TALITA BARAUNA

PARA REFLETIR O QUE A GENTE ESQUECIA:
ANÁLISE DE VIDEOCLIPES DA BANDA O RAPPA

COLEÇÃO E.BOOKS FAPCOM

RÁDIO, TV E INTERNET

PARA REFLETIR O QUE A GENTE ESQUECIA: ANÁLISE DE VIDEOCLIPES DA BANDA O RAPPA

TALITA BARAUNA

PARA REFLETIR O QUE A GENTE ESQUECIA: ANÁLISE DE VIDEOCLIPES DA BANDA O RAPPA

FAPCOM

Coleção E.books FAPCOM

A **Coleção E.books FAPCOM** é fruto do trabalho de alunos de graduação da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação. Os conteúdos e temas publicados concentram-se em três grandes áreas do saber: filosofia, comunicação e tecnologias. Entendemos que a sociedade contemporânea é transformada em todas as suas dimensões por inovações tecnológicas, consolida-se imersa numa cultura comunicacional, e a filosofia, face a esta conjuntura, nos ocorre como essencial para compreendermos estes fenômenos. A união destas três grandes áreas, portanto, nos prepara para pensar a vida social. A **Coleção E.books FAPCOM** consolida a produção do saber e a torna pública,a fim de fomentar, nos mais diversos ambientes sociais, a reflexão e a crítica.

Conselho Científico

Antonio Iraildo Alves de Brito
Claudenir Modolo Alves
Claudiano Avelino dos Santos
Jakson Ferreira de Alencar
Márcia Regina Carvalho da Silva
Valdir José de Castro

Livros da Coleção E.books FAPCOM

A COMUNICAÇÃO NA IGREJA CATÓLICA LATINO-AMERICANA
Paulinele José Teixeira

ASCENSÃO DIALÉTICA NO BANQUETE
Iorlando Rodrigues Fernandes

COMUNICAÇÃO E AMBIENTE DIGITAL
Cinzia Giancinti

A ONTOLOGIA DA ALMA EM SÃO TOMÁS DE AQUINO
Moacir Ferreira Filho

Direção Editorial
Claudiano Avelino dos Santos

Coordenação Editorial
Claudenir Módolo Alves
Márcia Regina Carvalho da Silva

Produção Editorial
Editora Paulus

Capa
Gledson Zifssak

Diagramação
Rafael Costa

Revisão Gramatical
Cícera Gabriela Souza Martins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Barauna, Talita
Para refletir o que a gente esquecia [livro eletrônico] : análise de videoclipes da banda O Rappa / Talita Barauna. -- São Paulo : Paulus, 2016. -- (Coleção E.books FAPCOM)
14,88 Mb ; PDF

Bibliografia.
ISBN 978-85-349-4486-1

1. Bandas (Música) 2. Estética 3. MTV (Brasil) 4. O Rappa (Grupo musical) 5. Produção audiovisual 6. Videoclipe 7. Videoclipe - Aspectos sociais I. Título. II. Série.

16-08982 384.558

Índices para catálogo sistemático:

1. Videoclipes : Comunicações 384.558

© PAULUS – 2016

Rua Francisco Cruz, 229
04117-091 – São Paulo – (Brasil)
Tel. (11) 5087-3700 – Fax (11) 5579-3627
www.paulus.com.br
editorial@paulus.com.br

ISBN: 978-85-349-4486-1

Agradecimentos

O processo de um trabalho de pesquisa nem sempre é compreendido por todos. Para se dedicar ao que está sendo proposto é necessário abdicar de algumas coisas e se tornar um pouco mais ausente, mas a recompensa é proporcional aos sacrifícios. Por isso, particularmente, gosto dessa parte do trabalho acadêmico, pois é o momento de mostrar, mesmo que de forma simples, gratidão a quem direta ou indiretamente o tornou possível. Por mais que seja uma monografia (produzida e assinada somente por mim) não teria sido concluída sem o apoio de outras tantas pessoas, que colaboraram com a pesquisa ou simplesmente ouviram, em algum dos muitos momentos, minhas lamúrias.

Os agradecimentos sempre iniciam pela família, que compreende e apoia minhas escolhas. Agradeço principalmente a minha mãe, Magnólia Reis, que não entende questões acadêmicas, mas acompanha o andamento dos meus trabalhos e torce por mim. A meu pai, Leonardo Barauna, que, apesar de tudo, me incentivou a estudar desde a minha infância. Sem essa motivação não teria trilhado nem metade do caminho e não teria conquistado (o pouco) que tenho hoje, principalmente em conhecimento. A meus irmãos, Jefferson Barauna, Willian Barauna, Leonardo Barauna Jr e a meu namorado, Danilo Reis, por serem o meu porto seguro, pessoas com quem eu sei que sempre poderei contar. À professora doutora Márcia Carvalho, que apoiou minha pesquisa desde o pré-projeto e não desistiu de mim durante as orientações, despertando a minha imensa vontade de seguir futuramente com pesquisas acadêmicas mais aprofundadas. Ao professor doutor Elinaldo Meira e ao professor Marcelo Caldeira, pelas conversas

informais que contribuíram ricamente com a minha pesquisa. A minhas amigas e meus amigos Marcia Gonzaga, Samara Chedid, Rita Gutti, Lais Uesato, Giselle Marciano, Nayane Pato, Janderson Difanti e Daniel Pico, com quem dividi ao longo do ano minhas angústias, preocupações e conquistas acerca do andamento da monografia. A Lucia Bazzo e a meu gestor Jasper Silva, por serem imensamente compreensivos com a minha condição de estudante. E claro, às pessoas envolvidas na produção dos videoclipes que foram, de alguma forma, "pentelhadas" por e-mail, telefone, Facebook ou pessoalmente: Breno Silveira, Paulo Lins e Karen Harley. Em especial aos entrevistados: Guti Fraga, que disponibilizou um tempo na agenda agitada, além de compartilhar comigo histórias e percepções que levarei para minha vida, e ainda me ensinou a andar no Rio de Janeiro de forma segura; ao músico e compositor Marcelo Yuka, que abriu as portas de sua casa para me receber, e contribuiu não somente com informações sobre a produção dos videoclipes, mas com ideias coerentes e sensíveis que certamente estarão sempre na minha memória. Ao produtor Denis Sousa, que viabilizou o meu encontro com Marcelo Yuka. E à cineasta Katia Lund, que mesmo com a agenda sem espaço, reservou alguns minutos para conversar comigo por telefone.

Mais importante que a nossa imagem é o que a gente faz e propõe.
Marcelo Yuka

Lista de Figuras

Figura 1 59
Figura 2 59
Figura 3 59
Figura 4 59
Figura 5 60
Figura 6 60
Figura 7 60
Figura 8 60
Figura 9 61
Figura 10 61
Figura 11 61
Figura 12 61
Figura 13 62
Figura 14 62
Figura 15 62
Figura 16 62
Figura 17 62
Figura 18 62
Figura 19 63
Figura 20 63
Figura 21 69
Figura 22 69
Figura 23 69
Figura 24 70
Figura 25 70
Figura 26 70
Figura 27 71
Figura 28 71
Figura 29 71
Figura 30 71

Figura 31 71
Figura 32 71
Figura 33 71
Figura 34 72
Figura 35 72
Figura 36 73
Figura 37 73
Figura 38 73
Figura 39 73
Figura 40 73
Figura 41 73
Figura 42 78
Figura 43 79
Figura 44 79
Figura 45 80
Figura 46 80
Figura 47 80
Figura 48 80
Figura 49 81
Figura 50 81
Figura 51 81
Figura 52 81
Figura 53 82
Figura 54 82
Figura 55 82
Figura 56 82
Figura 57 82
Figura 58 82
Figura 59 83
Figura 60 83
Figura 61 83
Figura 62 83
Figura 63 84
Figura 64 84
Figura 65 84
Figura 66 84
Figura 67 84
Figura 68 85

Figura 69 85
Figura 70 85
Figura 71 85
Figura 72 85
Figura 73 85
Figura 74 86
Figura 75 86
Figura 76 86
Figura 77 86
Figura 78 86
Figura 79 86
Figura 80 86
Figura 81 87
Figura 82 87
Figura 83 87
Figura 84 122
Figura 85 122
Figura 86 122
Figura 87 122
Figura 88 122
Figura 89 122
Figura 90 122
Figura 91 122
Figura 92 123
Figura 93 123
Figura 94 123
Figura 95 123
Figura 96 123
Figura 97 123
Figura 98 123
Figura 99 123
Figura 100 124
Figura 101 124
Figura 102 124
Figura 103 124
Figura 104 124
Figura 105 125
Figura 106 125

Figura 107 125
Figura 108 125
Figura 109 125
Figura 110 125
Figura 111 126
Figura 112 126
Figura 113 126
Figura 114 126
Figura 115 126
Figura 116 126
Figura 117 127
Figura 118 127
Figura 119 127
Figura 120 127
Figura 121 127
Figura 122 127

Sumário

Apresentação 14
Introdução 16

CAPÍTULO I
1.1 Sobre o videoclipe 23
1.2 MTV 31
1.3 MTV Brasil 33
1.4 Os videoclipes do Rappa 38

CAPÍTULO II
2.1 A trajetória da família O Rappa 42
2.2 Marcelo Yuka Deserdado 48
2.3 Os parceiros sociais 51

CAPÍTULO III
O Videoclipe refletindo as comunidades
3.1 Qual vai ser da gente, gigante? 57
3.2 O que sobrou de belo 68
3.3 O salto 78

Considerações finais 99
Referências bibliográficas 102
Webgrafia 109
Referências audiovisuais 115
Anexos 119

Apresentação

Márcia Carvalho[1]

O videoclipe é um formato de produção que nasce de uma música, para divulgar o seu intérprete. Mesmo tendo origem nos primórdios da história do cinema e nas suas tentativas de sincronizar som e imagem, este formato audiovisual se consolida nos anos 1970 como peça promocional produzida para vender discos, divulgar artistas e a cultura pop. No entanto, o videoclipe sempre se caracterizou também como forma de expressão televisual de vitalidade. Atualmente, o videoclipe migrou para a internet, mas ainda apresenta em sua estética os elementos da linguagem televisiva e as potencialidades da autoria na prática da produção audiovisual.

Qualquer videoclipe cria uma concepção visual para uma canção, a partir de sua melodia e letra. Assim, analisar um videoclipe é investigar a construção audiovisual deste formato quando articula uma música já existente com imagens que dialogam com o ritmo e a melodia, o conteúdo da letra que conta uma estória ou faz uma reflexão proposta pelo artista e a performance da voz de quem canta.

Em vista disso, esta monografia de Talita Barauna analisa a criação e a produção de videoclipes que abordam em suas narrativas a realidade social brasileira. Para isso, a autora analisa três vídeos da banda *O Rappa*: *Minha alma* (2000), *O que sobrou do céu* (2001) e *O salto* (2004). Além da análise narrativa dos videoclipes, a jovem pesquisadora apresenta um breve panorama da história do videoclipe e verifica o papel da emissora MTV para o desenvolvimento desse formato no Brasil. Ainda em seu percurso de investigação histórica, busca compreender melhor

1 Professora e coordenadora do Núcleo de Práticas Investigativas e do Programa de Iniciação Científica da FAPCOM. Pós doutora em Meios e Processoa Audiovisuais pela ECA - USP

a trajetória da banda *O Rappa*, que se preocupa em abordar a realidade através das músicas e videoclipes, com narrativas sobre o cotidiano das favelas e periferias brasileiras.

O texto revela o talento da aluna para a construção de uma análise sobre os temas dos videoclipes, que foram investigados com olhar crítico e a partir de referências sobre o seu contexto histórico, verificando a realidade brasileira e a necessidade de uma valorização do ser humano diante dos problemas econômicos e sociais, e ainda demonstra um olhar enriquecedor sobre os vídeos com sua atenção para a estética, estudando sua criação e linguagens audiovisuais, matizando tema e forma dos videoclipes.

Segundo a autora, o videoclipe, especialmente narrativo, permite propagar ideologias e também compõe a identidade do trabalho do artista e, por isso, não deixa de cumprir o papel de divulgar a música. Com isso, esta pesquisa cuidadosa discute a divulgação de uma reflexão sobre a sociedade e o indivíduo, a partir de uma proposta estética de produção audiovisual que merece ser estudada, principalmente para a área de Rádio, TV e Internet, na busca de um melhor entendimento sobre a criação e produção de videoclipes brasileiros e como um incentivo para futuros projetos audiovisuais que sejam frutos do engajamento político de seus realizadores.

Introdução

Com uma única trilha musical e o roteiro que pode contar uma história ou simplesmente apresentar um artista, o formato de videoclipe se desenvolveu ao longo do tempo e se mostrou um meio importante para a divulgação de artistas, sendo considerado indispensável para promoção da música de trabalho do artista ou banda.

O videoclipe teve influências principalmente no cinema, tanto brasileiro como internacional, e se baseia na conexão de trilha sonora (música) e cena, e, segundo Guilherme Bryan (2011), essa necessidade de unir as duas formas de arte vem desde invenções de Thomas Edison para sincronizar som e imagem.

O formato televisivo também teve produções que se assemelham ao propósito inicial do videoclipe, que era divulgar uma música, álbum e artista, sendo os *soundies* e os *promos* fundamentais para a evolução do videoclipe. Outro fator importante para o desenvolvimento do formato, foi a chegada da MTV. A emissora foi a primeira segmentada, baseada exclusivamente em veicular videoclipes, e no Brasil serviu de incentivo para o audiovisual nacional, sendo o principal vínculo entre artista e público.

De acordo com Bryan (2011), o videoclipe brasileiro é uma mistura do estilo internacional de produção com elementos que fazem parte da cultura nacional, incluindo, principalmente nos videoclipes narrativos, representações nordestinas, a favela, os morros, dentre outros.

Nesse sentido, este trabalho de monografia apresenta uma análise de como a banda carioca *O Rappa* expõe a realidade da periferia do Rio de Janeiro, abordando nos videoclipes e letras das músicas, questões de desigualdade sociocultural, socioeconômica, preconceito e violência policial em comunidades carentes.

Nas letras das canções d'*O Rappa* se encontra uma linguagem urbana, característica do Hip Hop, que Maria Rita Arêdes da Silva (2009) classifica como um fenômeno musical que relata "o cotidiano das populações de bairros periféricos. As canções falam sobre desventuras de jovens que se envolvem com o tráfico de drogas e com os marginais, além das dificuldades do dia a dia" (SILVA, 2009, p. 8). Assim, existe uma continuidade dessa linguagem nos videoclipes da banda que complementam o que as letras dizem, não apenas como um produto audiovisual de divulgação artística. Seguindo a estrutura de roteiro, produção e edição, as imagens refletem o pensamento dos integrantes e a relação deles com projetos sociais.

Desde o roteiro à escolha de diretores, atores e seleção de imagens, há um engajamento quase político, que, segundo Luiza Lusvarghi, se tornou uma marca da banda:

> O Rappa tornou-se conhecido por suas posições políticas. A arrecadação de Lado B Lado A, que o consagrou nacionalmente, foi em parte destinada ao Projeto Na Palma da Mão, de auxílio a jovens em situação de risco (LUSVARGHI, 2007, p. 92).

O videoclipe *Minha alma* (2000) tem a direção de Breno Silveira e Katia Lund e roteiro de Paulo Lins, os dois últimos codiretora e roteirista (respectivamente) do filme *Cidade de Deus* (2002), de Fernando Meirelles. Assim, com o mesmo estilo de produção do filme, o videoclipe conta com o elenco formado por não-atores, moradores da favela, participantes do grupo teatral *Nós do Morro*[1], para representar personagens que fazem parte da rotina das comunidades em cenas que em algum momento foram presenciadas por eles.

No videoclipe *Minha alma* é exposto o posicionamento e o comportamento da Polícia Militar em relação aos moradores das favelas, assim como o preconceito e o abuso de autoridade expressado na forma de violência. Luiz Eduardo Soares; André Batista; Rodrigo Pimentel (2006), que também são policiais militares do BOPE (Batalhão de Operações Policiais Especiais), expõem claramente o

1 Projeto sociocultural fundado em 1986 pelo jornalista e ator Guti Fraga, que fornece formação teatral a jovens, principalmente moradores da comunidade do Vidigal, Rio de Janeiro.

ponto de vista sobre a favela e qual o comportamento esperado pela tropa ao subir o morro, desde o treinamento onde o soldado é ensinado a tratar a favela como um campo de guerra e o morador como um inimigo em potencial:

> O BOPE não foi preparado para enfrentar os desafios da segurança pública. Foi concebido e adestrado para ser máquina de guerra. Não foi criado para lidar com cidadãos e controlar infratores, mas para invadir territórios inimigos. Tropas similares servem-se de profissionais maduros (SOARES; BATISTA; PIMENTEL, 2006, p. 8).

Ainda sob o cenário de comunidades carentes, o videoclipe *O que sobrou do céu* (2001), dirigido por Katia Lund e André Horta, traz no roteiro (de forma sutil), o controle do crime sobre os moradores das comunidades carentes do Rio de Janeiro. Mas também tem a intenção de demonstrar, de acordo com Marcelo Yuka[2], que é possível ser generoso em situações em que não se cabe o altruísmo. O videoclipe retrata um sequestro em que o cárcere fica em uma casa humilde, aos cuidados de um homem que está sendo forçado a manter a vítima no cativeiro. De acordo com o artigo de Jorge da Silva (2010), a violência dentro das favelas independe de intervenção da polícia militar e segue suas próprias regras:

> A luta contra a violência não deve se restringir a saber como empregar a polícia. Isso também é importante, mas o real desafio que se coloca ao poder público e à sociedade civil é saber como promover a integração dos diferentes segmentos sociais, e essa não é uma questão policial ou militar (DA SILVA in MELLO; SILVA; FREIRE; SIMÕES, 2012, p. 395).

Quanto ao videoclipe *O Salto* (2004), a temática é com base na recessão econômica durante o período do governo Collor, quando, em consequência das medidas para conter a inflação, o país registrou altos índices de inflação e desemprego. Dirigido por Bruno Murtinho, o videoclipe apresenta o impacto da crise nas camadas mais humildes, tomando como exemplo o personagem que declina financeiramente a ponto de morar na rua e cometer suicídio.

---

2 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

Dessa forma, *O Rappa* procura despertar a consciência do público jovem consumidor de videoclipes, causando uma reflexão sobre a realidade vivida em comunidades carentes. Através de letras densas, o compositor e ex-baterista Marcelo Yuka compartilha sua experiência dentro dos morros e na periferia carioca, expressando musicalmente situações de preconceitos e violência na periferia. Marcelo Yuka explica o quanto essa vivência o influenciou:

> O que vivi na infância – desde a árvore no fundo do quintal até a diferença nos brinquedos, a falta de talento com os jogos de rua e a timidez – me ronda ainda mais. Felizmente consigo colocar tudo isso no meu trabalho (LEVINSON, 2014, p. 32).

Marcelo Yuka fez parte da fundação d'*O Rappa* em 1993, com letras que já traziam características da identidade atual da banda, como por exemplo, *Todo camburão tem um pouco de navio negreiro*. Em 1999 foi lançado o álbum *Lado B Lado A*, que teve 5% das vendas revertidas para o projeto da *ONG FASE*, através da campanha *Na Palma da Mão*. Em 2001, pouco depois do lançamento do álbum *Instinto Coletivo*, Marcelo Yuka saiu da banda de modo conturbado, mas *O Rappa* seguiu com lançamentos dos álbuns *O silêncio que precede o esporro* (2003), *Acústico MTV* (2005), *7 vezes* (2008) e *Nunca tem Fim* (2013).

O Rappa utiliza a música e o acesso aos meios de comunicação de massa para fazer uma propaganda do ponto de vista dos integrantes acerca de assuntos como discriminação, violência, desigualdades socioeconômicas e socioculturais. *O Rappa* utiliza o videoclipe, formato televisivo produzido inicialmente para fazer publicidade de uma banda ou artista, para fazer uma propaganda das percepções da banda sobre acontecimentos das periferias cariocas, com foco em despertar senso crítico no público, no que diz respeito aos temas abordados, como por exemplo o *Minha alma*, que trata de temas como violência e discriminação.

