equipamentos utilizados para a realização do videoclipe foram de uso pessoal. Imagens e sons foram captados por Sadrac com seu equipamento pessoal: uma câmera DSLR da Canon com uma lente zoom 18-55mm, fone de ouvido e tripé.

Os elementos pensados para a realização das gravações em estúdio são de desenhos animados e videogames. As imagens de *off* foram captadas em Genebra, na Suíça, por Sadrac Nunes, em janeiro de 2019. Já as imagens em que aparecem Yasmim Scholtz Angelo cantando foram captadas em abril de 2019, na Universidade Católica de Brasília, utilizando o Estúdio de Fotografia e o estúdio do Centro de Rádio e Televisão.

O videoclipe *Hang Out With The Gang* foi gravado por Sadrac Nunes enquanto Yasmim Scholtz Angelo interage com a câmera as projeções ao fundo são de desenhos animados, animes e videogames. A escolha dessas imagens para o fundo do videoclipe deu-se por serem referências dos anos 90, no caso dos desenhos animados. O videogame também é uma referência dos anos 90 quando começou a revolução digital. Além disso, utilizamos *chroma key*, retroprojetor em um fundo branco e uma televisão para projetar as imagens. Também escolhemos como direção de arte roupas escuras com detalhes em branco para um ar mais sombrio e ter algumas imagens projetadas nos detalhes em branco das roupas.

3.1 CONCEITO, PRÉ-PRODUÇÃO, PRODUÇÃO E PÓS-PRODUÇÃO

3.1.1 Conceito

⁵³ Currículo Lattes pode ser acessado em:
<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4130486P6>

O conceito do videoclipe *Hang Out With The Gang* foi formado a partir de referências que nós temos dentro do *Trap* americano e, ao mesmo tempo, que queremos trazer uma nova linguagem para o Brasil. Assim, formulamos um conceito que é uma música que expressa sentimentos como raiva, ansiedade e questionamentos sobre a sociedade e também falasse sobre carros luxuosos e diversão. A ideia de escrever em inglês surgiu no momento em que pensamos fazer referências ao *Trap* americano, pois, aqui, não caberia a Língua Portuguesa.

Para o videoclipe pensamos em projeções ao fundo que dessem ideia de movimento e fluidez, trazendo uma conexão visual que em alguns momentos passasse a ideia de calma e em outros momentos causasse confusão. Dessa forma, para a estética do videoclipe nos inspiramos nas fitas VHS dos anos 90. Além disso, escolhemos para as projeções de fundo imagens que remetessem a estética dos anos 90 e com referências a MTV como várias imagens sobrepostas. Ademais, o desenho animado *Sailor Moon* (exibido por qual emissora? entre 1992 e 1997) também da mesma década e *gameplays* de videogames de corrida que estavam em plena ascensão nessa época.

3.1.2 Pré-Produção

Na Pré-Produção, em janeiro de 2019, foram gravadas imagens nas ruas de Genebra, Suíça, para que fossem utilizadas no plano de fundo do videoclipe. Na escolha das ruas foi levado em conta o fluxo de pessoas, os tipos de carro que circulavam por ali, de preferência os de alto luxo e também por lojas de grife e marcas famosas.

Ainda em janeiro de 2019, a letra foi escrita por Yasmim Scholtz Angelo seguindo a linha do *Trap* como uma maneira de expressão e crítica por meio da música para dialogar com jovens e adultos. Tendo como inspiração artistas T.I., Lil Peep e Three Six Mafia que cantam sobre carros luxuosos, roupas cobiçadas, objetos desejados e expressando seus sentimentos.

Assim, decidimos que a letra seria em inglês (Apêndice A), pois, além de não termos referências brasileiras, é um gênero muito novo permitindo experimentações. Achamos que em inglês ficaria sonoramente mais agradável. Contudo, há neste trabalho uma tradução disponível em legenda em português (Apêndice B). Além disso, não queremos ficar restritos somente ao mercado brasileiro com esse projeto. Por fim, é uma forma de manifesto com elementos do *Trap* em uma nova linguagem para o que existe até o momento no mercado brasileiro deste gênero.

O processo de criação da letra teve como objetivo expressar sentimentos como medo, solidão e ansiedade e também falar sobre o modo de viver e curtir a vida. Começando pelo

refrão “Hang out with the gang and you’ll never be the same again”⁵⁴ em que queremos expressar uma maneira de curtir a vida saindo com os amigos e a partir dessa experiência sua vida mudar a ponto de não ser mais a mesma pessoa de antes.

Na primeira estrofe com “I’m too cool for school surrounded by fools”⁵⁵ fizemos uma crítica em forma de ironia sobre a academia, que tem como objetivo ser libertadora, mas, às vezes, com tanta burocracia acaba ficando muito engessada e nos deixa inconformados.