Gilmar Santos (2005) distingue o conceito de propaganda e publicidade de modo que o processo publicitário visa, através de planejamento e criação de anúncios, predispor o público-alvo a praticar uma determinada ação, como adquirir um produto ou serviço. Enquanto que a propaganda tem como objetivo mudar a

atitude do receptor de acordo com a ideologia ou crença do emissor. Ou seja, ao contrário da publicidade, a propaganda tem como pretensão interferir na atitude ou ponto de vista do receptor sobre determinado assunto. Para esclarecer sobre a distinção entre os dois conceitos, o autor exemplifica:

> Em algumas situações, publicidade significa tornar público algum fato, dar visibilidade a algum acontecimento: o governador mandou organizar uma grande festa na inauguração da ponte, para dar publicidade aos seus feitos. Do mesmo modo, propaganda pode significar a difusão de crenças e ideologias: Hitler usou as Olimpíadas de 1936 como instrumento para fazer propaganda dos ideais nazistas (SANTOS, 2005, p. 16).

A partir desse conceito, os videoclipes *Minha alma* (2000), *O que sobrou do céu* (2001) e *O salto* (2004) (os dois primeiros de canções compostas por Marcelo Yuka e o último da música composta por Carlos Pombo em conjunto com a banda *O Rappa*) serão usados como exemplo por contradizerem a tendência publicitária do formato de videoclipe observada por Valéria Brandine e citada na pesquisa de Luiza Lusvarghi:

> O videoclipe surge como um instrumento publicitário da indústria fonográfica – representa o corpo audiovisual do rock sob a ótica da indústria fonográfica, uma forma apelativa de expor seu produto. Do ponto de vista estético, o videoclipe tem suas raízes fincadas mais na publicidade que no universo cinematográfico, embora se beneficie das recentes conquistas da técnica nesse campo (BRANDINI, 2002 apud LUSVARGHI, 2007, p. 93).

Guilherme Bryan (2011) afirma em sua pesquisa que a música combinada com a imagem já existia desde o teatro e o início da história do cinema. O videoclipe culminou dessa ideia de criar dinamismo às imagens:

> Ao realizarem a primeira exibição do filme *Chegada do Trem à Estação* (1885), os irmãos Louis e Auguste Lumière contrataram músicos para acompanhar com seus instrumentos as imagens projetadas na tela. A partir daí, todas as salas exibidoras de filmes tiveram que contar com a infraestrutura necessária para a

> apresentação musical, fosse de um pianista, fosse de uma orquestra completa, que acompanhasse a exibição (BRYAN, 2011, p. 41).

Desde o surgimento nos Estados Unidos, o videoclipe chegou ao Brasil, primeiramente pelo *Fantástico* e depois ganhou força com a *MTV Brasil*. Após a inauguração do canal em 1990, não era mais possível pensar em divulgação musical sem a produção audiovisual da banda ou artista, como confirma Luiza Lusvarghi:

> O fato é que, desde a entrada na era MTV, ficou patente que se tornou impossível lançar uma banda ou um cantor sem vídeo no mercado brasileiro. A influência da estética MTV e sua contribuição para o videoclipe nacional passou pelo sucesso e pela superexposição da banda mineira Skank, pela produtora Conspiração, e chega até o caso do O Rappa em Minha alma, o videoclipe mais bem-sucedido em mesclar estética MTV à realidade social brasileira (LUSVARGHI, 2007, p. 30).

Dada a importância da abordagem dos videoclipes d'*O Rappa*, este trabalho buscou analisar como o formato pode ser usado não somente como uma ferramenta de *marketing*, mas também como uma forma artística para demonstrar o engajamento da banda ou artista, sendo reconhecido por isso. Com o videoclipe *Minha Alma*, *O Rappa* ganhou diversos prêmios da *MTV Brasil*, no *Video Music Brasil* de 2000, sendo o videoclipe mais premiado do *VMB* naquele ano, segundo Lusvarghi (2007).

De acordo com matéria publicada no *Estadão*, em 11 de agosto de 2000, disponível online, a banda venceu nas categorias *Melhor clipe de Rock*, *Melhor fotografia em videoclipe*, *Melhor direção*, *Melhor edição* e *Melhor videoclipe do ano*. Além de divulgar o trabalho da banda, as produções trazem características de diretores e roteiristas cinematográficos, traçando uma identidade e conquistando espaço na história do videoclipe brasileiro.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo propor uma discussão acerca do videoclipe narrativo, que traz ao público as percepções e relações do artista ou banda com situações cotidianas de desigualdade socioeconômica, sociocultural e preconceito, considerando as diferentes épocas de lançamento. Discute também

como o videoclipe pode abordar a violência e outras questões presentes na realidade das favelas e comunidades carentes, transparecendo o engajamento da banda e sendo usado para documentar o cotidiano das periferias cariocas. Busca-se, ainda, observar como o envolvimento dos integrantes da banda em projetos sociais interferiu na produção dos videoclipes, reconhecendo também a importante colaboração do músico e compositor Marcelo Yuka para a história e características d'*O Rappa*.

Sendo assim, o videoclipe se torna relevante para estudos audiovisuais, pois utiliza técnicas de roteiro, produção e edição que, se bem aplicadas, causam sensações no espectador, assim como no cinema. Dessa forma, analisar os videoclipes d'*O Rappa* colabora para um segmento de estudos de técnicas audiovisuais, usadas para fazer uma narrativa completa em poucos minutos, que convergem com a estrutura cinematográfica, por envolver profissionais do cinema na sua produção. Essa abordagem também é importante, pois contribui para o cenário audiovisual brasileiro, considerando que o videoclipe pode ser mais que uma peça publicitária, porque através dele o artista pode expressar sua identidade.

Para melhor compreensão do formato, no Capítulo I será apresentada a história do videoclipe, tanto no Brasil como no exterior, assim como a importância da *MTV* e *MTV Brasil* para o desenvolvimento e popularização do videoclipe, e como as bandas e artistas foram utilizando o formato, ao longo do tempo, para divulgar as músicas, a postura política e ideologias. No Capítulo II é feito um panorama da trajetória da banda *O Rappa*, qual relação os integrantes têm com projetos sociais e o que as ONGs apoiadas por eles praticam em prol das comunidades. Ou seja, os dois primeiros capítulos são introdutórios e são essenciais para o entendimento das análises feitas no Capítulo III, pois é nos videoclipes que a banda consolida as mensagens transmitidas nas músicas.

CAPÍTULO I

1.1 Sobre o videoclipe

O videoclipe foi desenvolvido ao longo do tempo como uma peça de marketing, uma forma de publicidade da música, do disco e do artista, como visto anteriormente sob a perspectiva de Luiza Lusvarghi (2007). Antes de ser intitulado como videoclipe, teve influências do cinema, até chegar ao formato televisivo que conhecemos atualmente. Tal como em outros países, o videoclipe brasileiro também teve influência no cinema nacional e em programas de televisão que transmitiam performances dos artistas tocando ao vivo.

O cinema, como principal influência, foi o primeiro a sincronizar e transmitir imagem e som. Arlindo Machado (2000) explica com o filme *Fantasia da Disney* (1940), que trouxe o som como algo a ser visualizado na tela, como a trilha sonora foi convertida em propriedade óptica. Com experimentos de filmes sem imagens, Arlindo Machado exemplifica como o cinema demostra que a imagem e o som estão correlacionados no subconsciente do espectador:

> No mesmo momento em que as fronteiras entre as artes começam a ruir, o cinema e a televisão estão possibilitando encarar a questão musical sob um ângulo inteiramente novo. Muitos são os acontecimentos que estão definindo essa retomada. Há, em primeiro lugar, o estranho caso dos filmes sem imagem – *Wochenende* (1930), de Walter Ruttman, e *Blue* (1993), de Derek Jarman – que, em alguns contextos, foram tomados como peças musicais e, em outros, como filmes "virtuais", cuja tela vazia funcionava como um convite para o espectador "projetar" suas próprias imagens (MACHADO, 2000, p. 156).

Mas a relação da música com o artista vem antes da invenção do cinema. A necessidade de unir as duas formas de arte, de acordo com Guilherme Bryan (2011), vem desde as invenções de Thomas Edison, que criou um aparelho (*cinefone*) que buscava

sincronizar as imagens animadas do *cinetógrafo* com o som gerado pelo fonógrafo. Antes dessas invenções, o espectador poderia ver a interpretação do artista somente ao vivo, através de gestos, expressões faciais e nas óperas, por exemplo.

Com o avanço do cinema, a trilha sonora passou a ser item obrigatório nos filmes. Até mesmo as produções do cinema mudo tinham uma composição para embalar a história. De acordo com Ney Carrasco (1993), a trilha sonora de um filme pode substituir o personagem, se tornando um *leitmotiv*, como no exemplo do filme *Tubarão* (1975), de Steven Spielberg, em que em alguns momentos da narrativa o personagem não aparece, mas o espectador sabe que o tubarão irá atacar somente pela inserção do *leitmotiv*, já apresentado anteriormente ao espectador. No entanto, uma trilha sonora mal colocada pode ser ineficiente do ponto de vista dramático e contextual. Sobre a importância da trilha sonora para o desenvolvimento da história, Ney Carrasco complementa:

> Por outro lado, quando tratada adequadamente, a música sobre um diálogo pode se fundir a ele como uma voz a mais, integrando-se como parte da ação dramática e dialogando junto com os personagens. Esse aspecto da trilha musical é uma especificidade do cinema, pois só se viabiliza a partir do momento em que seja possível estabelecer uma relação exata de sincronia entre os diálogos, sons naturalistas e música, e destes com as imagens, ou seja, a articulação precisa de todos os fatores da trilha sonora (CARRASCO, 1993, p. 114).

Igualmente, a trilha sonora no cinema brasileiro também teve sua evolução gradativa. De acordo com Marcia Regina Carvalho da Silva (2009), antes da chegada do cinema falado, músicos como Ary Barroso, Pixinguinha e Ernesto Nazaré eram contratados para tocar nas salas de espera dos cinemas e para acompanhar musicalmente os filmes que eram exibidos, tocando canções de acordo com as cenas que eram mostradas, tornando a história proposta mais atraente ao público.

Nessa perspectiva, Silva (2009) argumenta que o cinema, desde sua invenção, contou com um acompanhamento musical de um pianista ou de experiências com aparelhos que sincronizavam

imagem e som. Com a evolução do cinema falado, as produções brasileiras mostravam roteiros baseados no carnaval, em que as músicas carnavalescas, assim como os artistas, poderiam ser visualizadas pelo público, não sendo mais uma exclusividade do rádio:

> Nesse sentido, a produção cinematográfica da década de 30, com a Companhia Cinética, apostou no samba, no carnaval e no rádio, apresentando as imagens dos mais populares cantores e compositores da época, com Carmem Miranda, Lamartine Babo, Noel Rosa, Francisco Alves e Assis Valente. A partir daí a produção que ganha destaque é a de musicais carnavalescos, nos quais sambas e canções de carnaval tornaram-se números musicais que se intercalam com o fio da narrativa dos filmes (SILVA, 2009, p. 86).

Segundo Bryan (2011), os Beatles utilizaram o cinema para divulgar as músicas da banda no filme *A hard day's night* (1964), numa produção que pode ser considerada uma das precursoras do formato de videoclipe. Paul Friendlander explica que "o filme reforçou o conceito já popular de que a banda não consistia em um líder e três seguidores, mas de quatro pessoas separadas, com personalidades individuais" (FRIENDLANDER, 2015, p. 128).

No Brasil, os filmes protagonizados por Roberto Carlos na década de 1960 também recorreram ao cinema para inserir as músicas do artista como trilha sonora, em um roteiro que nem sempre contextualiza com a letra da música, mas faz publicidade tanto do artista como das composições, conforme afirma Marcia R. Carvalho Silva:

> Vale destacar *Roberto Carlos em ritmo de aventura*, em que o cantor aparece vestindo um casaco amarelo antes de sua obsessão pelo azul, em longas tomadas de helicóptero sobre as praias do Rio de Janeiro, inclusive atravessando o túnel de Copacabana, quando sua canção "Namoradinha de um amigo meu" acompanha as imagens de puro espetáculo audiovisual nos moldes de um videoclipe (SILVA, 2009, p. 156).

O curta metragem brasileiro a *Velha a fiar* (1964), baseado na música do *Trio Irakitã*, segundo Bryan (2011), é o que mais se aproxima do videoclipe, apesar de ser uma produção cinematográfica.

O curta começa com imagens que ambientalizam o espectador em uma área rural, apresentando a rotina dos trabalhadores, com inserção de trilha sonora, ruídos das máquinas e o som dos animais que estão na fazenda. A imagem corta para uma senhora (personagem principal da música) em uma máquina de fiar, sendo incomodada por uma mosca. Os outros personagens da música são inseridos no filme em sincronia com a letra e o ritmo da música.

No entanto, os *Beatles* foram os primeiros a lançarem um vídeo que revelava a simpatia dos integrantes da banda e o assédio dos fãs. De rápida duração, com imagens dos *Beatles* tocando, os vídeos ficaram conhecidos como *Promos* e ajudaram na divulgação da música, do álbum e da banda. De acordo com a pesquisa de Bryan (2011), os *Promos* foram criados, a princípio, para poupar a banda de aparições na televisão e para divulgar o trabalho dos *Beatles*, que, impossibilitados de comparecerem a todos os compromissos nas emissoras de televisão em diferentes lugares do mundo, viram nos *Promos* uma alternativa para continuarem em evidência. Uma equipe de profissionais foi incumbida de produzir curtas-metragens com números de palco para serem exibidos nos programas de variedades.

Bem antes dos *Promos*, já haviam sido produzidos, na década de 1940, os *Soundies*, que reproduziam imagens das apresentações dos artistas. Segundo Jack Banks, citado em Lusvarghi (2007), os videoclipes não trariam nada de novo, apenas uma evolução do que já havia sido produzido:

> Os videoclipes não constituem nada de novo, de acordo com Banks, sendo apenas a mais recente variação do uso da combinação vídeo e música, que inclui ainda os *soundies* – clipes de três a cinco minutos, populares já em 1940, e exibidos em *night clubs*, mostrando performances de músicos como Louis Armstrong. Cada bobina de projetor continha até oito *soundies*, que eram editados e exibidos em consequência a partir de uma máquina chamada *Panoram*, que projetava as imagens em uma tela, à medida que as pessoas depositavam um centavo de dólar. Os *soundies* eram apenas imagens mostrando os astros do rádio em suas apresentações (Lusvarghi, 2007, p. 39).

De acordo com Saul Austerlitz, citado em Bryan (2011), os *Promos* dos *Beatles*, *Strawberry Fields Forever* (1967) e *Penny Lane* (1967), que trazem aspectos do cinema independente e uma visão psicodélica das canções, podem ser considerados os primeiros videoclipes da história. Foram realizados para divulgar uma canção, um álbum e um artista na televisão e serviram como importantes peças de *marketing*, até então inéditas no mercado musical. No Brasil, algo semelhante a essa produção era exibido no início da *TV Tupi*. Segundo Vida Alves (2008), a curta programação, das 20h às 23h, era ocupada com vídeos gravados nos estúdios da *TV Tupi* com artistas que trabalhavam nas associadas ou com artistas internacionais que visitavam o Brasil.

As imagens geradas dos *Festivais de Música Popular Brasileira*, promovidos pela *TV Excelsior*, *TV Record* e *TV Globo* na década de 1960, segundo Marcia Regina Carvalho da Silva (2009), também movimentaram a indústria fonográfica e a publicidade dos artistas. As transmissões ao vivo na TV mostravam ao público o dono da voz conhecida no rádio. E por isso, os artistas passaram a se preocupar também com as performances apresentadas, tornando a imagem do artista tão importante quanto sua voz.

Diversos *Festivais* aconteceram ao longo da década, mas o que causou mais impacto, principalmente pela expectativa do público, foi o *III Festival da TV Record* de 1967. Segundo Zuza Homem de Mello (2003), devido ao sucesso dos *Festivais* anteriores, a imprensa publicava inúmeras matérias fazendo análises das chances de cada música ganhar o festival, e assim, aumentava a expectativa do público em relação ao evento. Influenciando o comportamento da plateia, que se dividia em torcidas organizadas, para vaiar ou aplaudir determinado artista, aumentando as vendas com números recordes dos discos na semana seguinte ao *Festival*. Em depoimento, para o documentário *Uma noite em 67* (2010), Solano Ribeiro, idealizador do *III Festival*, afirma que não tinha ideia da proporção que o programa causaria. Para ele, o objetivo era fazer um bom programa de televisão. Mas por conta de uma série de circunstâncias, o *III Festival* adquiriu uma importância musical, política, histórica e sociológica ao longo do tempo.

Durante o período em que o *Festival* de 1967 acontecia, artistas brasileiros organizaram um protesto (que ficou conhecido como *Passeata contra guitarra elétrica*) contra a música estrangeira no Brasil, especialmente o *Rock n'Roll*, e em defesa da *Música Popular Brasileira*. Mesmo assim, Gilberto Gil e Caetano Veloso se apresentaram no *Festival* com músicas que utilizavam o som da guitarra, mesclando com outros instrumentos que faziam parte da cultura brasileira, como berimbau, por exemplo. De acordo com Mello (2003), os *Beatles* (em específico o disco *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*) foram uma grande influência para as composições que participaram do Festival de 1967:

> Gilberto Gil também ficara chapado com *Sgt. Peppers*. O disco dos Beatles provocou uma leitura diferente, a de que o rock não era uma coisa tão chula, tão descartável. Havia uma música inteligente naquilo que estava vindo de fora, talvez a solução para que sua música pudesse atingir o grande público, o que ele julgava não ter acontecido ainda. O *iê-iê-iê* podia ser banalzinho, como se dizia, mas na concepção de Gil e Caetano, aquele disco mostrava uma maneira de incorporá-lo à música popular brasileira que ambos vinham fazendo (MELLO, 2003, p. 181).

No final da década de 1960, Gilberto Gil e Caetano Veloso encabeçaram o movimento artístico *Tropicalismo*, que (na música) consistia em fazer experimentos, incluindo a guitarra elétrica nos arranjos, numa tentativa de universalizar a música brasileira. Segundo Marcos Napolitano e Mariana Martins Villaça (1998), o *Tropicalismo* teve seu início no *III Festival de Música Popular Brasileira* de 1967 quando Caetano Veloso e Gilberto Gil participaram com músicas que misturavam ritmos e instrumentos musicais criando uma nova estética para a música brasileira. De acordo com o depoimento de Gilberto Gil para o documentário *Uma noite em 67* (2010), os impactos dos *Beatles* na música e o som do nordeste brasileiro revelaram uma vontade de fazer composições híbridas sonoramente, algo que, metaforicamente, pode ser exemplificado com a mistura musical entre *Beatles* e Luiz Gonzaga. Essa vontade de algo revolucionário na música brasileira também se estendia para as performances no palco. "Gilberto Gil e Caetano Veloso também consagraram uma mistura de roupas extravagantes e irreverentes

com comportamento ambiguamente sexualizado e com encenações teatrais próximas ao *happening*" (BRYAN, 2011, p. 107).

Pode se destacar também o grupo *Secos & Molhados* (Ney Matogrosso, João Ricardo e Gerson Conrad) que, como afirma Ana Maria Bahiana (2006), tinha como essência o fator visual e a utilização de uma certa androginia. Os arranjos das músicas eram simples, misturando rock e ritmos brasileiros, mas a criatividade visual e a forma como Ney Matogrosso se impunha no palco era o que chamava atenção para o grupo.

Após a separação do *Secos & Molhados*, Ney Matogrosso seguiu carreira solo e continuou com essa postura excêntrica em suas apresentações e composições. A música *América do Sul* (1975), composta por Paulo Machado e interpretada por Ney Matogrosso, é considerada por muitos autores, como aponta Bryan (2011), o primeiro videoclipe produzido no Brasil. Dirigido por Nilton Travesso, foi gravado em ambiente externo para exibição no *Fantástico* da *Rede Globo* em 1975. Ney Matogrosso aparece performando num cenário que representa a natureza brasileira e em cima de um helicóptero. Na edição, foram incluídos efeitos de cor e sincronismo nas imagens (inclusive a dublagem de Ney Matogrosso), com a música título do vídeo, revolucionando a forma como os artistas eram apresentados pelo *Fantástico*. "Não há razões para não o considerar o primeiro videoclipe realizado para o *Fantástico*, uma vez que, como define Cyro del Nero, ele se diferencia dos antigos números do programa, que mostravam apenas o cantor no estúdio" (BRYAN, 2011, p. 110).