Na segunda estrofe os sentimentos presentes são de medo e solidão como, por exemplo, “I’m all empty inside and my sky is all gray”⁵⁶ o “céu cinza” se refere a estar sozinho e com muito medo.

Na terceira estrofe demonstramos rebeldia, inconformismo e depressão evidenciado na frase “I don’t need your lessons, need pills for my depression”⁵⁷. Temas muito frequentes em canções de *Trap*.

Na quarta estrofe, para manifestarmos medo e descontrole escrevemos “I’ve lost my control, I ain’t worry ‘cause I know as long as I grow getting high not getting low”⁵⁸ e fizemos uma pequena ironia com a expressão *get high* representar crescimento e estar chapado, outro assunto constante em canções do gênero.

Na quinta estrofe expressamos insensatez e contradição, principalmente na parte que cantamos “I’ll take those pills ‘cause I can take the risk”⁵⁹, pois não há como controlar riscos sob efeitos de remédios fortes, mais um assunto habitual em canções do gênero.

Na sexta estrofe destacamos o conflito e a ostentação com destaque para a Mercedes Class G. Na parte “Talking shit about me, I’m not what you see”⁶⁰ também expressamos enfrentamento àqueles que desacreditam no nosso trabalho. “You’ll be down on your knees when you see my class G”⁶¹ é uma forma de chamar a atenção dessas pessoas que desacreditaram para as nossas conquistas evidenciado pela Mercedes Class G que teve como inspiração a música Benz Truck do Lil Peep .

⁵⁴ Tradução: saia com a gangue e você nunca mais será a mesma.

⁵⁵ Tradução: sou legal demais pra escola, rodeada de bobos.

⁵⁶ Tradução: estou vazia por dentro e meu céu é todo cinza.

⁵⁷ Tradução: eu não preciso das suas lições preciso de pílulas para a minha depressão.

⁵⁸ Tradução: eu perdi meu controle, eu não estou preocupada porque eu sei que enquanto eu crescer ‘ficando alta’ e não ficando baixa.

⁵⁹ Tradução: vou tomar aquelas pílulas porque eu posso assumir o risco.

⁶⁰ Tradução: falando merda sobre mim, eu não sou o que você vê.

⁶¹ Tradução: você vai ficar de joelhos quando ver o meu Classe G.

Mais a diante em “I do what I gotta do”⁶² expressamos a vontade de correr atrás de nossos objetivos e fazer acontecer. Além de ser uma frase curta e mais devagar para preparar a música para o seu final em um ritmo mais lento.

Na penúltima estrofe expressamos a vontade de ostentar e ter dinheiro com “You don’t even know my name nor how much money I make”⁶³. Aqui dando a um ritmo mais acelerado para a música repetindo diversas vezes essa frase.

A última frase “Live my life the way I want. Am I going nuts?”⁶⁴ expressa medo e termina com um questionamento sobre se esse estilo de vida que queremos demonstrar na música é realmente o caminho certo ou se estamos enlouquecendo.

5.1.3 Produção

A melodia foi feita por Sadrac Nunes pelo programa Ableton Live 9.3.7. O sample de percussão seguindo a linha da *Drum Machine* 808, mas pertencente aos pacotes de produtores que estão a venda na internet, sendo eles: o *Kick* feito por DJ Mustard, *Snare* feita pelo grupo de produtores 808 Mafia, *Hi Hats* e *Hits* feitos pelo produtor Lex Luger, *Bass Line* também feito pela 808 Mafia e a melodia composta no sintetizador virtual *Synth Master*, equalizada e mixada após seguir a linha de edição.

Para a produção do videoclipe foram utilizadas câmeras fornecidas pela Universidade Católica de Brasília (UCB) e câmera própria uma Canon 80D, além do projetor do Estúdio de Fotografia da UCB. Para a projeção utilizamos animes, desenhos animados e videogames selecionados para a produção que rodarão ao fundo da projeção que dialogam diretamente com a letra e a expressão corporal de Yasmim Scholtz como, por exemplo, na parte “you don’t even know my name nor how much money I make” Yasmim faz gestos com a mão como se tivesse contando dinheiro e na projeção ao fundo surgem cédulas de dinheiro caindo mostrando consonância com o que é dito, o que é expressado e o que é projetado.

A música foi captada no dia 9 de abril de 2019 no Estúdio de Rádio da Universidade Católica de Brasília com auxílio do técnico Renan Ventura. E as imagens em estúdio com o fundo com as projeções foram captadas dia 26 de abril de 2019 no Estúdio de Fotografia na Universidade Católica de Brasília com auxílio do Thiago Soares.

⁶² Tradução: eu faço o que tenho que fazer.

⁶³ Tradução: você nem sabe o meu nome e nem quanto dinheiro eu faço.

⁶⁴ Tradução: viver minha vida do jeito que eu quero. Eu estou enlouquecendo?

As roupas são próprias e seguem a direção de arte que havíamos pensado de serem na cor preta ou azul escuro com detalhes brancos, pois as cores escuras são para passar um ar mais sombrio e combinar com a melodia, e os detalhes em branco para que as projeções pudessem ser refletidas nas roupas. Ademais, no que tange à publicidade, as roupas são de marcas famosas como Puma, Adidas e Tommy Hilfiger. Nós gravamos na Universidade Católica de Brasília utilizando o Estúdio de Fotografia para gravar as imagens com o retroprojetor ao fundo. E no estúdio do Centro de Rádio e Televisão (CRTV) da universidade no dia 25 de abril de 2019 captamos imagem com o fundo *chroma key*.

3.1.4 Pós-Produção

A pós-produção de um videoclipe tem como objetivo deixar o material mais coeso e chamativo para seu público. Nessa etapa são feitas correções no áudio e no vídeo para que tudo fique o mais harmônico possível. Assim, assistimos novamente a todo o material gravado para decidir o que entraria para o produto final e demos início ao processo de edição utilizando o Adobe Premiere para editar as imagens e sobrepor as projeções que foram usadas no *chroma key*. A edição foi realizada entre os dias 26 e 28 de abril de 2019.

Para a pós-produção do áudio utilizamos o software *Logic Pro 10.3.2*, desenvolvido pela Apple, para masterizar a música. Este processo chamada de masterização consiste em balancear os elementos presentes na música e aprimorar sua reprodução, garantindo sua qualidade em todos os sistemas de som e formatos de mídia. Frequentemente, as ferramentas utilizadas na masterização são equalização, compressão, *limiter* e *stereo enhancement*. Nessa etapa, utilizamos um par de monitores de referência Yamaha HS8 e uma interface de áudio Focusrite para termos a melhor qualidade de áudio possível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do contexto apresentado, podemos inferir que o videoclipe é um recorte de um contexto cultural, podendo conter referências de outras formas de arte como, por exemplo, as artes plásticas, o cinema e a publicidade. O videoclipe é um espaço híbrido de experimentação que dialoga com outros gêneros e expressões como as artes plásticas e a publicidade, por exemplo. Assim, é possível produzir conteúdos com diversas referências por conta de seu caráter multifacetado. O videoclipe pode ser divergente ou convergente com a letra da música e as imagens apresentadas. Ademais, pode entreter, chocar, emocionar e falar sobre atualidades apresentando o contexto histórico que se encontra.

Acompanhando a evolução de cada geração, o videoclipe começou com produções para a televisão e hoje pode ser acessado por qualquer dispositivo com conexão de internet. É preciso se adequar a cada mídia para ter o maior alcance. Além disso, o videoclipe apresenta a conjuntura dos novos modos de consumo da música impulsionados pelas plataformas digitais como *Youtube* e *SoundCloud* sem o intermédio da indústria fonográfica, e, assim, criando novos nichos que o *mainstream* não alcança. E a revolução digital possibilitou a criação e divulgação de conteúdos originais e independentes sem a interferência direta da indústria fonográfica. Por fim, com a internet, é possível fazer seu próprio conteúdo e consumir nichos que não são transmitidas em outras mídias, direcionando o que deseja ver diante da tela sem a necessidade de uma grade programada redefinindo as formas de consumo.

Enquanto canais de televisão, como a MTV, apostavam em outros gêneros musicais, o *Trap*, que antes era uma cultura marginalizada, conquistou o *mainstream* por meio da internet com produções caseiras e sem muito refinamento, mas que fidelizou um enorme público. O *Trap* ganha cada vez mais espaço no cenário musical, saindo de sua matriz periférica e marginalizada e, assim, se mostra mais sofisticado e aprimorado conquistando mais fãs.