Conforme Guilherme Bryan (2011), na década de 1970 o *Fantástico* exibia números musicais de artistas que faziam sucesso na época. Ocorriam apresentações desses artistas no próprio estúdio do programa. Em 1974, o cenógrafo Cyro Del Nero inovou com a apresentação de Raul Seixas, gravando a performance do cantor com cenário em croma *key* (que alternava com imagens de obras de artes plásticas), troca de figurino e edição que Raul Seixas parece flutuar pela tela. O vídeo da música *Gita* (1976) inaugurou o formato de videoclipe, por isso Cyro Del Nero e Nilton Travesso disputam o posto de serem responsáveis pela produção do primeiro videoclipe

brasileiro. Em artigo publicado na internet em 2009, Cyro Del Nero desabafa e reafirma ter produzido o primeiro videoclipe brasileiro, reforçando ter o mérito por esse feito.

Ainda segundo Bryan (2011), autores como E. Ann Kaplan e Andrew Godwin consideram *Bohemian Rhapsody* (1975), da banda Queen, o primeiro videoclipe produzido especificamente para divulgação de uma canção, em que as imagens se harmonizam com o ritmo da música, o que o autor chamou de "balé audiovisual". Também após o surgimento de *Bohemian Rhapasody*, as gravadoras passaram a se preocupar com a produção de vídeos para a divulgação do artista, ganhando espaço em programas de TV para a exibição das produções.

Arlindo Machado (2000) argumenta que para o videoclipe ser interessante e ser lembrado pelo público, precisa ser criativo. Os videoclipes narrativos, que contam uma história através das imagens roteirizadas, mas que não necessariamente têm uma conexão direta com a música, podem ser citados como exemplo. *Thriller* (1983), de Michael Jackson, dirigido por John Landis, é um exemplo de videoclipe narrativo bem-sucedido. Nessa produção, com aproximadamente 13 min de duração, Michael Jackson (protagonista) está no cinema com a namorada, ela se assusta com o filme de terror que está passando e decide ir embora (uma história dentro do videoclipe, interpretada pelos mesmos atores, Michael Jackson e Ola Ray). Os dois estão caminhando e Michael Jackson interpreta a canção, num cenário sombrio e com uma narração característica de filmes de terror dos anos 1980. A história chega ao seu ápice, quando Michael Jackson, após ser encurralado por mortos vivos, se transforma em um zumbi e executa a coreografia da música. Para Bryan (2011), *Thriller* é considerado um dos melhores videoclipes da história, que de acordo com o autor, foi apontado pela revista *TV Guide & MTV* o melhor do milênio.

Antes da chegada da *MTV Brasil*, segundo Bryan (2012), os videoclipes, tanto nacionais quanto internacionais, eram exibidos também pelo *Fantástico*. As produções brasileiras eram feitas especialmente para o programa, não podendo ser transmitidas por outras emissoras, e faziam parte, em sua maioria, das trilhas

sonoras das novelas da *Rede Globo* ou do repertório da gravadora *Som Livre*. Os videoclipes internacionais, como as produções de Michael Jackson e Madonna, eram transmitidos com exclusividade pela *Rede Globo*.

Durante os anos 1990, a *MTV* determinou a estética dos videoclipes, fazendo com que bandas fossem bem-sucedidas por ter um videoclipe veiculado na emissora. Tornou-se cultura da indústria fonográfica ter um videoclipe lançado na *MTV*. Conforme Lusvarghi (2007), depois da *MTV* ficou impossível lançar uma música sem a produção do videoclipe.

Com a popularização da internet e o surgimento do Youtube o videoclipe migrou para rede mundial, dando possibilidades inclusive às bandas e artistas independentes, que antes não entrariam na programação da *MTV*, iniciando uma nova fase do videoclipe. Segundo Marcelo Bergamin Conter e Suzana Kilpp (2007), o *Youtube* tem sido atualmente o principal canal para as bandas, principalmente as independentes, publicarem os videoclipes para divulgação das canções e trabalhos.

1.2 MTV

A *MTV* foi inaugurada em 1º de agosto de 1981, em Nova York, em um cenário político e econômico desfavorável para a indústria fonográfica, conforme relata Paul Friedlander (2015). O conglomerado da *Warner Bros* em sociedade com a American Express criou um canal de televisão a cabo que transmitiria uma programação musical, 24 horas por dia, para um público-alvo entre 12 e 34 anos. Os apresentadores, chamados de *VJs* (vídeos jóqueis), e as vinhetas da programação criaram uma atmosfera despojada, que se tornou principal característica do canal. Zico Goes comenta sobre os pilares para o sucesso da *MTV*:

> É importante concluir que a MTV nasceu de três pilares: o videoclipe, os VJs e as vinhetas gráficas. E foi assim, dotados desse produto já concebido com a cara da TV segmentada, que os donos da MTV bateram na porta de operadoras de TV paga para tentar vender o seu canal (GOES, 2014, p. 12).

Segundo Zico Goes (2014), a *MTV* no início precisou lançar uma campanha para que os assinantes de TV a cabo nos Estados Unidos solicitassem à operadora de TV a liberação do canal. De acordo com Bryan (2011), a frase "I want my MTV", aderida por diversos artistas que apoiaram a campanha na época (como Madonna, Michael Jackson, David Bowie, Cyndi Lauper, entre outros), ganhou espaço na música *Money for Nothing* da banda *Dire Straits*. A princípio, como afirma Friedlander (2015), a MTV operava com baixos custos de produção e se propunha a exibir os videoclipes de artistas novos e desconhecidos do *showbussiness*. No entanto, a partir de 1984 a MTV passou a ser mais criteriosa com a escolha dos videoclipes e dos artistas, priorizando os que garantiam maior audiência e retorno financeiro.

A MTV alcançou o sucesso com o novo formato, inseriu programas segmentados, como por exemplo o *Yo! MTV Raps*, e os artistas exploravam cada vez mais as possibilidades de divulgar a música, com vídeos cada vez melhor produzidos, gerando tendências com os jovens da época, como afirma Carla C. da Costa Teixeira:

> Começou a ocorrer uma verdadeira revolução na maneira de se vestir de toda uma geração, chamada posteriormente de "geração MTV". A cultura pop, através da MTV, se exacerbava entre os jovens que assistiam à emissora e que acabavam adotando uma espécie de "MTV way of life" (TEIXEIRA, 2006, p. 25).

Com o sucesso do canal, a *Viacom*, que assumiu o conglomerado, ampliou a holding para mais dois canais, a *MTV Hits*, que transmite somente videoclipes, sem programação com apresentador, e a *VH1*, que a princípio, exibia apenas videoclipes e aos poucos inseriu seriados na programação. A *MTV* alterou não somente o comportamento dos jovens, mas também a programação de outros canais dos Estados Unidos de acordo com Ann E. Kaplan, citado em Lusvarghi (2007), após o surgimento da *MTV*, canais como a *NBC* e *ABC* começaram a se preocupar em incluir videoclipes nas respectivas programações.

1.3 MTV Brasil

Nos anos de 1980, a *MTV* ainda não tinha se instalado no Brasil, no entanto, algumas produtoras independentes já trabalhavam sob a estética do que viria a ser a *MTV Brasil*. De acordo com Christiane Mello (2008), o acesso às câmeras semiprofissionais e a chegada do videocassete para uso doméstico auxiliaram e incentivaram diversas produções em vídeos no Brasil. A possibilidade de produção com baixos custos (em relação às grandes empresas de comunicação) permitiu o surgimento de produtoras independentes como a *TVDO* e *Olhar Eletrônico*.

A *TVDO* foi criada em 1970, por Tadeu Jungle, Walter Silveira, Ney Marcondes e Paulo Priolli, na ECA (Escola de Comunicação e Arte) da USP (Universidade de São Paulo). Segundo Tadeu Jungle em Machado (2007), o lema da TVDO era que tudo pode ser um programa de televisão. Conforme Mello (2008), a TVDO entrou na televisão com os programas Mocidade Independente e 90 minutos na *TV Bandeirantes*, *Fábrica do Som* na *TV Cultura* e *Realidade* na *TV Gazeta*.

A *Olhar Eletrônico* foi criada em 1981 por Fernando Meirelles, Marcelo Machado, Paulo Morelli e Beto Salatini. Entraram depois Dario Viseu, Marcelo Tas, Renato Barbieri e Tonico Mello. A *Olhar Eletrônico* tinha como objetivo fazer vídeos, cada vez mais elaborados, com atores e roteiro. De acordo com Marcelo Tas, a *Olhar Eletrônico* se motivava em uma competição saudável com a *TVDO*. "Como autênticos *Beatles* e *Rolling Stones* do vídeo Tupiniquim, *Olhar Eletrônico* e *TVDO* sempre alimentaram um confronto estético e artístico. A ousadia de uma era combustível para o avanço da outra" (TAS in MACHADO, 2007, p. 211).

Em 1983, a *Olhar Eletrônico* produziu o vídeo *Marly Normal*, o relato de um dia rotineiro da vida de Marly, que, segundo Christiane Mello (2008), pode ser considerado um precursor da linguagem do videoclipe e da *MTV* no Brasil. Composto por cortes secos que intercalam entre imagens longas e curtas, ritmadas pelos toques do ponteiro do relógio.

Entre 1983 e 1984 Goulart de Andrade convidou a *Olhar Eletrônico* para produzir reportagens da cidade de São Paulo. Ernesto Varela, um repórter irreverente interpretado por Marcelo Tas, fez inúmeras reportagens pelo Brasil sobre acontecimentos importantes na época, como a votação para as *Diretas Já* em Brasília e sobre garimpeiros em Serra Pelada. Mello (2008) afirma que a *TVDO* e *Olhar Eletrônico* deixaram um importante legado, tanto para produção independente e de vídeo arte no Brasil, como para aspectos que envolvem a televisão e publicidade.

Em 20 de outubro de 1990 a *MTV* chegou ao Brasil através do *Grupo Abril*, em acordo com a *Viacom*. Conforme Lusvarghi (2007), Cuca Lazarotto apresentou, às 12h, o primeiro videoclipe veiculado pela emissora, Garota de Ipanema, uma versão remixada da música de Tom Jobim e Vinicius de Morais, interpretada por Marina Lima. Em São Paulo, a *MTV* era transmitida através do canal 32 e no Rio de Janeiro pelo canal 24. A *MTV* foi o primeiro canal segmentado do Brasil a ser transmitido pela televisão aberta, com o público-alvo entre 12 e 34 anos (assim como a matriz americana). Zico Goes complementa esse ineditismo da *MTV* no Brasil:

> O que diferencia o início das duas TVs é que, no Brasil, a MTV estreou a televisão segmentada, enquanto nos Estados Unidos isso já era consolidado. O curioso é que lançamos essa segmentação na TV aberta e não na TV paga, como seria natural. Esse espaço na TV aberta foi importante para que a MTV conseguisse enorme repercussão, apesar de não contar com a megaestrutura de suas concorrentes (GOES, 2014, p. 14).

Segundo Lusvarghi (2007), o *Grupo Abril* possuía uma concessão de canal aberto desde 1985 e utilizou a facilidade de implementação da emissora americana para não perder esse espaço. A *MTV* não teve dificuldades culturais para se instalar no Brasil, pois nossa cultura se aproxima da norte americana, onde fica a matriz, como afirma Luiza Lusvarghi:

> Diferentemente de muitos países em que a rede se instalou, a adaptação da emissora no Brasil foi bem-sucedida e pouco traumática, sem os conflitos étnicos ou religiosos provocados em outras regiões do planeta.

> Não somos mulçumanos nem orientais, nossos valores ocidentais nos aproximam da cultura norte-americana. O processo de americanização da cultura brasileira é antigo, data da década de 1940, quando o Acordo Político de Boa Vizinhança, do presidente Franklin Delano Roosevelt, deu início a intercâmbio cultural entre Brasil e EUA, com o objetivo de desviar nosso ditador populista, Getúlio Vargas, do fascínio por Mussolini, o ditador fascista italiano, aliado de Hitler, e inserir seus produtos no mercado (LUSVARGHI, 2007, p. 29).

Segundo Goes (2014), a *MTV Brasil* a princípio apresentava uma programação de videoclipes importados e adaptou sua estética ao movimento musical *Grunge*, encabeçado pelas bandas *Nirvana*, *Sound Garden* e *Pearl Jam*. Os poucos videoclipes nacionais eram produzidos pela própria *MTV Brasil*, e "eram exibidos acompanhados de um selo no canto superior direito da tela, em que aparecia escrito 'Exclusivo *MTV Brasil*' e o símbolo da emissora" (BRYAN, 2011, p. 136). Os primeiros *VJs* da *MTV* foram Cuca, Maria Paula, Thunder Bird e Zeca Camargo (responsável pelo programa jornalístico *MTV no ar*).

Além dos videoclipes, a *MTV Brasil*, ao longo do tempo, introduziu na programação documentários, coberturas de eventos musicais e programas de humor. Por ser uma emissora direcionada ao público jovem sempre se empenhou em campanhas para conscientização sobre temas como política, racismo, violência e preconceito de gênero. Segundo Lusvarghi (2007), em 2002 foi lançada a campanha *Tome conta do Brasil*, em que a *MTV* promovia debates acerca da importância de se discutir política entre os jovens, num momento pré e pós eleições. O engajamento para campanhas contra a AIDS gerou o premiado[3] documentário *Documento AIDS 2002*, que entrevistou jovens brasileiros infectados pelo vírus HIV relatando como lidavam com a doença. Além da veiculação de vinhetas sobre o tema ao longo da programação, sendo uma delas encomendada pelo *Ministério da Saúde*. Campanhas contra o racismo e intolerância de gênero também estiveram na pauta da *MTV Brasil*, atingindo (de forma criativa e objetiva) o público-alvo

3 Prêmio Esso de Jornalismo de 2002.

da emissora. Para Zico Goes, as campanhas precisavam ser diretas, com situações que fizessem sentido para o universo do espectador:

> Com o tempo, embarcamos em temas como ecologia, violência e política. Sempre fizemos questão de deixar clara a nossa posição crítica em relação a esses assuntos. Sobre sustentabilidade, por exemplo, agíamos com certa parcimônia; para a MTV a campanha tinha de estar ao alcance do jovem. Fodam-se as baleias! Antes das baleias temos de aprender jogar lixo no lixo (GOES, 2014, p. 32).

Essa propensão da *MTV Brasil* em lançar campanhas de conscientização dos jovens facilitou a propagação e popularização dos videoclipes d'*O Rappa*, principalmente do *Minha alma*, que trata de forma direta sobre assuntos relacionados aos temas que a emissora discutia em programas como o *Barraco MTV*. A questão de responsabilidade social com o jovem esteve presente em alguns momentos da programação da *MTV* e também no discurso da banda *O Rappa*. Marcelo Yuka[4], em entrevista, afirmou que houve comoção dos funcionários da *MTV* quando o videoclipe *Minha alma* foi apresentado (antes de entrar na programação), isso prova que o engajamento d'*O Rappa* mostrado nos videoclipes também fazia parte das diretrizes da *MTV Brasil*. Não por acaso, o videoclipe *Minha alma* é o segundo mais premiado pelo *VMB*.

Em 1995, a *MTV* produziu o primeiro *VMB* (Video Music Brasil), com as mesmas características do já existente na *MTV* americana. O evento tinha o propósito de premiar os melhores videoclipes da *MTV* e também seus idealizadores. Aos poucos, o *VMB* ganhou notoriedade no meio audiovisual como um prêmio importante e incentivou produções de videoclipes brasileiros cada vez melhores. Guilherme Bryan descreve a importância do prêmio para os idealizadores dos videoclipes:

> Seus realizadores também passaram a ter o nome exibido nos créditos, o que lhes deu maior prestígio tanto entre os colegas, quanto entre outros profissionais de mídia e o público em geral, e a ser premiados e reconhecidos pelo trabalho realizado, o que incentivou

4 Entrevista concedida em 29 de agosto de 2015 à autora (anexa).

> com que desenvolvessem várias marcas autorais. Não é à toa, portanto, que alguns estudiosos consideram esse o acontecimento mais importante para a produção musical no Brasil desde os festivais de música popular da década de 1960, uma vez que, como estes, foi responsável por simular o que o público da emissora, considerado jovem, rebelde e irreverente, desejava, concentrando toda a produção musical voltada para ele, aproximando as diferentes tribos e criando um "padrão MTV de imagem" (BRYAN, 2011, p. 151).

Segundo Zico Goes (2014), os videoclipes premiados eram selecionados pela *MTV*, avaliados por um júri especializado e algumas categorias pela audiência, através de votação por meio de telefone e internet. "No fim das contas, o *VMB* acabou se tornando maior que a própria *MTV*. A televisão brasileira se rendia àquele momento porque ele transcendia os limites do nosso canal" (GOES, 2014, p. 78).

Em 2006, Zico Goes, então diretor de programação, decidiu retirar os videoclipes da programação principal da *MTV*. Para ele, os programas da *MTV* davam mais audiência que o videoclipe, que havia migrado para internet. "O advento da internet obrigou a *MTV* a se tornar mais TV, em detrimento da sua função musical. Já não fazia mais sentido um canal musical jovem em um mundo em que eles têm tantos outros canais" (GOES, 2014, p. 133). De acordo com Bryan (2011), para a *MTV* era mais vantajoso ter um canal na internet para concorrer diretamente com o *Youtube* e por isso foi lançado o *MTV Overdrive*. Essa migração do videoclipe para a internet não causou desinteresse da indústria fonográfica para produções brasileiras e não enfraqueceu a audiência da *MTV Brasil*, como afirma Michele Kapp Trevisan:

> A acessibilidade através da Internet e as facilidades com as novas ferramentas de produção e distribuição de audiovisuais não apagaram sua importância dentro do contexto da indústria musical. Pelo contrário, impulsionaram novas atitudes que colaboraram para assegurar sua importância como formato audiovisual, que vem sendo confirmada pelos eventos de premiação dos melhores clipes, realizadores e performances, entre outros (TREVISAN, 2011, p. 120).

Com problemas financeiros e não gerando lucros à *Abril* há muitos anos, a *MTV Brasil* saiu do ar no dia 30 de setembro de 2013, dando lugar a *TV Ideal*, também do *Grupo Abril*. Apesar das recomendações da *Viacom* e do *Grupo Abril* para não mencionar o fim da *MTV*, Zico Goes (2014) relata que preparou uma programação de despedida da emissora, para o público, os *VJs* que já passaram pela *MTV* e equipe que ainda trabalhava no canal. Atualmente, a *MTV Brasil* pertence totalmente ao Grupo *Viacom*, é transmitida através das operadoras de TV por assinatura, dedica uma programação baseada em séries e *reality shows* (a maioria produções internacionais) e os videoclipes ocupam a grade de programação somente de madrugada e em horários que intercalam os programas exibidos, sendo elemento secundário da emissora.

1.4 Os videoclipes do *Rappa*

Os videoclipes narrativos têm como principal característica, segundo Michele Kapp Trevisan (2011), evidenciar não o artista, mas sim uma história, uma trama que nem sempre está literalmente relacionada à letra da música tema do videoclipe e pode ser contada de forma linear ou não linear. Nesses casos, o artista aparece como narrador, protagonista ou em inserções que intercalam a atuação de atores contratados. No exemplo de Michele Kapp Trevisan é possível apontar a influência de outras formas de arte ao videoclipe, assim como a marca autoral do diretor:

> Um exemplar que possui uma noção de narrativa é o clipe *Express Yourself* (1989) de Madonna, sendo a artista apresentada como personagem principal. Dirigido por David Fincher e considerado como uma obra de arte que ajudou a revolucionar a forma como são encarados os videoclipes por possuir inspiração confessa ao filme Metrópolis (Fritz Lang, 1926), este vídeo reforça a apropriação recorrente que a artista faz de outras formas artísticas como o cinema, a dança e a fotografia (TREVISAN, 2011, p. 175).

A banda *O Rappa* procura utilizar a narrativa em videoclipes para abordar histórias relacionadas às periferias do Rio de Janeiro. Videoclipes como *Minha alma* (2000), *O que sobrou do céu* (2001), *O salto* (2004), *Reza vela* (2003) e *Monstro invisível*

(2012) são alguns exemplos de narrativas interpretadas por atores para músicas da banda, sendo as três primeiras tratadas com mais detalhes no capítulo III. O videoclipe da música *Minha alma* (2000) teve seu roteiro feito por Paulo Lins, foi dirigido por Katia Lund e Breno Silveira e produzido pela *Videofilmes*. A história traz temas sobre a violência policial nas favelas do Rio de Janeiro e como a população reage a essa violência.

O videoclipe, veiculado em preto e branco (com a versão original em cores disponível nos extras do álbum *Lado B Lado A*), conta a história de cinco garotos moradores da favela e uma criança, protagonista da história, o menino chamado Gigante. O videoclipe começa com o impasse de qual será o destino do dia dos garotos, até que Gigante decide, por todos eles, ir à praia. Na chegada ao asfalto, os garotos interagem e pedem esmolas às pessoas que estão no comércio local. Nesse momento, integrantes da banda *O Rappa* aparecem no vídeo como figurantes, tomando cerveja e tocando num bar. Na barraca que vende frango assado, os garotos estão pedindo esmolas a um homem que está fazendo sua compra. O homem ao abrir a carteira, deixa uma nota cair no chão. Um dos meninos abaixa para apanhar a nota e, por acharem que o menino está roubando, de repente a polícia intervém com socos e pontapés. Enquanto o garoto é imobilizado, os amigos sobem a favela para avisar os moradores. O garoto é levado por um policial para trás de um veículo, onde é assassinado. Os moradores descem, e, revoltados, saqueiam o comércio, quebram cadeiras na direção dos policiais e ateiam fogo em veículos. Na cena final fica apenas Gigante no canto da tela, em meio aos destroços, observando toda a destruição.

Com imagens de cortes secos, o videoclipe, segundo Lusvarghi (2007), representa bem a estética *MTV*, e mais tarde serviria de inspiração ao filme Cidade de Deus (2002), de Fernando Meirelles, codirigido por Katia Lund e roteirizado por Paulo Lins. "O corte rápido dos clipes busca traduzir em imagem a batida musical, com efeitos de cor e tratamento muitas vezes experimental da fotografia, com o uso de técnicas originadas do cinema" (LUSVARGHI, 2006, p. 2).

O videoclipe *O que sobrou do céu* (2001), gravado na comunidade de Belford Roxo, Rio de Janeiro, dirigido por Katia Lund e André Horta, conta a história de um vendedor (camelô) que é forçado por bandidos a usar a própria casa como cativeiro de um suposto empresário. O sequestrado, sempre vigiado, passa a conviver com a família do homem. De repente, a polícia começa a sondar a casa com um helicóptero, o dono da casa solta o sequestrado e os dois fogem correndo no meio do matagal em direção a uma estrada de terra. Na estrada, o vendedor entra em um ônibus, que é parado pela polícia numa blitz para a vítima reconhecer o sequestrador. O homem diz à polícia que não reconhece o suspeito, que é liberado. O trabalhador segue no ônibus até o trecho em que deixou as mercadorias quando foi abordado pelos bandidos, pega o que sobrou e segue a pé pela estrada de terra. Nesse videoclipe, o único momento em que a banda aparece é em uma foto no vidro detrás do ônibus.

O Videoclipe *O salto* (2004) dirigido por Bruno Murtinho, conta a história de um suicídio e aborda quais os aspectos que levam o personagem principal a tal ato. O videoclipe começa com um discurso de Fernando Collor de Mello, que antecede a crise econômica que o Brasil atravessou no início dos anos 1990, segundo Rodrigo Carvalho (2012), consequência das medidas econômicas adotadas por Fernando Collor para controlar a inflação através da contenção de liquidez, que gerou um colapso econômico e um aumento significativo do desemprego nas regiões metropolitanas de São Paulo e Rio de Janeiro.

Enquanto cuida de um bebê, o personagem assiste atentamente ao discurso. O homem é demitido do emprego e consequentemente despejado do condomínio com a criança. Procura emprego nos Centros de Apoio ao Trabalhador, porém, por conta da idade avançada e a falta de vagas abertas, não consegue nenhuma oportunidade. A desolação vai assumindo gradativamente a expressão facial do personagem que começa a se embriagar até que, em uma noite, arruma confusão na pensão onde estava instalado com o bebê. O homem vai viver nas ruas com a criança, sob todas as circunstâncias desfavoráveis, até que, desesperançoso, decide subir no terraço de um prédio e saltar com o bebê no colo. As imagens do ato do salto foram feitas em animação para impactar o espectador sem ser

sensacionalista. Nesse videoclipe, diferente dos outros dois descritos, imagens da banda tocando são intercaladas com a narrativa.

A banda *O Rappa* sempre demonstrou em suas letras estar engajada em questões sociais, principalmente no que diz respeito aos jovens. Segundo Bryan (2011), além de lançar canções e álbuns a banda constantemente se demonstrou preocupada em demonstrar engajamento social e, por isso, é a segunda banda mais premiada no *VMB* da *MTV Brasil*. Apesar das tentativas de desvincular a imagem da banda com protestos, *O Rappa* ainda é uma referência de engajamento no pop rock brasileiro.

Em suma, esse capítulo introdutório sobre o videoclipe e as atividades da *MTV* no Brasil é importante para o desenvolvimento dos capítulos a seguir, que abordam a história da banda *O Rappa* e o envolvimento com ONGs, como a vivência dos músicos reflete nas letras das músicas e nos videoclipes e o papel da *MTV Brasil* na veiculação dos vídeos d'*O Rappa*.

CAPÍTULO II

2.1. A trajetória da família *O Rappa*

O início da década de 1990 foi marcada por uma crise na indústria fonográfica. Isso abriu espaço às gravadoras e selos independentes, tanto no Brasil como no exterior, pois as principais gravadoras cediam espaço apenas para artistas evidentemente lucrativos, que estivessem produzindo as músicas dentro dos estilos da moda e que garantissem um retorno financeiro. Dessa forma, bandas de Rock que fizeram sucesso nos anos 1980 e artistas novos, que não se encaixavam no cenário pré-estabelecido, não tinham muitas oportunidades nas principais gravadoras e recorriam aos selos independentes e às gravadoras menores, como afirma Rafael Machado Saldanha:

> Com a mudança da moda, ao final dos anos 80, o foco das gravadoras passou a ser a lambada, ritmo baiano com influências caribenhas e de dança sensual. A este cenário se seguiu, em princípios dos anos 90, o boom dos cantores sertanejos. A maioria dos artistas de rock que haviam feito sucesso na década de 80 foram dispensados do elenco das gravadoras ou tiveram que se sujeitar a condições contratuais e de promoção muito inferiores aos que detinham anteriormente, alguns permanecendo anos sem gravar. Parecia que a moda de rock nacional estava definitivamente encerrada (SALDANHA, 2006, p. 2).

Nesse contexto, a banda *O Rappa* foi formada e, gradativamente, foi se inserindo no mercado fonográfico brasileiro. Marcelo Yuka tinha contato com Nelson Meirelles, então produtor do *Cidade Negra*, pois tocava na banda *KMD-5* e participava de movimentos de Reggae no bairro da Lapa, no Rio de Janeiro, conforme Bruno Levinson (2014). Em 1993, o cantor de Reggae Papa Winnie[5]

5 De acordo com o blog Reggae Spotlights, Carlisle Winston Peters, conhecido como Papa Winnie é um artista que mistura Reggae com Rap, Pop e disco em suas músicas. A música mais popular gravada por ele é "you are my Sunshine".

veio tocar no Brasil e precisava de uma banda para acompanhá-lo. Assim, Nelson Meirelles formou uma banda emergencial, que mais tarde seria *O Rappa*. Marcelo Yuka comenta sobre a formação inicial:

> Nelson Meirelles estava nessa e me chamou. Foram muitos shows. Lobatinho, que também formou *O Rappa*, fazia parte dessa banda do Papa Winnie. Durante a turnê, o Carlos Townsend, empresário desses shows, ia marcando outros. Foi a primeira vez que toquei para grandes plateias e vivi a experiência de estar na estrada. Foi a partir dessa banda, dessa turnê, que *O Rappa* foi formado (LEVINSON, 2014, p. 147).

Após a turnê com o Papa Winnie, a banda lançou o álbum de estreia *O Rappa* (1994). Com esse trabalho *O Rappa* não fez muito sucesso, mas foi primordial para divulgação e visibilidade da banda, que tocou em eventos como o Festival Reggae *Sunsplash*. Dessa fase "*O Rappa* marcou presença no festival, que aconteceu menos de um mês depois do lançamento do primeiro disco. Os então cinco rapazes foram a única atração nacional no festival", de acordo com o Site Oficial *O Rappa*[6].

Depois da gravação do primeiro álbum, Nelson Meirelles deixou a banda e foi substituído por Lauro Farias, que já havia tocado com Marcelo Yuka no *KMD-5*. Com a nova formação, (Marcelo Falcão, Marcelo Yuka, Alexandre Menezes (Xandão), Marcelo Lobado e Lauro Farias) em 1996 foi lançado o disco *O Rappa Mundi*, que traz músicas como A feira, Pescador de ilusões, Vapor barato, Ilê Alê e a versão brasileira para a música *Hey Joe* de Jimmi Hendrix.

No site oficial d'*O Rappa*[7], Lauro Farias explica, que esse disco foi importante para a evolução artística da banda, pois nele estavam as principais influências presentes nas composições com misturas de ritmos que serviram de parâmetro para músicas como *Pescador de ilusões*, por exemplo. *O Rappa* mundi antecede o estilo que seguiria no *Lado B Lado A*, no que diz respeito ao

---

6 Site Oficial O Rappa. Disponível em: < http://www.nacaoorappa.com.br/#/album/post/380/1994/all/all/all >. Acesso em: 25 set. 2015.

7 Site Oficial O Rappa. Disponível em: < http://www.nacaoorappa.com.br/#/album/post/96/1996/all/all/all >. Acesso em: 25 set. 2015.

amadurecimento musical d'O Rappa e o destaque de Marcelo Yuka como letrista. O terceiro álbum d'O Rappa, Lado B Lado A (1999), de acordo com Maria Rita Arêdes da Silva (2009), tem um forte apelo político, com canções que protestam contra desigualdade social e denunciam a violência urbana. A autora complementa sobre a importância do disco na trajetória da banda:

> *Lado B Lado A* teve um papel fundamental na construção d'*O Rappa* como uma banda engajada e é trabalho que tem uma característica bastante interessante, que é o fato de poder ser ouvido como unidade. Esse trabalho é uma peça importante para compreensão da canção social produzida no Rio de Janeiro nos anos 90 (SILVA, 2009, p. 9).

Desse disco podem-se destacar composições densas de Marcelo Yuka, como *Minha alma, O que sobrou do céu, Tribunal de rua* e *Me deixa*. O letrista relata como foi a elaboração e qual o intuito do álbum:

> Sabia que era preciso fazer algo como o *Lado B Lado A*, então fui até a banda: "A importância deste disco é que a gente tem condições de defender um conceito!" Para mim, esse era o caminho natural de um artista numa época em que o acesso à informação não era tão fácil quanto é hoje (LEVINSON, 2014, p. 158).

Esse engajamento se estenderia para os videoclipes e para além da música, com pedido aos fãs para colaborarem com organizações que auxiliavam a formação de jovens pelo Brasil. A ONG *FASE* (*Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional*) foi beneficiada com o *Lado B Lado A* por meio da campanha *Na Palma da Mão*, promovida pela banda. Além da doação de 5% de toda vendagem do disco, quem comprava o CD podia doar e conhecer mais sobre o projeto com as instruções contidas na última página do encarte.

Em novembro de 2000, Marcelo Yuka foi atingido com nove tiros numa tentativa de assalto no Rio de Janeiro, ficou paraplégico e impossibilitado de tocar bateria. Durante o processo de recuperação física e psicológica ele continuou compondo para *O Rappa*, essas autorias resultaram no último trabalho d'*O Rappa* com letras de Marcelo Yuka,

Instinto Coletivo (2001). O disco é uma seleção de músicas ao vivo desde o primeiro álbum da banda, com quatro músicas inéditas, *Instinto Coletivo*, *Ninguém Regula a América* (com participação da banda *Sepultura*), *Milagre* e *RAM*.

Em novembro de 2002, após diversos boatos e conflitos com os integrantes d'*O Rappa*, Marcelo Yuka saiu da banda e se dedicou à formação do *F.U.R.T.O* e à continuidade do tratamento para recuperação física. O álbum seguinte, sem Marcelo Yuka, *O Silêncio que Precede o Esporro*, foi lançado em 2003 e tornou-se símbolo de força e superação, dada a situação delicada da banda diante da saída de Yuka, conforme comenta Xandão no site oficial da banda[8], "Ele provou nossa integração também. Era um momento em que a gente estava sob julgamento, e isso só aumentou a importância do álbum. Depois, já passaram 10 anos e ainda estamos na ativa".

Mesmo sem Marcelo Yuka, *O silêncio que precede o esporro* ainda tem características marcantes do compositor, como letras metafóricas que relatam ações do dia a dia das periferias e questionam o poder da mídia, como por exemplo, *Reza vela*, *Rodo cotidiano*, *Bitterusso champagne* e *O salto*. O disco (em todas as músicas) mistura ritmos como o Samba, Baião, *Rap* e *Reggae*, além de inserções de falas do poeta Waly Salomão[9], amigo pessoal de Marcelo Yuka.

Proveniente do programa da *MTV*, em 2005 é lançado o álbum *Acústico MTV, O Rappa*, que também é uma coletânea das principais músicas da carreira da banda em versão acústica. No encarte tem o contato da ONG *FASE*, com menor destaque que no *Lado B lado A*.

Em 2008, *O Rappa* lança o trabalho *7 vezes*, numa tentativa de desvincular a banda a uma imagem de engajamento. Em matéria

---

8 Site Oficial O Rappa. Disponível em: <http://www.nacaoorappa.com.br/#/album/post/119/2003/all/all/all>. Acesso em: 26 set. 2015.

9 De acordo com a enciclopédia online do Itaú Cultural, o poeta, produtor cultural, diretor artístico e compositor Waly Dias Salomão nasceu na Bahia (Jequié), em 1943, e foi um dos representantes da poesia no movimento tropicalista. O primeiro livro publicado foi Me segura qu'eu vou dar um troço, em 1972, que foi escrito quando Waly foi preso pelo regime militar. Vapor barato pode ser considerada a canção mais popular composta por Waly Salomão, gravada por Gal Costa e pela banda O Rappa. Waly Salomão faleceu em 2003, no Rio de Janeiro.

de Dolores Orosco, publicada pelo G1 em agosto de 2008[10], todos os integrantes negam ser uma banda de "protesto", como reitera Xandão em entrevista coletiva para anúncio do novo álbum publicada pelo Portal G1[11]: "A gente nunca foi uma banda de protesto, nunca foi de dizer o que é certo e o que é errado. A gente tem nossa verdade e não priorizamos o discurso em detrimento da música". Segundo Lauro Farias, em *7 vezes* o objetivo era fazer experimentos musicais com diversos instrumentos e mostrar o amadurecimento profissional d'*O Rappa*, com letras que falam, pela primeira vez na discografia da banda, sobre amor. De acordo com Marcelo Falcão, esse disco representa *O Rappa* sendo *O Rappa.*

Não se sabe se o engajamento da banda era proveniente dos movimentos sociais nos quais Marcelo Yuka sempre esteve envolvido. No entanto, a imagem e ideologia d'*O Rappa* alterou com o tempo e ficou distante do "protesto" a cada álbum novo. A preocupação estética, o lançamento de produtos com o nome da banda atrelados à marca *Jonny Size* são provas que a atitude d'*O Rappa* não é mais a mesma defendida por Marcelo Yuka, enquanto ele fez parte das decisões da banda.

Em 2010, mais um disco de coletâneas, *O Rappa* ao vivo antecede o trabalho mais atual, *Nunca tem fim*, lançado em 2013 após uma pausa de 2 anos por divergências entre os integrantes e produtores da banda. Segundo Marcelo Falcão, em vídeo postado no site oficial d'*O Rappa*, um conflito com Xandão e problemas familiares desencadearam o hiato na carreira e a produção das músicas, que segundo ele, representam superação d'*O Rappa*. Em entrevista concedida a Rodrigo Ortega, publicada em 15 de maio de 2013 no Portal G1[12], Falcão conta qual sentido deu para o CD *Nunca tem fim*: "Eu vivi altas coisas tristes, mas não consegui escrever uma coisa triste, quero escrever para pessoas dizerem: 'O negão não desiste'".

---

10 Lançamento do álbum 7 vezes. Portal de notícias G1. São Paulo, 14 ago. 2008. Disponível em: <http://www.nacaoorappa.com.br/#/album/post/119/2003/all/all/all>. Acesso em: 27 set. 2015.

11 Idem.

12 Lançamento do álbum Nunca tem fim. Portal de notícias G1. São Paulo, 15 mai. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/05/o-rappa-poe-dedo-na-ferida-de-forma-positiva-em-novo-album-diz-falcao.html >. Acesso em: 26 set. 2015.

Nunca tem fim também é o primeiro álbum da discografia d'*O Rappa* com imagem da banda na capa. Numa foto em que os quatro integrantes são mostrados como um desenho estilo HQ (história em quadrinhos) e Falcão está usando uma camiseta da marca *Jonny Size* (vinculada à banda *O Rappa*), uma forma de reforçar a imagem comercial da banda. Em 2013, o jornalista Thiago El Cid Cardim, em resenha publicada pelo site *Wiplash.net*[13], classifica o álbum *Nunca tem fim* como "*lindo esteticamente*, mas sem alma". Segundo o jornalista, a autenticidade e originalidade presente no *Rappa mundi* (1996) foi tirada da banda por preocupações com a produção estética do CD. Ainda de acordo com o crítico, a saída de Marcelo Yuka deixou um "rombo" na carreira da banda, que apresentou composições com finais óbvios, numa tentativa de aproximação a músicas como *Minha alma*.

Em contradição ao que foi dito no lançamento de *7 vezes*, Marcelo Falcão afirma, em entrevista concedida a Suzan Souza, publicada pelo portal de notícias IG em agosto de 2013[14], que as letras continuam com cunho contestador e a banda ainda é um meio para críticas sociais serem expostas e isso está presente nas letras das músicas *Cruz de tecido* e *Fronteira D.U.C.A*. "Sempre tivemos liberdade para falar sobre o que quisemos, sobre o que acreditamos. Enquanto nosso país oferecer motivo para letras com uma pegada crítica mais forte, vamos continuar falando sobre isso. É o que todo cidadão deve fazer".

No mesmo ano, *O Rappa* gravou o jingle para o comercial da *Fiat* (*Vem pra rua*) que tornou-se slogan, acidentalmente, dos protestos de junho de 2013. Atualmente, O Rappa está em turnê pelo Brasil para divulgação do último álbum. Em entrevista ao portal IG em 2013 [15], Falcão diz que apesar das brigas e discussões, ao longo de 20 anos da banda, *O Rappa* é e sempre será uma família com o objetivo principal de fazer música.

---

13 Resenha sobre o álbum Nunca tem fim. Whiplash.net. [s.l.], 03 set. 2013. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/cds/187507-rappa.html>. Acesso em 17 out. 2015.

14 Lançamento Nunca tem fim. Último Segundo IG. São Paulo, 31 ago. 2013. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/2013-08-31/o-rappa-enquanto-houver-motivo-para-letras-criticas-vamos-continuar-falando.html>. Acesso em: 17 out. 2015.

15 Idem.

2.2 Marcelo Yuka deserdado

Os jornais de novembro de 2000 noticiaram um ato heroico praticado por Marcelo Yuka. No entanto, nem mesmo o músico sabe exatamente o que aconteceu na noite de 9 de novembro de 2000. Em Levinson (2014), o músico e compositor conta uma versão diferente sobre o suposto salvamento publicado na imprensa:

> Eu tinha acabado de virar a esquina e dar ré. Não sabia que havia outro carro com bandidos atrás de mim. Não tinha visto. Fui informado depois que havia uma moça que saía de uma garagem que estava em frente ao meu carro. Havia uma situação ali. Depois disseram que eu tentei salvar essa moça. Nada disso – eu estava tentando era me salvar. Não sou esse herói que quiseram pintar. Eu a salvei, sim, mas foi sem querer (LEVINSON, 2014, p. 14).