Além disso, no processo de produção, enfrentamos desafios como fazer uma música coesa com início, meio e fim respeitando rimas e métricas. Também descobrimos que podemos ir muito além do que imaginávamos com o videoclipe *Hang Out With The Gang* na edição final com as sobreposições se encaixando harmonicamente com o que está sendo dito na música. Por fim, a mensagem que queremos passar é que a vida é curta e deve ser aproveitada intensamente a cada segundo almejando ter bastante condição financeira para tal. Entretanto, ao mesmo tempo, enfrentando de frente seus medos, ansiedades e preocupações, fazendo críticas, ironias e questionamentos no momento certo.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 5a. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BRANDINI, Valéria. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, Maria Goretti; MARTINS, Rosana (orgs.). **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009.
- CORRÊA, W.F.J. *et al.* **Métodos e Técnicas de Pesquisa em comunicação**. 2 Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2016.
- FELICE, Massimo Di. **Do público para as redes**: a comunicação digital e as novas formas de participação social. 1ª Ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.
- KELLNER, Douglas. **Cultura da Mídia**. Bauru (SP): Editora da Universidade do Sagrado Coração (Edusc), 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do Mundo**: viver na era do Capitalismo Artístico. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Felicidade Paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.
- NOISEY Atlanta. Atlanta: [s. n.], 2015. 10 vídeos (113 min). Publicado pelo canal Noisey Films. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=21RCdtJv6g&t=9s>. Acesso em: 23 março. 2019.
- PONTES, Pedro. **Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade**. Sessões do imaginário. Porto Alegre: FAMECOS/PUCRS, 2003.
- ROSENFELD, Kathrin. Ritmo e música no pensamento de poetas e filósofos: de Hölderlin a Rilke e Heidegger. **Per musi**, Belo Horizonte, n. 35, p. 15-45, dez. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/permusi20163502>. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-75992016000500003&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 24 abr. 2019.
- SOARES, Thiago. **Videoclipe**: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004.

Filmes e vídeos

A IMAGEM da música – Os anos de influência da MTV Brasil. [S. l.: s. n.], 2017. 1 vídeo (57 min). Publicado pelo canal Crua Produções. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gwqLvcoQ2FQ&t=2063s>. Acesso em: 23 mar. 2019.

A PRIMEIRA NOITE DE CRIME. Direção de Gerard McMurray. Estados Unidos: Universal Pictures, 2018. (97 min)

CANTOR de Jazz. Direção de Alan Crosland. Estados Unidos: Warner Bros, 1927. (88 min)

HIP HOP IN HOLY LAND. [S. l.: s. n.], 2015. 1 vídeo (65 min). Publicado pelo canal Noisey Films. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m8bWDcW6kYw>. Acesso em: 23 março. 2019.

APÊNDICE A: Letra da música em inglês.

Refrão:

Hang out with the gang
 And you'll never be the same again
 Hang out with the gang
 And you'll never be the same again
 Hang out with the gang
 And you'll never be the same again
 Hang out with the gang
 And you'll never be the same again

I'm too cool for school
 surrounded by fools
 Hey bitch don't be cruel
 who the fuck are you?

I don't care what they say
 I'm the one you can't save
 I'm all empty inside
 and my sky's all gray

I don't need your lessons
 Need pills for my depression
 I got a bag in my possession
 I won't listen to your questions

I've lost my control
 I ain't worried cause I know
 As long as I grow
 Getting high not getting low

Hang out with the gang
 And you'll never be the same again
 Hang out with the gang
 And you'll never be the same again
 Hang out with the gang
 And you'll never be the same again
 Hang out with the gang
 And you'll never be the same again

Don't offer me drink
 I'm driving bitch (I don't want this shit)
 I'll take those pills
 cause I can take the risk

Talking shit about me
 I'm not what you see
 You'll be down on your knees
 When you see my class G

I do what I gotta do...

You don't even know my name
 Nor how much money I make
 You don't even know my name
 Nor how much money I make
 You don't even know my name
 Nor how much money I make
 You don't even know my name
 Nor how much money I make

Living my life the way I want...
 Am I going nuts?

APÊNDICE B: Letra da música em português.

Tradução:

Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma.
 Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma.
 Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma.
 Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma.

Sou legal demais pra escola,
 Rodeada de bobos,
 Ei, idiota, não seja cruel
 Quem diabos é você?

Eu não me importo com o que eles dizem,
 Eu sou aquele que você não pode salvar,
 Estou vazia por dentro,
 e o meu céu é todo cinza.

Eu não preciso de suas lições
 Precisa de pílulas para minha depressão
 Eu tenho uma bolsa na minha posse
 Eu não vou ouvir suas perguntas

Eu perdi meu controle
 Eu não estou preocupada porque eu sei
 Enquanto eu crescer
 Ficando alta não ficando baixa

Saia com a gangue

E você nunca mais será a mesma
 Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma
 Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma
 Saia com a gangue
 E você nunca mais será a mesma

Não me ofereça bebida
 Eu estou dirigindo, idiota (eu não quero
 essa merda)
 Vou tomar aquelas pílulas
 Porque eu posso assumir o risco

Falando merda sobre mim
 Eu não sou o que você vê
 Você vai ficar de joelhos
 Quando ver o meu classe G

Eu faço o que tenho que fazer...

Você nem sabe meu nome
 Nem quanto dinheiro eu faço
 Você nem sabe meu nome
 Nem quanto dinheiro eu faço
 Você nem sabe meu nome
 Nem quanto dinheiro eu faço
 Você nem sabe meu nome
 Nem quanto dinheiro eu faço

Viver minha vida do jeito que eu quero...
 Eu estou enlouquecendo?