Nesse episódio, Marcelo Yuka foi alvejado com nove tiros, dos quais um atingiu a coluna do músico e o deixou paraplégico. Segundo publicado no jornal O Globo de 11 de novembro de 2000[16], a lesão mais grave foi causada por uma bala alojada a 5mm da medula espinhal, e de acordo com o médico Enio de Vuono, que cuidou do caso, Marcelo Yuka já chegou ao hospital sem os movimentos das pernas. Em entrevista para o documentário *Marcelo Yuka – No caminho das setas* (2011), dirigido por Daniela Broitman, o músico relata: "me perguntaram o que aconteceu. Eu falei: olha, eu não sei muito bem o que aconteceu. Eu só sei que sou baterista, tomei tiros, estou paraplégico e minha vida acabou".

Após a recuperação inicial, mesmo não podendo mais tocar bateria, Marcelo Yuka continuou compondo para *O Rappa*, para a produção do quarto CD da banda (Instinto Coletivo) e retomou os shows e entrevistas ao lado dos demais integrantes. No entanto, no final de 2002, a disputa por direitos autorais e o envolvimento de Marcelo Yuka com diversos projetos sociais desgastou a relação com *O Rappa*. Em depoimento para o documentário *Marcelo Yuka – No caminho das setas* (2011), Marcelo Falcão explica o que

16 Diagnóstico Marcelo Yuka. O Globo acervo online. Rio de Janeiro, 11 nov. 2000. Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com/ >. Acesso em: 27 set. 2015.

motivou a banda a retirar Marcelo Yuka: "Eu defendo todas (as causas sociais) sem me associar politicamente a nenhuma. Eu não vou botar boné. Eu vou botar boné da minha marca. Jay-Z fez isso, Puff Daddy fez isso, caras bem-sucedidos. Hoje quem manda no mercado americano são rappers americanos".

Segundo Marcelo Yuka, existia uma questão mercadológica n'*O Rappa*, que era ser cada vez mais popular, para vender mais discos e ter mais ganhos. Isso era o oposto das intenções dele, que queria expressar sua indignação social através das letras das músicas. Na versão de Marcelo Yuka, o que houve foi consequência de ganância por direitos autorais pelas letras escritas por ele:

> O que aconteceu comigo foi o seguinte: como eu não era protegido pela lei, eles me mandaram embora, mesmo sendo eu o responsável por boa parte do conceito, do sucesso d'*O Rappa*. Então só posso achar que houve maldade. A maldade é: "Como posso ganhar mais?" Os caras foram gananciosos e me tiraram. Em nenhuma outra empresa eu poderia ser mandado embora naquela situação, mas fui demitido da banda que criei.
> Fui tirado da banda 50% por ganância e 50% por poder. Irônico, pois meu sucesso aconteceu justamente por me posicionar contra a ganância e o poder (LEVINSON, 2014, p. 159).

Segundo Ricardo Alexandre (2013), essa atitude *d'O Rappa* não era esperada, principalmente pela contradição do que tinham sido até então. Segundo o autor, os músicos não precisavam mudar o estilo de vida artística, nem realmente se importar com questões sociais e políticas, mas poderiam ser um pouco mais sensíveis e "enganar" o público. Ele complementa que *O Rappa* "conseguiu o que queria quando dispensou Yuka: entregar-se ao mercado, a Grande Babilônia que todos os grandes *reggamen* tentaram derrubar" (ALEXANDRE, 2013, p. 240).

Após sair d'*O Rappa*, Marcelo Yuka convidou os músicos Alexandre Garnizé, Jamilson da Silva e Maurício Pacheco e formou a banda *F.U.R.T.O.* (*Frente Urbana de Trabalhos Organizados*). Com apenas um disco gravado (*Sangueaudiência*), lançou videoclipes

que mantêm o mesmo estilo dos produzidos para *O Rappa* (*Flores nas encostas do cimento*, *Ego city* e *Não se preocupe comigo*, este último roteirizado por Paulo Lins). Segundo Marcelo Yuka, a banda acabou de forma natural, por ainda não ter maturação, por falta de infraestrutura e por sofrer constantes comparações ao *Rappa*. Porém, o trabalho foi essencial para a recuperação psicológica de Marcelo Yuka que descreve sua fase no *F.U.R.T.O.*:

> A banda não foi além porque, principalmente, a gente não tinha infraestrutura para aguentar. Todo mundo dependia daquele trabalho para sobreviver. Uma vez que foi demorando, cada um teve que tentar outras coisas. O término do F.U.R.T.O. não doeu tanto. Não foi uma questão de caráter, de falta de humanidade. Foi mais circunstancial. Eu gostaria de fazer um disco de novo com eles. Aquele disco em que estão as minhas melhores poesias. Ao menos até agora (LEVINSON, 2014, p. 162).

Em 2012, por ter um vasto envolvimento com projetos sociais e um discurso engajado, Marcelo Yuka foi convidado a participar da chapa do PSOL (*Partido Socialismo e Liberdade*) para concorrer como vice-prefeito do Rio de Janeiro. Em entrevista ao programa *De frente com Gabi*, exibido em 11 de maio de 2014, Marcelo Yuka responde que nunca tinha pensado em se candidatar, que algumas pessoas o procuraram antes, mas aceitou o convite de Marcelo Freixo por ter realmente o admirado, e que durante a campanha sentiu sinceridade no discurso do candidato.

Em 2014, foi ao ar a primeira temporada do talkshow *Hoje eu desafio o mundo sem sair da minha casa*, para a Play Tv, com o cenário sendo a própria casa do músico. No programa, ele entrevista diversos personagens, de acordo com o tema, intercalando com uma atração musical. No mesmo ano, também foi lançada a biografia *Não se preocupe comigo*. Atualmente, Marcelo Yuka trabalha no primeiro disco solo de sua carreira, *O íntimo que intimida*, com previsão para lançamento em janeiro de 2016.

2.3 Os parceiros Sociais

A banda *O Rappa* vincula uma imagem de engajada, preocupada com questões sociais e isso foi construído a partir de atitudes da banda, das letras e dos videoclipes. Para a produção de alguns videoclipes foram convidados moradores de comunidades do Rio de Janeiro, principalmente membros do grupo *Nós do Morro*, que mantém atividades socioculturais no morro do Vidigal.

Segundo Marta Porto (2008), o grupo teatral *Nós do Morro* foi fundado em 1986 por Guti Fraga, Zezé Silva, Luiz Paulo Corrêa, Fred Pinheiro e Fernando da Costa com intuito de levar arte e cultura à comunidade do Vidigal, Rio de Janeiro. No início foi usado como sede o espaço fundado pelo Padre Humberto Leeb e a missionária Joana Batista Costa. Somente em 1995 (quando os missionários deixaram o morro) o grupo se mudou para um novo espaço e continuou as atividades.

O objetivo de Guti Fraga ao fundar e dirigir o *Nós do Morro* no Vidigal era proporcionar uma interação social entre as duas partes do morro (a favela e a não favela), unindo as pessoas através do acesso à cultura e educação, oferecendo cursos e atividades para teatro e cinema, de acordo com a realidade da comunidade na qual estava inserido, baseando a metodologia nas diretrizes de Paulo Freire[17] e Augusto Boal[18]:

---

17 Paulo Freire, segundo Carlos Rodrigues Brandão (1981), tinha como método de alfabetização o uso de palavras que se aproximavam da realidade do grupo a ser alfabetizado, criticando o método tradicional da aplicação da cartilha de alfabetização tradicional (que trazia apenas vocábulos que não faziam sentido ao meio onde era ensinada). Através de fases de alfabetização, Paulo Freire desenvolveu o seu próprio método, que é estudado e aplicado até hoje (levantamento do universo de palavras que estão dentro do universo do aluno e do meio onde ele vive, escolha das palavras para selecionar vocábulos que tenham riqueza fonética e sequência gradativa de dificuldade, criação de situações com análise do que a palavra representa socialmente no universo do aluno e roteiros de debates sobre o universo do aluno, em que o professor desperta uma postura crítica diante do temas nos quais as palavras aprendidas são inseridas).

18 Augusto Boal desenvolveu um método de prática de artes cênicas através de exercícios e jogos teatrais que partem da premissa que a linguagem teatral está no cotidiano de todos. Dessa forma, qualquer pessoa poderia atuar, atores e não-atores, e o teatro popular poderia ser feito em qualquer lugar. Para Boal (1993), a alfabetização teatral é uma arma poderosa para transformações sociais e isso não deveria ser limitado aos atores profissionais, e sim ser expandido a todos que querem dizer algo por meio de expressões artísticas. Assim, o Teatro do Oprimido seria uma forma de expressão de grupos em um determinado ambiente em que a comunicação se desse pela familiarização da cena, tanto pelo ator como pelo espectador, que

> Quando fundei o "Nós do Morro", a minha grande inspiração foi Paulo Freire e eu percebi que era possível misturar a metodologia dele com Stanislavski, Boal, Amir Haddad, Marilia Pêra, com tudo que eu tinha e criar uma nova (no mesmo sentido de Paulo Freire) de aproximação do cotidiano, da vida real[19] (FRAGA, 2015).

De acordo com Porto (2008), ao longo de quase 30 anos, o grupo se tornou uma referência cultural no Rio de Janeiro, ganhou inúmeros prêmios pela relevância para a comunidade do Vidigal e inseriu atores em videoclipes, filmes, novelas e séries, além dos espetáculos (com uma estética característica) produzidos pelo grupo. Mais que um local onde se aprende teatro, o *Nós do Morro* tem como objetivo prestar um serviço sociocultural e, por isso, existe uma alta procura para as oficinas ministradas no projeto (que já chegou a mil inscritos concorrendo a noventa vagas), tanto por pessoas das comunidades do Rio de Janeiro como de vários estados brasileiros e outros países. Em depoimento, Marcelo Yuka explica a percepção que teve sobre a filosofia do *Nós do Morro*:

> A primeira vez que eu fui no "Nós do Morro" eu já era o "Yuka", a molecada vinha apertar a minha mão, e eu nunca esqueci o que o Guti disse: "olha no fundo do olho e fala de igual pra igual". A partir daí, eu vi que tinha algo além do que um local para se aprender artes cênicas, estavam aprendendo sobre a vida[20] (YUKA, 2015).

O grupo ganhou evidência após o filme *Cidade de Deus* (2002), de Fernando Meirelles e codireção Katia Lund, que leva a linguagem já experimentada no videoclipe *Minha alma* (2000), dirigido por Katia Lund e atuado por participantes do *Nós do Morro*. Segundo Porto (2008), além da participação nos videoclipes d'*O Rappa*, em 2012 o Núcleo Audiovisual do Nós do Morro produziu para a banda o videoclipe *Monstro invisível*, para divulgação do álbum *7 vezes*, participou da direção e coprodução de *5x favela - agora por nós mesmos*, *5x pacificação*, da série do canal Multishow, *Mais vezes favela* e do documentário *Cidade de Deus 10 anos depois*.

---

se identifiquem com as mesmas "máscaras sociais". Segundo Tristan Castro Pozo (2011), a estética do Teatro do Oprimido tem como pretensão se apropriar de linguagens artísticas para conscientizar e transformar o cotidiano do público.

19 Entrevista concedida à autora em 28 de agosto de 2015 (anexa).

20 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

Atualmente o grupo Nós do Morro é reconhecido como uma importante organização sem fins lucrativos que proporciona inclusão sociocultural às comunidades do Rio de Janeiro. De acordo com Porto (2008), o grupo recebeu reconhecimentos por meio de menções honrosas (UNESCO) e prêmios (Ministério da Cultura, Prefeitura do Rio de Janeiro e Prêmio Shell de Teatro), faz parte do circuito cultural do Rio de Janeiro e é mantida por meio de patrocínio da Petrobrás e do Governo Federal.

O Rappa também apoiou a ONG *FASE*, inserindo um formulário no encarte do CD *Lado B Lado A* para os fãs doarem e conhecerem a ONG *FASE* e além disso, 5% dos lucros obtidos com a vendagem do álbum foram cedidos a essa instituição. De acordo com o site oficial[21], a *FASE* atua na organização de grupos em seis estados brasileiros (Amazonas, Bahia, Espírito Santo, Mato Grosso, Pernambuco e Rio de Janeiro), a fim de garantir o desenvolvimento urbano sustentável, e se compromete em auxiliar no desenvolvimento comunitário e cooperativo. Fundada em 1961, a ONG atravessou a ditatura militar brasileira e lutou no auxílio aos camponeses do Norte e os metalúrgicos no Sudeste apoiando movimentos que levaram à anistia na década de 1980. É uma das principais organizações que trabalha a educação para o controle popular e incentivo de uma maior participação da sociedade para discussão de temas como desenvolvimento social, direitos iguais para afrodescendentes, indígenas, igualdade econômica, social e cultural.

Em parceria com universidades foi desenvolvida a revista *Proposta*[22], que apresenta diversas reportagens com os assuntos que a organização discute em palestras, seminários e campanhas. No exemplar de janeiro de 2013, disponível no site da ONG, a revista expõe as inúmeras faces da juventude brasileira em diversas cidades. Exibe em cada matéria como os jovens vivem e quais as dificuldades de cada região. Apresenta ainda, um panorama sobre o perfil da juventude que participou dos protestos de junho de 2013.

---

21 Site oficial ONG FASE. Disponível em <http://fase.org.br/ >. Acesso em: 27 set. 2015.

22 Revista Proposta. Disponível em:
<http://issuu.com/ongfase/docs/proposta_127?e=4383667/7825035 >. Acesso em: 28 set .2015.

Segundo as diretrizes publicadas no site oficial, a *FASE* possui quatro causas delimitadas, *Direito à cidade, Justiça Ambiental, Mulheres* e *Soberania alimentar*. *Direito à cidade* corresponde ao enfrentamento de desigualdades sociais ocasionadas pelo desenvolvimento das regiões metropolitanas. *Justiça Ambiental* luta para amenizar o impacto do desenvolvimento industrial, que explora os recursos naturais e áreas indígenas de forma descontrolada e desigual. A causa das mulheres busca garantir os direitos das mulheres, sobretudo no que diz respeito ao salário, ao atendimento garantido para vítimas de violência e racismo. O grupo que se organiza para a *Soberania Alimentar* apresenta soluções para o incentivo ao consumo de alimentos saudáveis, a diminuição da ingestão de produtos industrializados que, em excesso, causam doenças como diabetes e obesidade.

No videoclipe *Minha alma*, Marcelo Yuka aparece com uma camiseta com as siglas *F.U.R.T.O.* (*Frente Urbana de Trabalhos Organizados*) que, após sair d'*O Rappa*, seria o nome da banda liderada por ele. Essa sigla corresponde a um grupo de discussões acerca de diversos assuntos, mediados por Marcelo Yuka. De acordo com o blog do projeto[23], se tratava de um grupo de discussões para incentivar o pensamento e ação da sociedade no que diz respeito às Políticas Públicas vigentes, Reforma Agrária, Lutas sociais, entre outros. O último registro que se tem no blog é datado de 2006, que levanta questionamentos sobre substâncias duvidosas inclusas na fórmula da Coca-Cola.

Fora d'*O Rappa*, estando na cadeira de rodas em consequência dos tiros, em 2007, juntamente com o delegado Orlando Zaccone, Marcelo Yuka fica à frente do projeto *B.O.C.A* (*Brigada Organizada de Cultura Ativista*)[24], que consiste em levar inclusão social à população carcerária. De acordo com Marcelo Yuka, em entrevista concedida à Ana Claudia Barros, publicada na revista online *Terra Magazine*[25] em 2010, a ONG tem como

23 Blog F.U.R.T.O. Disponível em: < http://furto.blogspot.com.br/ >. Acesso em 28 set. 2015.

24 Blog B.O.C.A. Disponível em: < https://blogdaboca.wordpress.com/ >. Acesso em 28 set. 2015.

25 Entrevista Marcelo Yuka. Revista Terra Magazine. [s.l.]. 23 jun. 2010. Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4517043-EI6578,00-Marcelo+Yuka+e+cilada+confundir+justica+com+vinganca.html>. Acesso em: 29 set. 2015.

principal objetivo levar bibliotecas, cinema e palestras onde não existe acesso. Segundo o músico, não se trata de levar luxo ao preso, apenas garantir o direito de cidadão, enquanto este não foi a julgamento. Além de palestras dentro da cadeia, ministradas por Marcelo Yuka, a ONG apoia outros projetos nas comunidades do Rio de Janeiro, promove apresentações beneficentes e discussões acerca de assuntos envolvendo desigualdade social, cultural e habitacional.

Mesmo com a saída de Marcelo Yuka, O Rappa continua apoiando projetos sociais, como a *Fábrica de Cultura e Cidadania* (*FAC*)[26], em Manguinhos, zona norte do Rio de Janeiro. A ONG utiliza a arte em *Grafitti* para introduzir o jovem da periferia nas artes plásticas e formar artistas grafiteiros. De acordo com vídeo no canal do *Youtube* da banda[27], em 2012 *O Rappa* participou da articulação e apoiou o início de capacitação de adolescentes na área musical, no que diz respeito a manutenção, manuseio, afinação e montagem de palco de instrumentos musicais.

Além do apoio direto a projetos sociais, *O Rappa* também registrou em 2011 uma palestra dada pelos integrantes da banda numa escola estadual em Curitiba (Colégio Rodolpho Zaninelli) [28], que desenvolveu o projeto local *Paz sem voz é medo* para conscientizar os adolescentes sobre a violência. Em 2013, na Escola Municipal Rotariano Arthur Silva, na Baixada Fluminense (Mesquita), Rio de Janeiro, o baixista Lauro Farias reuniu alguns ex-integrantes da banda *KMD-5* para tocar e contar um pouco da trajetória dos músicos, que também estudaram em escola pública[29] na Baixada Fluminense.

Sendo uma característica não somente d'*O Rappa*, mas também motivada pela índole dos integrantes da banda, que, apesar das contradições sobre a identidade engajada d'*O Rappa*,

---

26 Sobre a FAC. Disponível em:
<https://www.facebook.com/facrj/about?section=bio&pnref=about >. Acesso em 31 out. 2015.

27 O Rappa apoia projeto na FAC. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=J03e6sAzafY>. Acesso em: 31 out. 2015.

28 Projeto Paz sem voz é medo. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=8anZxo3jk4A >. Acesso em: 31 out. 2015.

29 Lauro Farias toca com KMD-5. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=zjGJGn1IGTc >. Acesso em: 31 out. 2015.

procuram estar sempre à frente de projetos que devolvam algo produtivo para a sociedade. Mesmo que esse envolvimento com diversos projetos sociais tenha sido uma das questões levantadas pelo grupo, que gerou discussões e culminou em um dos motivos da saída de Marcelo Yuka d'*O Rappa*.

A trajetória da banda é importante para melhor entendimento dos videoclipes produzidos para divulgação do trabalho d'*O Rappa*. Assim, é possível identificar a relação que a banda tem com as comunidades, a ponto de retratá-las, e como isso é expressado nos roteiros dos videoclipes. A trajetória d'*O Rappa* também é importante para compreendermos as diferenças entre as produções feitas em fases e formações distintas da banda.

CAPÍTULO III

O VIDEOCLIPE REFLETINDO AS COMUNIDADES

3.1 Qual vai ser da gente, gigante?

Como visto anteriormente no primeiro capítulo, o videoclipe é um meio para divulgação de uma música ou de um artista, mas também pode ser instrumento para propagar uma ideia, conceito ou despertar discussão acerca de assuntos relacionados à sociedade. Neste capítulo, os videoclipes *Minha alma* (2000), *O que sobrou do céu* (2001) e *O salto* (2004) serão descritos com mais detalhes, para uma melhor identificação de aspectos técnicos usados na produção dos videoclipes, como movimentos de câmera, paleta de cores e ritmo de edição. Mas com o principal enfoque no contexto histórico e social presente nos videoclipes. O objetivo desse capítulo é demonstrar como o formato pode ser usado para propagar um ideal, um ponto de vista do artista e não somente servir como publicidade.

O videoclipe *Minha alma* (2000) expõe diversos aspectos de racismo, violência policial, estereótipos de moradores das favelas e preconceitos. Foi produzido com técnicas cinematográficas que o deixa com características de curta-metragem, recebeu diversos prêmios no *VMB* (*Video Music Brasil*) da *MTV Brasil* e se tornou objeto de estudo. Desde a ideia inicial de Marcelo Yuka, o videoclipe deveria cumprir o objetivo de ser mais do que uma forma de divulgar o trabalho da banda. Marcelo Yuka tinha intenção de ir além e causar incômodo com as imagens que seriam feitas, conforme relata Katia Lund[30]:

30 Entrevista concedida à autora, por telefone, em 18 de setembro de 2015 (anexa).

> Quando Yuka me chamou para fazer o *Minha alma*, ele me procurou por causa do documentário que fiz (junto com o João Salles), Notícias de uma guerra particular (1999), e era a única coisa que eu tinha dirigido fora o videoclipe do Bill, que era documental também. Quando Yuka me procurou ele pediu: "eu quero um soco no estômago como foi o Notícias de uma guerra particular. Quero falar do que está acontecendo, usar esse espaço da mídia para algo muito maior que um videoclipe" (LUND, 2015).

De acordo com Marcelo Yuka[31], a intenção era divulgar um ideal da banda e não fazer uma publicidade d'*O Rappa*. O roteiro foi feito por Marcelo Yuka, Paulo Lins e Katia Lund e para a gravação participaram não-atores, moradores de comunidades do Rio de Janeiro e membros das oficinas do grupo *Nós do Morro*. Para Marcelo Yuka, isso foi o que trouxe verdade na mensagem que ele queria transmitir por meio do *Minha alma*. Ele relata que o videoclipe fez sucesso porque tinha uma carga emocional trazida pelos próprios atores:

> Durante a filmagem do *Minha alma* eu já vi que era uma coisa impactante. Tem um momento em que o policial mata o Rubinho, as pessoas vão chegando, a mulher que interpretou a mãe dele (que é na realidade a mãe do Jonathan e do Felipe) chega e começa a chorar sobre o corpo. Quando terminamos de gravar a cena, ficou um silêncio e ela continuou chorando copiosamente. Ela viu aquilo várias vezes. Quando eu vi esse conceito emotivo, essa verdade emocional, eu tive mais segurança e percebi que aconteceria algo legal (YUKA, 2015).

Ao propor usar a mídia para algo diferente de vender apenas uma música, Marcelo Yuka foi contrário ao conceito de Indústria Cultural que diz que os bens culturais, em geral sem qualidade por não fazerem parte nem da cultura erudita nem da cultura popular, são usados para o entretenimento no momento de descanso e que não exige um raciocínio avançado sobre o que está sendo consumido pelo receptor, uma vez que tudo já foi previamente articulado pelo emissor. Mauro Wolf explica que os produtos da Indústria Cultural são "construídos expressamente para um consumo desatento, de pouca importância, cada um desses produtos reflete o modelo do mecanismo econômico que domina o tempo do trabalho e do não-trabalho" (WOLF, 2009, p. 79).

---

31 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

A cena inicial do videoclipe é uma conversa dos garotos para decidirem qual será o destino deles naquele dia (figuras 1 e 2). Ali, os personagens e o ambiente são apresentados com uma edição com cortes secos e ritmada com movimentos da câmera em zoom in e zoom out, dando um ritmo acelerado à narrativa, que Luiza Lusvarghi (2006) chamou de "estilo *MTV*", em que a edição apresenta "cortes rápidos e randômicos e até mesmo uso de zoom simplesmente para 'acelerar' um movimento que se daria normalmente num plano sequência simples" (LUSVARGHI, 2006, p. 2).

Figura 1

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 2

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 3

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 4

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Com a frase de um dos personagens: "hoje é o Gigante quem decide. Qual vai ser da gente, Gigante?", finalmente o garoto mais novo, Gigante (interpretado por Ramon Francisco), decide pelo grupo que o destino será a praia (figura 3). Convencido com os argumentos dos demais (que têm objetivos de olhar carros estacionados em troca de dinheiro ou pedir esmolas para comer algo) o personagem (interpretado por Jonathan Haagensen) que estava sentado no capô de um carro sucumbe à decisão da maioria e se junta ao grupo para ir à praia.

Nessa primeira cena, o que se destaca é a ingenuidade dos garotos, principalmente do personagem Gigante. A música

começa e a câmera acompanha o trajeto dos meninos em direção à praia, que estão descendo o morro e cumprimentando os demais moradores da comunidade (figura 4). Nessa etapa do videoclipe, é usada a montagem paralela, com cenas alternadas entre os garotos, o ambiente da favela e o cenário do comércio que os aguarda (figuras 5 e 6). Segundo Joseph V. Marscelli (2010), a montagem paralela é usada com dois ou mais acontecimentos em uma mesma cena, num padrão alternado. Esse recurso pode ter o propósito de aumentar o interesse do espectador, transmitir conflito, aumentar a tensão e o suspense, fazer comparações ou representar contrastes.

Figura 5

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 6

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 7

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 8

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Ao chegarem à região do comércio, os personagens interagem com os integrantes da banda (figura 7), que estão num bar tomando cerveja, pedem esmolas aos comerciantes do local, são observados pelos transeuntes e por policiais. Um homem que está comprando frango assado e está aborrecido por estar sendo interpelado pelos garotos deixa uma nota de dinheiro cair da carteira (figura 8). Um dos garotos (interpretado por Rubens Sabino) abaixa para pegar o dinheiro e devolver ao dono. Nesse momento, a câmera segue em plano sequência, acompanhando o movimento do garoto

recolhendo a nota (figura 9) e se aproxima mais do rosto dele, fechando em primeiro plano para salientar as boas intenções na feição do adolescente ao entregar a nota ao homem que a deixou cair (figura 10). Antes de concluir a ação, o garoto é imediatamente chutado por policiais, tenta escapar das agressões, mas é imobilizado (figura 11).

Ao mesmo tempo, o grupo que estava com o garoto agredido corre em direções diferentes, Gigante fica perdido no meio da multidão e dois, dos cinco adolescentes, sobem o morro para chamar pessoas da comunidade para ajudar naquela situação. Outros apenas observam sem interferir no que está acontecendo.

Figura 9

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 10

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 11

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 12

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

As pessoas descem o morro, munidas de pedaços de madeira e outros objetos, para tentar impedir que o garoto agredido seja levado pela polícia (figura 12). O garoto (Rubens) é levado para trás de um carro por um policial, jogado no chão e alvejado com um tiro na cabeça e outro no peito (figura 13). Os moradores, ao notarem o que aconteceu, se revoltam, saqueiam o comércio

(figura 14), quebram cadeiras na direção dos policiais, viram carros estacionados, enquanto Gigante continua perdido no meio da confusão (figuras 15 e 16).

Figura 13

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 14

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 15

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 16

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

A montagem paralela alterna entre a percepção de Gigante, o saque dos moradores e os prantos da mãe diante do corpo do filho morto pelo policial. A arma do crime tem um close, mas é possível ver a reação dos moradores e das pessoas que estavam no local no mesmo plano (figura 17). As pessoas revoltadas protestam contra o policial, ateiam fogo em carros (figura 18), chegam mais policiais que contêm os revoltados com tiros para o alto, ameaças com arma, abordagem e detenção de algumas pessoas. A partir desse ponto, a câmera apresenta um movimento que dá a impressão de estar sendo usada por um amador, o que se assemelha a uma reportagem em que o cinegrafista se movimenta bruscamente para não perder nenhum detalhe.

Figura 17

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 18

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

O Corpo de Bombeiros chega para apagar os focos de incêndio e há um conflito entre policiais, moradores e os bombeiros, que usam o jato do caminhão para dispersar as pessoas que estão confrontando. Assim, o videoclipe caminha para o desfecho, com imagens mais lentas e planos mais longos, que mostram os adolescentes presos, pessoas machucadas pelas agressões policiais (figura 19) e a destruição que foi deixada. A música evolui para o final até que o vídeo fica mudo, com um plano geral em *plongê*, que mostra o personagem Gigante ao lado de um carro destruído observando ao redor, ainda com trejeitos inocentes, como se não tivesse compreendido completamente o que aconteceu ali (figura 20).

Figura 19

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

Figura 20

Fonte: Cena do videoclipe *Minha alma*

A proposta inicial do videoclipe era mostrar algo que acontecia com frequência nos morros cariocas, de forma impactante e ao mesmo tempo artística, como abordam Sandriele A. B. Rocha e Adenize Franco, "a temática central do videoclipe é a violência, seja a violência racial, seja a violência social" (ROCHA; FRANCO, 2010, p. 166).

Conforme Rocha e Franco (2010), desde a primeira cena do videoclipe, em que os garotos estão conversando sobre o que farão naquele dia, já identificamos, por meio do senso comum, qual o ambiente em que vivem (favela), qual o grau de instrução e a classe social a que pertencem.

De acordo Jorge da Silva (2010), o que acontece no Rio de Janeiro a respeito das favelas (e do senso comum) é uma constante luta para um apartheid baseado em condições não somente raciais como materiais. Ou seja, sendo morador da favela, se estiver com a "aparência" suspeita será motivo para discriminação e uma abordagem violenta da polícia:

> Na percepção dos moradores das comunidades, quando se trata dos pobres, os policiais costumam agir com desmedido desrespeito, sobretudo quando os signos da pobreza lhes pareçam evidentes (local de moradia, cor da pele, trajes, "aparência"). Em geral, as pessoas das comunidades nutrem pelos policiais um misto de desprezo, ódio e medo. São considerados inimigos como num rap de MV Bill: "Pra ser inimigo, basta ser PM". Em grande parte das favelas, os policiais são chamados de "vermes". Outro dado intrigante: numa situação concreta, se o "suspeito" é negro e o policial também, o medo transforma-se em pavor, o que não significa dizer que o policial branco também não provoque medo (DA SILVA in MELLO; SILVA; FREIRE; SIMÕES, 2012, p. 402).

A elite carioca, segundo Da Silva (2010), aprova esse tipo de atitude policial, pois assim sentem como se a polícia e o Estado estivessem mantendo cada cidadão no devido lugar. O autor cita como exemplo o movimento da classe média carioca em 1994, após imagens de arrastões serem divulgados na mídia, em que "moradores da Zona Sul queriam que os ônibus procedentes dos subúrbios fossem proibidos de ir até lá nos fins de semana, e que a polícia fizesse um "'contra-arrastão' nas praias para delas retirar os 'suspeitos'" (DA SILVA in MELLO; SILVA; FREIRE; SIMÕES, 2012, p. 404). O que se repetiu em setembro de 2015, quando adolescentes com "aparência suspeita" eram abordados por policiais nos ônibus que fazem o trajeto das praias do Rio de Janeiro, conforme matéria publicada no jornal O Dia, em 21 de setembro de 2015[32].

No videoclipe, essa violência consequente da discriminação racial e material fica evidente quando o adolescente (interpretado por Rubens Sabino) abaixa para pegar a nota, é julgado e executado pelos policiais. Marcelo Yuka[33] explica que a atitude dos policiais no videoclipe é sustentada pelo preconceito da sociedade diante de garotos com determinada aparência:

---

32 Notícia sobre arrastões (21/09/2015). Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2015-09-20/arrastoes-marcam-o-fim-de-semana-de-calor-e-praia.html>. Acesso em 09 out. 2015.

33 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

> No *Minha alma* é pressuposto que aqueles garotos, com aquele estereótipo, ao invés de devolver a nota, iriam roubar. Esse pressuposto é mais doentio do que o fato de estarem roubando. Quando a sociedade espera que todo garoto com determinadas características vai fazer o mesmo, ela se torna mais criminosa do que o garoto que faz aquilo (YUKA, 2015).

Segundo Fabiola Nascimento Camilo (2011), a mídia também teria um papel importante na difusão de notícias e informações relacionadas ao estereótipo da favela e do favelado, no que diz respeito à índole dos moradores, a juventude como um problema, as políticas, o combate à criminalidade e ao tráfico de drogas, o estilo de vida e práticas sociais das pessoas que moram no morro. Elisabeth Rondelli explica a tendência da mídia em tratar de assuntos de forma banal e sensacionalista (de acordo com o conceito de *agenda-setting*[34]):

> Neste processo, a mídia, além de enquadrar a violência segundo os seus requisitos e de acordo com as suas necessidades de rotina produtiva, oferece-a à visão, ao conhecimento e ao julgamento de outros sujeitos sociais. Assim, a mídia tem um papel importante em relação a esta produção de sentidos exercida sobre a violência, pois, ao oferecê-la à exibição pública, convoca os demais atores a se pronunciarem e a estabelecerem seus juízos de valor sobre ela e a construírem uma opinião coletiva, certo consenso social que pode levar a manifestações sociais e políticas (RONDELLI, 1998, p. 153).

Dessa forma, até mesmo as opções de lazer são discriminadas do ponto de vista da sociedade fora das comunidades. Dentro das favelas, segundo Fabiola Nascimento Camilo (2011), a principal prática de lazer está ligada ao *Funk* e aos bailes organizados, que, assim como o samba no início do século passado, difundem, através da música e do estilo dos adeptos, manifestações culturais populares relacionadas ao cotidiano da favela. Campos de futebol de várzea e a praia também são outras das poucas opções de lazer para o jovem morador da favela, como é mostrado no filme *Cidade de Deus* (2002). A praia, conforme salientado no longa, é o ambiente onde pessoas de várias classes sociais interagem de forma mais igualitária. Não por acaso, o destino dos adolescentes do videoclipe é a praia.

---

34 Teoria defendida por Donald Shaw na qual pressupõe que a mídia agenda quais assuntos serão discutidos pela sociedade através de determinadas abordagens.

Nesse sentido, o videoclipe *Minha alma* pode ser considerado como uma resposta ao que é veiculado na mídia acerca dos estereótipos de moradores, da conduta e índole de jovens (negros) moradores de comunidades. A predisposição dos garotos em irem à praia olhar carros para poderem comprar comida ou pedir esmolas não os encaixa no padrão de criminosos. Como Celia Cristina Torres (2008) explica que o personagem *Buscapé*, no final da narrativa do *Cidade de Deus*, passa a ser Wilson Rodrigues, o fotógrafo, e isso consolida que "ninguém, enquanto cidadão, tem seu caminho predestinado no crime por causa da raça nem por pertencer a uma comunidade carente" (TORRES, 2008, p. 114).

De acordo com Da Silva (2010), as classes com poder aquisitivo mais elevado acreditam que a solução dos problemas sociais está em manter a periferia isolada no seu devido lugar, impedindo, através da repressão, que bairros nobres sejam frequentados por bandidos e pessoas indesejáveis como menores pedintes ou ambulantes. O videoclipe *Minha alma*, de certo modo, mostra a ação e repressão dos policiais, embasada no senso comum divulgado pela mídia, preestabelecido por classes elitizadas e consequentemente absorvido pelas comunidades.

Para Marcelo Yuka[35], o videoclipe foi importante para divulgar a ideia do artista, expressar as inquietações sociais observadas por ele. Segundo o músico, ele estava usando a mídia, a Indústria Cultural a favor de um discurso que ia além dos estereótipos divulgados nesses meios. Segundo Maria Rita Arêdes Silva (2009), a letra da música afirma que o conteúdo da televisão distrai o receptor, mas também o coage diante da realidade. Marcelo Yuka[36] complementa que "o que estava arriscando, principalmente no *Minha alma*, era que o dinheiro da gravadora estava sendo usado para outra coisa, não para o que ela queria" (YUKA, 2015). Ele diz ainda que o vídeo fez sucesso justamente por estar contrário ao modelo clássico de videoclipe em que o foco é a banda ou artista e não a mensagem que ele deveria passar.

35 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

36 Idem.

Em entrevista, Katia Lund[37] explica que o objetivo do videoclipe era trazer uma narrativa que apresentasse um ponto de vista diferente ao que já era abordado pela mídia a respeito das comunidades:

> Naquele videoclipe, a câmera está do ponto de vista de quem está realmente sofrendo preconceito, aquela violência, vivendo aquela realidade de primeira mão. Não está do ponto de vista da novela, da classe média que vê as pessoas das comunidades somente como motoristas, empregadas, taxistas ou seguranças. Mas, também é uma realidade que é nossa, não é de fato, mas é. Afinal, somos responsáveis por isso também (LUND, 2015).

Guti Fraga[38] conta que o videoclipe, além de despertar um olhar crítico acerca de assuntos relacionados às favelas, deixou um legado na vida dos atores que participaram da produção:

> O Ramon vivia com a mãe e a irmã no alto do Vidigal, na época em que todos os barracos eram de madeira. Quando terminou o videoclipe, eu não lembro como foi a articulação, mas eles transformaram a casa do Ramon em alvenaria. Então, pós-videoclipe tiveram essa solidariedade com o Ramon e todos os caras d'O Rappa foram ver o barraco pronto (FRAGA, 2015).

Guti Fraga relata, ainda, que o videoclipe Minha alma foi o primeiro trabalho artístico dos atores, que em 2002 estariam no filme *Cidade de Deus* dirigido por Fernando Meirelles e Katia Lund. A questão da violência, a escolha de não-atores, cortes secos e estilo de edição também foram usados no filme, que para Marcelo Yuka, são características da diretora Katia Lund e que deixam o filme (e o videoclipe) com uma linguagem quase documental. Em entrevista, Katia Lund explica que o uso de não-atores é uma preferência profissional:

> Não é que eles não são atores, na verdade eles não são da profissão "ator" antes daquele momento. Eles atuam, mas não tem os vícios. Em geral, ele tem uma consciência de estar atuando, de onde está a câmera e o que ele vai projetar. Então, às vezes, dependendo do ator, percebe-se que ele está atuando. Já com um não-ator a sensação é

37 Entrevista concedida por telefone, em 18 de setembro de 2015 (anexa).

38 Entrevista concedida à autora em 28 de agosto de 2015 (anexa).

> que ele não formalizou as coisas. Ele tem uma informação e uma inteligência emocional que vem do universo onde vive. No *Minha alma*, quando a gente começou a gravar, a minha sensação era que eu não conhecia aquele universo tanto quanto aqueles atores, que eu precisava de gente da favela para me ajudar com uma coautoria. Pessoas que têm experiência de uma vida trazem uma bagagem emocional muito diferente (LUND, 2015).

Com a somatória de todos os elementos presentes no videoclipe *Minha alma*, pode-se concluir que a produção cumpriu o papel de ser um meio de transmissão de ideias, que geraram uma discussão acerca de assuntos que precisavam ser abordados. Conforme Katia Lund[39], naquele momento era importante discutir questões como o racismo e a desigualdade socioeconômica sendo considerável usar o videoclipe como um meio de denúncia do que acontecia nas periferias cariocas. Ela acredita, ainda, que atualmente seja importante pautar outros assuntos, como, por exemplo, a discussão dos direitos das empregadas domésticas, abordada no videoclipe do rapper Emicida, *Boa esperança* (2015), também dirigido por Katia Lund.

3.2 O que sobrou de belo

Assim como o videoclipe *Minha alma* (2000), *O que sobrou do céu* (2001) começa sem a música. Com uma paleta de cores em laranja, bege, azul, preto, branco e marrom, as imagens situam o espectador no ambiente de uma família simples, em uma das periferias do Rio de Janeiro (Belford Roxo). A primeira cena do videoclipe é o dono da casa, consertando um aparelho eletrônico, com o som da voz dele dando o depoimento de como é a rotina e o que é felicidade para ele: "A minha felicidade, mesmo, para ser franco com você, é que eu vivo bem, tenho minha esposa, tenho meus filhos, graças a Deus não passam necessidade, e agora que eu vou ter esse, agora, para mim já vai mais uma felicidade, entendeu? Só" (figura 21).

39 Entrevista concedida por telefone, em 18 de setembro de 2015 (anexa).

Figura 21

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Na sequência, focaliza a sombra do Luís levando um mostruário cheio de mercadorias, que faz alusão a uma cruz carregada por ele (figura 22). Um carro passa pelo protagonista, volta em marcha ré e para ao lado dele. Começa um diálogo entre o vendedor e um homem que está dentro do carro. O homem pergunta para onde Luís está indo e ele responde que vai trabalhar. Descem dois homens de dentro do veículo e com agressividade colocam Luís dentro do carro (no banco de trás) deixando a mercadoria do vendedor jogada no chão. O automóvel segue o trajeto em alta velocidade, numa estrada sem pavimento (figura 23).

Figura 22

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 23

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

No quintal da casa do Luís, com uma imagem subjetiva, o sequestrado é retirado do carro e jogado no chão. A vítima vê, contra a luz do sol, os bandidos apresentarem o sequestrado a Luís e darem ordens a respeito dos cuidados que o dono casa terá com o homem que ficará em cativeiro (figura 24). Ambos se entreolham numa cena que alterna entre a subjetiva dos dois (figuras 25 e 26), Luís ajuda o sequestrado a levantar. Quando já estão de pé, o foco da imagem muda para o olhar de desaprovação da mulher do dono da casa, que está grávida, com um bebê no colo e de mãos dadas

com outra criança. É feito um plano geral do quintal, mostrando crianças, um entulho de coisas (típicas de catadores) e a construção simples em forma de edícula.

Figura 24

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 25

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 26

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Dentro da casa, móveis simples e um acabamento precário (figura 27). O sequestrado está sentado em um canto sendo observado por todos, inclusive pelas crianças, que estão paradas na porta (figura 28). O sequestrado passa a observar a rotina da família, desde as brincadeiras das crianças às preces do Luís a São Jorge (figura 29). Todas as constatações do sequestrado são mostradas por meio de câmera subjetiva. As frestas na casa (figuras 30 e 31) deixam entrar constantemente focos de luz e permitem que as pessoas de dentro da casa, inclusive a vítima, vejam o quintal, que tem sempre um guarda armado, a esposa de Luís cuidando dos afazeres domésticos e crianças brincando como se nada de diferente estivesse acontecendo (figura 32).

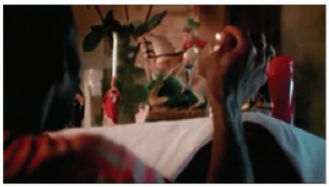
Figura 27

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 28

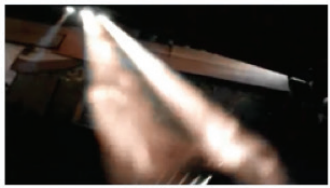
Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 29



Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 30



Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 31

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 32

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

O primeiro ato de generosidade no videoclipe parte de Luís, que tira o sequestrado do chão, o acomoda no sofá, acende um cigarro e os dois fumam como se estivem conversando numa visita informal (figura 33).

Figura 33

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Em um dado momento, todos são acordados pelo som de um helicóptero da polícia procurando pela vítima. Os guardas fogem, e ao perceber o que está acontecendo, Luís corta com um facão as cordas que prendiam o sequestrado e foge correndo pelo mato (figura 35). A princípio, a vítima vai atrás dele (figura 34), mas Luís chega numa estrada, pega um ônibus (figura 36) e se acomoda até que o veículo é parado por carros da polícia. Todos do ônibus descem para passarem pelo reconhecimento do sequestrado, que está junto com os policiais (figura 37). Os dois se entreolham, num jogo de subjetivas (Luís e o sequestrado), um policial joga Luís no chão. A cena do início do videoclipe se repete, agora com os personagens em posições invertidas, em subjetivas alternadas entre Luís e o sequestrado. Luís vê a imagem da vítima (contra o céu azul e a luz do Sol) acenando com a cabeça para os policiais que aquele não é o homem que estão procurando (figuras 38 e 39). Ao passar de carro com a polícia, o sequestrado olha a casa de Luís como se estivesse compadecido por aquela família.

Figura 34

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

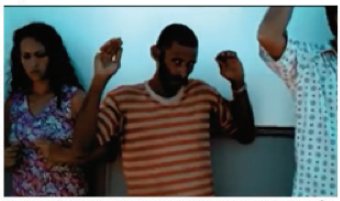
Figura 35

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 36

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 37



Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 38

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 39

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Luís desce do ônibus no mesmo trecho em que foi obrigado a entrar no carro. Ele pega a estrutura de madeira, em forma de cruz, agora sem nenhuma mercadoria, coloca nas costas e segue na estrada de terra (figura 40). A imagem final do videoclipe é feita em *plongê* e evidencia a sombra como se o homem estivesse carregando a própria cruz outra vez (figura 41). A música entra em *fade out*, junto com a imagem.

Figura 40

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

Figura 41

Fonte: Cena do videoclipe *O que sobrou do céu*

O videoclipe o que sobrou do céu não pretendia denunciar ou pôr determinados assuntos em debate. Segundo Marcelo Yuka[40], o propósito do videoclipe era mostrar algo belo em um contexto desfavorável, revelar a generosidade em uma situação que não caberia tal ato. Marcelo Yuka revelou ainda que o roteiro do videoclipe foi influenciado por uma notícia que ele leu no jornal e pelo filme *Leon, o profissional* (1994), dirigido por Luc Besson.

O filme conta a história de um assassino profissional, Leon, que mora no mesmo prédio que a garota Mathilda. A família da garota é morta por traficantes, para quem o pai dela trabalhava, ela pede ajuda a Leon e passa a conviver com ele, que a abriga e a ensina a atirar, enquanto Mathilda o ensina a ler. Para qualquer lugar que os dois precisam se mudar por alguma razão, Leon leva um vaso de planta que ele cuida com muita dedicação. Durante a trama, Leon desenvolve uma afeição fraternal (recíproca) por Mathilda a ponto de destinar o dinheiro de todos os trabalhos feitos como assassino profissional como herança à garota. Marcelo Yuka explica qual a relação do filme com o videoclipe:

> Quando Luc o lançou, um jornalista perguntou a ele porque foi feito um filme tão pesado. Ele respondeu que tinha produzido um filme de amor e que precisava de um terreno inóspito a esse amor para ver como ali ele resiste. Mas apesar de ser um filme violento, é, na verdade, uma história de amor entre um homem analfabeto de meia idade, uma criança e um vaso de planta. Tem filme de amor mais inusitado que esse? Eu precisava criar uma situação adversa, onde sob uma situação difícil, aquela generosidade fosse propor o que sobrou do céu, de vida e de esperança (YUKA, 2015).

Esse terreno inóspito para o videoclipe *O que sobrou do céu* é o ato violento de um sequestro, no qual a boa relação entre sequestrador e vítima não é algo comum. No final da década de 1990, segundo Cesar Caldeira (1997), foi criada uma série de medidas de segurança pública para o combate à violência e aos casos de sequestro que cresciam a cada ano no estado do Rio de Janeiro. A sociedade também pôde ser mais ativa no combate ao crime por meio do Disque Denúncia em 1996.

---

40 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

De acordo com Caldeira (1997), a partir da década de 1980 os casos de sequestro não tinham mais cunho político ou ideológico como na década de 1960, eram apenas com propósito de lucro por meio dos resgates solicitados aos familiares. Ainda conforme o autor, o perfil das vítimas era formado por homens, com faixa etária entre 31 e 40 anos e na maioria empresários. Os sequestradores se encaixavam na faixa etária entre 21 e 30 anos, na maioria homens, sem profissão, em atividades ilícitas ou policiais. As vítimas, em geral, eram sequestradas em bairros nobres e levadas aos cativeiros que ficavam em motéis, favelas ou bairros carentes.

O cenário do videoclipe não foge às estatísticas apresentadas alguns anos antes da gravação de *O que sobrou do céu*. A vítima aparenta ser mais velha, mas se entende, pelas vestimentas, que se trata de um empresário. O ambiente onde ele está sendo mantido refém é em um bairro do município de Belford Roxo, Baixada Fluminense, região mencionada pela imprensa com expressões pejorativas remetendo sempre à violência, conforme expõe Ana L. Enne:

> A Baixada Fluminense foi regularmente caracterizada, na grande imprensa carioca, como um "outro" exótico e perigoso, "terra sem lei", "terra de ninguém", lugar da falta de ação política e policial, um espaço de desmandos, pobreza, insegurança, valas negras, falta de cultura e atraso, dentre algumas das muitas concepções negativizadoras que encontramos no decorrer de nossos levantamentos em pesquisas (ENNE, 2013, p. 9).

O município de Belford Roxo, de acordo com o site oficial da Prefeitura[41], onde foi gravado o videoclipe, era uma fazenda (Fazenda do Brejo) onde eram produzidos açúcar, arroz, feijão, milho e aguardente. Em 1888 houve uma estiagem e o engenheiro Paulo de Frontin e o Inspetor Geral de Obras Públicas Raymundo Teixeira Belford Roxo foram responsáveis por transpor 15 milhões de litros de água para a Corte. Esse fato ficou conhecido como *Milagre das Águas*, e, após a morte do inspetor, o Brejo passou a se chamar Belford Roxo. Entre 1939 e 1990, o território pertencia a Nova Iguaçu, e a partir de 1993 passou a ser independente, tendo como primeiro prefeito

41 Prefeitura de Belford Roxo. Disponível em:
<http://prefeiturabelfordroxo.com.br/site/historico/>. Acesso em: 12 out. 2015.

Jorge Júlio da Costa dos Santos. Em pesquisa realizada em 2003 e publicada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o município tem o quarto maior índice de incidência de pobreza do Estado do Rio de Janeiro (60%).

É nesse cenário, no município com esse histórico, que mora o personagem Luís, que interpretou ele mesmo no videoclipe. Ele cedeu a casa como locação para a produção do videoclipe e por um acaso participou das filmagens, como conta Katia Lund[42]:

> Eu fui procurar locação com a banda, em Belford Roxo, e acabamos achando aquele lixão e o Luís. E eu pirei naquela locação, porque, ele colecionava um monte de coisa do lixo, tinha disco, LP, tudo a ver com arte e música. Era realmente uma casa incrível. Eu tinha chamado um ator para fazer o papel do trabalhador, não ia ser o Luís, mas ele ficava olhando com uma vontade de participar. Porém eu estava meio covarde, eu queria ele, mas tinha o ator que tinha feito o teste. Na véspera, à noite, o ator aprovado disse que não ia. Meu assistente me ligou desesperado e eu pensei: "Ótimo, vou usar o Luís". Decidimos de uma hora para outra, fomos filmar e, de certa forma, ele foi sequestrado por um grupo e obrigado a fazer algo (LUND, 2015).

Na história contada no videoclipe, a sensibilidade dos dois personagens centrais é o que conduz o desfecho em que a vítima absolve Luís da condição de sequestrador, garantindo, assim, a liberdade e a possibilidade de ele poder voltar para casa, cuidar dos filhos e da esposa grávida.

Os elementos do filme *Leon, o profissional* que remetem a essa generosidade proposta no videoclipe são associados à cena em que Leon abre a porta para Mathilda, diante de uma compaixão por ter visto a situação de perigo em que a garota está, com a casa ocupada pelos assassinos da família. Essa cena seria equivalente ao modo como Luís trata a vítima e cuida como se fosse da família, acolhendo e dividindo a mesma comida que a família dele comeria. No decorrer do filme, assim como no videoclipe, a convivência entre os dois protagonistas constrói uma amizade recíproca que será a fonte para o desfecho.

---

42 Entrevista concedida, por telefone, em 18 de setembro de 2015 (anexa).

Tanto o sequestrado como Luís conseguem ver o lado de fora da casa apenas por frestas, que permitem entrar um pouco de luz na casa em alguns momentos do videoclipe. Essa ação faz referência à letra da música e menção ao sentimento de amizade onde não era proposto, conforme interpretação de Maria Rita A. da Silva da terceira estrofe da canção 43:

> A lembrança da realidade que cerca o enunciador provoca uma queimação no estômago, um mal-estar que ele deseja sanar. Uma sensação de azia é uma espécie de incômodo na região estomacal. E pra completar esse quadro disfórico o que ele consegue ver é um pedaço de céu. Uma fresta (SILVA, 2009, p. 35).

Comparando com o filme, a cena em que Leon, em meio a uma situação de caos, coloca Mathilda e a planta no duto de ar para salvá-los, se pode associar com o momento em que Luís, ao ter a casa cercada por policiais e perceber que os bandidos que ficavam de guarda fugiram, antes de se salvar do flagrante, corta as cordas que mantinham o sequestrado preso. Num ato que não se sabe se foi premeditado, a vítima sai da casa de Luís impedindo que o vendedor seja autuado pelo crime de sequestro. No desfecho da narrativa, quando a vítima diz não reconhecer o homem que o manteve em cárcere, se pode associar a devolução de generosidade que Mathilda faz ao fincar a planta na terra e permitir que, fora do vaso, possa enraizar e ramificar.

De acordo com Marcelo Yuka, essa atitude da vítima é o que sobra de esperança no que diz a última estrofe da letra da música[44], analisada por Maria Rita Arêdes Silva (2009), que é como se o céu fosse a representação de felicidade plena e o oferecido a Luís fosse somente a sobra, que ele pode ver através dos muitos obstáculos das circunstâncias (ser obrigado a manter um sequestrado em cárcere na própria casa):

> Se não há escuridão plena, há, no entanto, antissujeitos em forma de obstáculos como "prédios", "mal" e "nuvens da rotina" que ocultam, bloqueiam e impedem

43 O chá pra curar esta azia / Um bom chá pra curar esta azia / Todas as ciências de baixa tecnologia / Todas as cores escondidas nas nuvens da rotina.

44 Pra gente ver / por entre prédios e nós / Pra gente ver / o que sobrou do céu.

> que ele desfrute do céu, da plenitude. No momento, o que ele tem é o resto, "o que sobrou" (SILVA, 2009, p. 35).

Segundo Marcelo Yuka[45] e Katia Lund[46], esse foi o único vídeo em que Luís e o músico Peter participaram. De acordo com Katia Lund, esse videoclipe foi um processo emocional muito marcante para a equipe inteira. Segundo Marcelo Yuka, o objetivo foi cumprido, a escolha de retirar a imagem da banda foi importante para o videoclipe poder transmitir uma mensagem de que "muitas vezes a gente está vivendo num limite, num caos tão grande, ninguém consegue ver mais do que parece óbvio". (YUKA, 2015). Fazendo um comparativo com a conclusão do filme de Luc Besson, o videoclipe, de certa forma, transmitiu a mensagem de que mesmo em uma situação de caos, em um ambiente sugestivo à violência, cercado de estereótipos, é possível ter uma atitude positiva, diferente das expectativas de desfecho para a história.

3.3 *O Salto*

O videoclipe *O salto* (2004), dentre os demais descritos, é o único com localização histórica, pois apresenta elementos do início do governo Collor (entre 1990 e 1992). Foi produzido com a paleta de cores em azul escuro, escalas de cinza, preto, marrom, verde e bege. A primeira cena com efeitos feitos por computador, mostra como uma informação, uma notícia, "passa" pelos cabos até chegar no espectador (figura 42).

Figura 42

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

45 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

46 Entrevista concedida, por telefone, em 18 de setembro de 2015 (anexa).

O receptor é o protagonista da história, apresentado por um plano geral e closes, é um homem simples de aproximadamente 50 anos, que mora em um quarto singelo, no mesmo local de trabalho e cuida de uma criança com idade média de 6 meses. O homem (interpretado por Guti Fraga) está dando mamadeira para o bebê e atento ao discurso do recém-eleito presidente Fernando Collor (figuras 43 e 44).

Figura 43

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 44

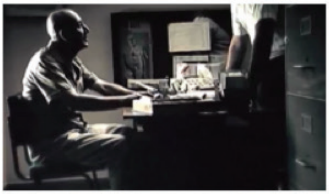
Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

No discurso, Collor reafirma o compromisso com as promessas feitas em campanha, de um país novo que será construído com a ajuda do povo[47].

Na cena seguinte, é mostrado o ambiente de trabalho, um prédio no centro de uma cidade não mencionada no videoclipe. O homem, que exercia função de zelador ou de porteiro de um prédio, é chamado a uma sala reservada, onde, com ângulos alternados em geral, *close* e *insert*, o chefe devolve a carteira de trabalho e comunica-lhe a demissão (figuras 45, 46, 47 e 48). Nesse momento, as imagens ficam mais escuras. Em primeiro plano e plano geral, o amigo de trabalho o ajuda a carregar a mala e o bebê até a calçada do prédio, onde se despedem.

47 "Minhas senhoras, meus senhores, recebo o direito com a honra que só a legitimidade do voto proporciona e assumo o dever, como o desafio de um novo tempo, o desafio de um Brasil novo, que prometi e haveremos juntos de construir. Muito obrigado".

Figura 45



Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 46

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 47

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 48

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Aparentemente sem muitas qualificações profissionais, o personagem vai até um centro de apoio ao trabalhador, procurar uma vaga dentro do perfil profissional, para poder se adequar ao mercado de trabalho e também solicitar o pagamento dos direitos trabalhistas. Nesse posto, assim como ele, existem dezenas de pessoas à procura de emprego aguardando para serem chamadas (figura 49). Nessa cena, são usados os movimentos de câmera em *zoom in*, *zoom out*, feitos *inserts* da carteira de trabalho nas mãos dos trabalhadores, do bilhete com o número da senha para ser atendido e o painel que chama o próximo número (figura 50). Quando o homem é atendido, é usado um plano detalhe na mão do recepcionista que digita alguns dados no computador (figura 51). O *close* no homem denuncia o resultado negativo da ida à procura de emprego (figura 52).

Figura 49

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 50

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 51

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 52

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Ao sair desse local, o homem caminha pelas ruas com o caderno de classificados do jornal nas mãos, procurando emprego no comércio (figura 53). Para essa cena, foram usados recursos de câmera escondida, com movimentos de *zoom* em alguns momentos e close (figura 54). Sem sucesso, ele volta para casa, que agora é um hotel barato (figura 55) em que a recepcionista (interpretada por Mary Scheila) cuida do bebê enquanto o homem procura emprego. Diferente da primeira moradia mostrada no início do videoclipe, o quarto pouco iluminado expressa a situação angustiante do homem (figura 56).

Figura 53

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 54

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 55

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 56

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

No dia seguinte, ele sai novamente à procura de emprego, mas antes toma pinga em um bar. Um plano detalhe do copo de bebida e closes do homem bebendo mostram que a bebida alcoólica assumirá um papel fundamental na trama daqui para frente. Para ilustrar de forma mais fidedigna a realidade, foram usadas câmeras escondidas (figura 57). Isso fica evidente quando há interferência de carros passando nas cenas gravadas. Mais um dia sem encontrar nenhum trabalho, o homem volta e cuida do filho em casa. Segundo Diego Meneghetti (2009), numa cena em *plongê*, a luz fraca que ilumina os dois (homem e bebê) ilustra a falta de esperança que vai tomando o protagonista, a "escuridão e sofrimento" que aos poucos fazem parte da vida dele (figura 58).

Figura 57

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 58

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

No outro dia, sem muitas expectativas, ele sai em busca de trabalho e se embriaga antes de voltar para casa. No bar, o copo se torna o personagem central da cena, sendo retratado em *closes*, *plongê* e *contra plongê* (figuras 59 e 60). Durante a bebedeira no bar, pela segunda vez a televisão aparece como um objeto importante, que agora transmite a então Ministra da Fazenda Zélia Cardoso de Melo fazendo pronunciamento sobre as medidas tomadas para conter a crise econômica (figura 63). O homem já não ouve o pronunciamento com atenção. Uma pichação com os dizeres "O fraco não alcança sua meta" (figura 61) antecede closes (*em zoom in, zoom out*) do homem, que já esboça uma expressão de desespero por não conseguir trabalho para se sustentar e cuidar do filho pequeno (figura 62).

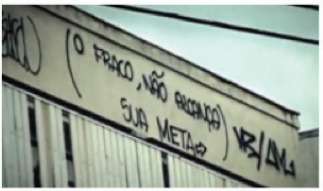
Figura 59

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 60

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 61



Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 62

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Bêbado, o homem chega ao hotel e começa a fazer barulho para pegar o filho com a recepcionista (figura 64). O dono do local (interpretado por Babu Santana) não gosta da conduta e começa uma discussão, expressada em cenas *zoom in, zoom out* e cortes secos, que culminam na expulsão do homem do hotel sob ameaça do dono com uma arma (figura 65). O personagem vai embora com a criança, apenas com a roupa do corpo (figuras 66 e 67).

Figura 63

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 64

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 65

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 66

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 67

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

O homem passa a viver nas ruas com a criança, pedindo nos faróis e buscando comida nas latas de lixo para poder sobreviver (figuras 68 e 69). Nessas cenas, a câmera alterna entre subjetiva e objetiva, sendo as imagens feitas em objetiva com câmeras escondidas para realçar a veracidade da situação em que o personagem se encontrava. Segundo Joseph V. Mascelli (2010), o ângulo objetivo da câmera apresenta a cena ao espectador, que apenas observa. Ao contrário do ângulo subjetivo em que há mais envolvimento do público, pois tem-se a impressão de participar do que acontece no vídeo.

Figura 68

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 69

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

No auge do desespero, o homem está assistindo a mais um discurso de Fernando Collor através de uma vitrine de lojas de conserto de eletrônicos (figura 70). Nessa cena, é usado close na imagem do presidente se pronunciando na televisão e do homem assistindo com *super close* no olhar desiludido (figura 71). Pensativo sobre a situação em que está, deixa cair uma garrafa no chão (retratada em câmera lenta e plano detalhe) (figuras 72 e 73), nesse momento decide cometer suicídio. As imagens do que está acontecendo ao redor são congeladas e ele e o bebê são os únicos a se movimentarem no vídeo. Decidido, o homem corre com o bebê no colo (que está chorando). Com planos que alternam entre geral, *plongê, contra plongê*, *close* e plano detalhe o homem sobe no alto de um prédio (aparentemente no mesmo no qual trabalhava) e se joga (figuras 74, 75 e 76).

Figura 70

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 71

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 72

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 73

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 74

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 75

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 76

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

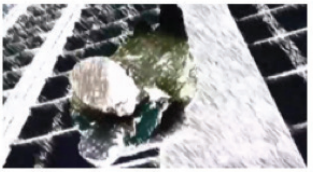
Figura 77

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 78

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 79



Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

No momento da queda é feito um *plano detalhe* dos pés do homem na beirada do prédio, e assim que ele se joga (figuras 77), os personagens se transformam em animação (figuras 78 e 79). Quando os corpos chegam ao chão, é feito um efeito de bomba atômica (figura 80) e tudo ao redor volta ao ritmo normal. Apenas os televisores que estavam transmitindo o discurso de Fernando Collor entram em estática.

Figura 80

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Curiosos observam chocados os corpos, enquanto alguém carrega um plástico preto para cobri-los (figuras 81 e 82). A última cena é feita com ângulo subjetivo em *contra plongê* do protagonista sendo coberto pelo saco preto (figura 83), a tela fica escura, ainda com efeito de chuvisco e o vídeo termina com uma frase de Waly Salomão em *off*, recitada pelo próprio poeta. O videoclipe O salto, dentre os escolhidos para esse estudo, é o único em que a banda performa, com imagens intercaladas com a narrativa do videoclipe.

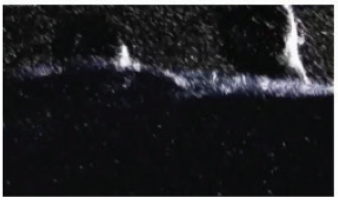
Figura 81

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 82

Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Figura 83



Fonte: Cena do videoclipe *O salto*

Com a inserção da frase de Waly Salomão (a memória é uma ilha de edição, câmara de ecos), o videoclipe explora, segundo Meneghetti (2009), o preceito de que a memória do brasileiro seleciona, como numa ilha de edição, aquilo que ficará armazenado ou será descartado. O fato de Collor ter sido eleito senador em 2006, depois de ter tido uma passagem conturbada pela presidência da república, é uma prova de que a memória do povo brasileiro reproduz (momentaneamente) aquilo que interessa à mídia.

Fernando Collor de Melo foi o primeiro presidente eleito diretamente após o regime militar, que iniciou em 1964 e perdurou até 1985. De acordo com Rodrigo Carvalho (2012), o movimento pelas *Diretas Já* em 1984 foi fundamental para a aprovação das eleições diretas em 1985, mesmo com a derrota da emenda *Dante de*

Oliveira na câmara em 1984. O pleito que deveria acontecer em 1988 foi adiado por uma manobra política que prorrogou (por um ano) o mandato do então presidente José Sarney.

Segundo Carvalho (2012), os principais motivos que levaram à vitória de Fernando Collor nas eleições de 1989 foram as matérias jornalísticas publicadas em 1987, que tornariam Collor conhecido no país todo como um político jovial e honesto, o medo da sociedade em ter um líder esquerdista governando o Brasil (Lula e Brizola foram os principais oponentes de Fernando Collor em 1989) e principalmente o apoio da mídia. Antes das eleições, Fernando Collor foi personagem do programa *Globo Repórter* da *TV Globo*, no qual foram apresentadas as dificuldades de receita administrativa que governadores recém-eleitos enfrentavam, no que dizia respeito aos cargos públicos ocupados por parentes e amigos dos antecessores. "Collor apareceu no programa da Globo como um jovem governador que luta contra o desperdício de dinheiro público, um político moralizador, capaz de enfrentar os interesses particulares em favor do bem público" (CARVALHO, 2012, p. 36).

A revista *Veja*, o jornal *O Estado de São Paulo* (*Estadão*) e as *Organizações Globo* foram os principais veículos de comunicação que apoiaram o candidato antes e durante a campanha das eleições de 1989. Conforme Carvalho (2012), além de edições tendenciosas dos debates entre Fernando Collor e Lula, a *Rede Globo* usou os programas jornalísticos da emissora a favor de Collor:

> Os meios de comunicação, a partir de seus proprietários, também não mediram esforços em reforçar o candidato das elites. A cobertura jornalística foi desequilibrada, cabendo à Globo o papel mais escancarado de apoio a Collor. Na edição do último debate dos candidatos, na antevéspera da eleição, a emissora transformou o Jornal Nacional em um verdadeiro panfleto pró Collor (CARVALHO, 2012, p. 61).

Além de usar a mídia a favor da própria imagem, Collor utilizou os meios de comunicação para tentar derrubar o principal oponente (Lula) com acusações pessoais e de que, se eleito, o petista confiscaria a poupança dos brasileiros. Segundo Antônio Hohlfeldt

(1997), a mídia influencia a percepção do receptor em médio e longo prazo, introduzindo, aos poucos, matérias sobre o assunto abordado e com um recorte tendencioso à opinião do meio responsável pela transmissão. Como não se pode acompanhar pessoalmente todas as situações noticiadas pela mídia, os fatos chegam através de notícias com enfoques preestabelecidos. Ainda segundo o autor, a abordagem dada pela mídia sobre assuntos relacionados à conduta do candidato à presidência, Fernando Collor, foi uma clara evidência de agenda setting, principalmente no meio impresso que no decorrer da campanha influenciou também a agenda da mídia televisa.

Essa crítica à influência da mídia está no videoclipe O salto com a presença do aparelho de televisão com imagens do então presidente Fernando Collor e a Ministra Zélia Cardoso. De acordo com Meneghetti (2009), o aparelho está em três importantes momentos da narrativa: no início, quando a vida do personagem está estável; no bar, pouco antes de ele ir morar na rua, e no final do videoclipe, quando o homem se decide pelo suicídio.

A primeira cena do videoclipe, que mostra o homem assistindo ao discurso de posse de Fernando Collor, ilustra exatamente a esperança depositada no recém-empossado de que, conforme Eliane Lopes da Silva e Lucia Cortes da Costa (2005), com as medidas econômicas adotadas, o Brasil controlaria a inflação e voltaria a se desenvolver como nas décadas anteriores. Fernando Collor implantou uma série de medidas neoliberais[48] para contenção de despesas e, em consequência, alcançar o superávit primário[49] do governo.

---

48 De acordo com Marcio Porchmann (2001), o Neoliberalismo consiste principalmente na exclusão do papel do Estado na sustentabilidade econômica do país. De acordo com as ideias neoliberais, o esvaziamento do papel do Estado em políticas sociais levaria o Brasil a um maior crescimento econômico. Assim como a diminuição de direitos trabalhistas e abertura comercial para entrada de produtos estrangeiros, que baratearia os custos e incentivaria a modernização da linha de produção das empresas nacionais. Eximir a responsabilidade do Estado também consistia em privatizar empresas estatais. Segundo o autor, essas medidas no Brasil tomaram direção contrária ao esperado, levando o país a uma crise econômica, ao fechamento de empresas que não conseguiram concorrer com preço de produtos importados e, por consequência (também das privatizações), o aumento do desemprego e de trabalhos informais que não acrescentam na receita do governo.

49 Superávit primário, de acordo com o site do Senado, é o saldo positivo das contas do governo. Ou seja, houve arrecadação maior que os gastos e indica também a capacidade do governo de administrar as contas públicas. Nesse cálculo não são acrescentados os juros. O oposto de superávit primário é o déficit, quando as contas a pagar são superiores à arrecadação.

Segundo Carvalho (2012), as principais medidas foram a substituição da moeda pelo Cruzeiro, a limitação de movimentação de investimentos em poupança, com resgates limitados a Cr$50.000,00 (equivalente à U$1.200,00); aumento de impostos, a fim de arrecadação para aumento de receita; privatizações de estatais, que culminaram no aumento do desemprego de funcionários públicos; maior flexibilização para entrada de produtos importados gerando uma concorrência desleal com a indústria brasileira e, consequentemente, aumentando o desemprego nos setores industriais e o congelamento de salários e preços, como argumenta Marcio Porchmann (2001). A princípio, com as medidas adotadas pelo governo a inflação foi contida. No entanto, conforme relata Carvalho (2012), a restrição de liquidez levou o país a uma situação de recessão, demonstrada pela queda do PIB (Produto Interno Bruto) refletindo na diminuição da renda da população e aumento do desemprego, conforme complementam Eliane Lopes da Silva e Lucia Cortes da Costa:

> A crença de que o esvaziamento do papel do Estado levaria o país ao crescimento econômico sustentado, com a elevação no número de ocupação e a defesa da ideia de que diminuindo os gastos públicos e com privatização de empresas estatais poderia levar à expansão econômica, foram as justificativas dadas para legitimar as ações do governo brasileiro nesse período. Contudo, o que tivemos foi a redução da atividade econômica nacional e a elevação do quadro de desemprego aberto (SILVA; COSTA, 2005, p. 16).

Segundo Porchmann (2001), o alto índice de desemprego na década de 1990, ocasionado pelas medidas neoliberais e o precário crescimento econômico, influenciou na exigência cada vez maior das empresas, no que diz respeito ao nível de escolaridade dos candidatos às poucas vagas disponíveis, havendo inclusive substituições de trabalhadores com baixo nível de escolaridade por outros com nível mais elevado. É nesse cenário econômico desfavorável que o personagem do videoclipe está, e diante disso é possível compreender a dificuldade para ele se realocar no mercado de trabalho. O homem, já com idade aparentemente elevada, que parece ter um baixo grau de instrução, esbarra nas dificuldades pessoais e macroeconômicas da época.

A reação do personagem diante da falta de emprego não é incomum. De acordo com Fernando Filipe Paulos Vieira (2014), o desemprego traz consequências para o bem-estar psicológico do desempregado, como por exemplo, depressão, distúrbios mentais leves, baixa autoestima, insatisfação com a vida e perda gradativa de otimismo. Para evidenciar a situação psicológica do personagem, de forma fidedigna, a produção do videoclipe optou em gravar as cenas com câmeras escondidas, nos momentos em que o ator Guti Fraga recebe inúmeras respostas negativas durante a procura de emprego e no período em que o personagem vai morar na rua com o bebê. De acordo com o ator[50], a narrativa do videoclipe relata a impotência humana diante de situações da vida em que não se tem controle. Para ele, o videoclipe foi feito porque na época do período Collor, e nos dias atuais, existem inúmeras pessoas na mesma situação de impotência, mesmo com histórias diferentes. Diego Meneghetti comenta sobre as consequências do período Collor:

> A brutalidade com que o plano Collor foi imposto na sociedade deixou sequelas que são lembradas no vídeo e jogadas na cara do espectador brasileiro que, conhecidamente, tem memória curta e releva principalmente os problemas sociais a que é exposto (MENEGHETTI, 2009, p. 28).

As imagens do videoclipe ilustram o declínio emocional do protagonista através de expressões e ações, como o momento em que ele senta na rua, desolado por não conseguir emprego, combinado com a imagem de pichação com os dizeres: "o fraco não alcança sua meta". A partir dessa mensagem, compreende-se a situação descrita por Vieira (2014), de baixa autoestima e pessimismo, vivida pelo personagem na condição de desempregado. Dessa forma, os *frames* que demonstram essa reação do homem à procura de emprego justificam as ações de bebedeira e até mesmo o suicídio.

Além do desinteresse pela vida, o desânimo e a descrença do personagem, expressados na cena em que ele está assistindo a mais um discurso de Collor na televisão, há a impressão de que, independente do que o presidente diga ou justifique sobre a situação do país, consequência das medidas econômicas tomadas pelo

50 Entrevista concedida à autora em 28 de agosto de 2015 (anexa).

governo, o homem já sabe em que resulta para as classes menos favorecidas, pois a mensagem da mídia não o persuade mais como na primeira cena em que ele acredita no discurso de um país melhor. Dadas as circunstâncias, para o personagem não interessa mais que o presidente prometa devolver as economias da população com correção monetária, pois o homem não acredita que isso mudará ou melhorará a condição particular na qual ele se encontra. Não é mais uma questão econômica, e sim de perda de dignidade.

De acordo com Naiara Longhi (2005), o sensacionalismo é uma forma de espetacularizar uma notícia, que pode ser confundido com o jornalismo popular, que visa noticiar fatos do cotidiano no público, que são excluídos das chamadas mídias de elite. Segundo a autora, manchetes sensacionalistas são feitas para chamar a atenção do leitor, com temas predominantemente acerca de sexo e violência. Essa espetacularização da notícia é um recurso de *marketing* para o veículo de comunicação. "Dessa forma, tende-se a enquadrar o sensacionalismo como prática regida pelas leis do espetáculo, cuja especificidade é apenas possibilitar uma maior vendagem" (LONGHI, 2005, p. 4).

O videoclipe, assim como a letra da música, faz uma crítica à mídia de massa, as consequências que podem acarretar o que a mídia transmite tendenciosamente, o poder de construir a imagem, eleger um presidente e também de retirá-lo do poder[51], bem como explorar tragédias para sustentar notícias sensacionalistas com fins lucrativos. A estrofe da música que se assemelha a um

51 De acordo com Carvalho (2012), o governo Collor entrou em declínio após denúncias de corrupção envolvendo o tesoureiro da campanha de Fernando Collor, Paulo Cesar Farias. As denúncias feitas pelo irmão do presidente, Pedro Collor de Mello, foram exploradas principalmente pelas revistas semanais Veja e IstoÉ, as mesmas que apoiaram Collor durante a campanha para presidente. A Rede Globo no início se absteve da cobertura, mas com a pressão popular e para não perder audiência para as outras emissoras, mudou a postura e acompanhou o processo político, mas sem dar muita ênfase na cobertura das notícias. Com inúmeros protestos de estudantes e pressão da imprensa, a câmara dos deputados votou pelo afastamento temporário de Fernando Collor e, antes do impeachment ser votado pelo senado, o presidente renunciou para não perder os direitos políticos. De acordo com Carvalho (2012), Collor foi absolvido pelo Supremo Tribunal Federal das acusações de irresponsabilidade, que recebeu na época do impeachment; em 2002 concorreu ao cargo de governador de Alagoas; e 2006 foi eleito senador e, de acordo com o site oficial do Senado, foi reeleito em 2014 e exercerá o mandato de senador até 2023.

testamento[52] se correlaciona com os acontecimentos da narrativa do videoclipe que culminam na morte trágica do personagem, que será certamente explorada pela imprensa para vender jornal e ganhar audiência nos programas sensacionalistas.

52 Aos jornais / Eu deixo meu sangue /Como capital/ E às famílias/ Um punhal/ à corte eu deixo um sinal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O formato de videoclipe, conforme visto ao longo desta monografia, teve influência no cinema, no que diz respeito à união de imagem e trilha sonora, tanto no cenário internacional como no nacional. A semelhança de técnicas cinematográficas na produção do videoclipe, fez com que o formato televisivo atraísse cada vez mais diretores e produtores de cinema, dando ao produto final (antes feito apenas para publicidade de um artista e de uma música) liberdade para ser um modo de propaganda, de transmissão de uma ideia e despertar discussões acerca de assuntos específicos defendidos pelo artista ou banda.

Dessa forma, o processo de pesquisa deste trabalho teve o objetivo de expor como o videoclipe narrativo pode ser usado como instrumento de divulgação de uma ideia, utilizando-se de elementos presentes na sociedade, como desigualdade socioeconômica, violência policial, preconceitos e racismo. Para isso, foram feitas análises do conteúdo de três videoclipes da banda *O Rappa*; *Minha alma* (2000), *O que sobrou do céu* (2001) e *O salto* (2004).

Para poder abordar os temas dos videoclipes, foram usadas referências para o contexto histórico e dos ambientes nos quais as narrativas se passam. Foi feito ainda um levantamento sobre a história do videoclipe, a importância do canal *MTV Brasil* para o desenvolvimento do formato e a trajetória da banda *O Rappa*. O desenvolvimento desses temas no decorrer dos capítulos foi de suma importância para a compreensão do que é o videoclipe para uma banda, como esse formato pode ser usado e qual a conexão da narrativa com as letras das músicas, assim como a coerência dos assuntos abordados com a realidade das comunidades, com o estilo da banda, com o discurso, ideologia e envolvimento em projetos socioculturais dos integrantes d'*O Rappa*.

Assim como no exterior, os artistas brasileiros, no início, produziam o videoclipe com intuito de divulgar o próprio trabalho sem pretensões ideológicas. Os primeiros videoclipes produzidos no Brasil foram feitos para o programa *Fantástico* da *Rede Globo* e neles se observa somente a performance do artista que utiliza do artifício da imagem para vender uma canção. Ou seja, se enquadra no conceito de publicidade definido por Gilmar Santos (2005) e, dessa forma, o videoclipe seria encarado somente como um anúncio do artista. Nesse momento da história do videoclipe, ainda existiam limitações de recursos tecnológicos da época para a produção e edição do material que iria ao ar. Além de todos os videoclipes terem um padrão definido pela emissora, que destinava os diretores de telenovela para produzirem os vídeos que seriam exibidos no *Fantástico*, exclusivamente.

A evolução do videoclipe começou a acontecer com a chegada da *MTV Brasil*, que trouxe um formato, já experimentado nos Estados unidos, de uma televisão despojada, irreverente, baseada exclusivamente no videoclipe e no universo musical. O formato da *MTV Brasil* teve como precedente os trabalhos em vídeo que já vinham sendo feitos pelas produtoras independentes, *TVDO* e *Olhar Eletrônico*, que ao longo das produções ousaram na linguagem, fizeram experimentos audiovisuais e lançaram diretores e produtores audiovisuais.

A *MTV Brasil* estreou em 1990, num momento em que o governo cortava subsídios para a produção cinematográfica brasileira. Assim, os cineastas encontram no videoclipe uma forma de se manterem no mercado audiovisual e não ficarem desatualizados das tendências, técnicas e equipamentos lançados para a produção cinematográfica. Dessa forma, a produção de videoclipes brasileiros investiu no cuidado com um padrão estético, técnicas de movimento de câmera, ângulos, paleta de cores, cenografia, seleção de atores, roteiro e edição.

A *MTV Brasil* tinha um público com uma faixa etária ampla e foi o primeiro canal segmentado da TV aberta brasileira. Isso dava liberdade para uma atitude experimental do canal, que além de transmitir videoclipes e assuntos relacionados à música também

produzia programas com conteúdo que despertava a opinião do público (jovem) sobre temas recorrentes na sociedade, como política social, racismo, intolerância de gênero, prevenção à AIDS, etc.

Então, os videoclipes d'*O Rappa*, principalmente o *Minha alma*, fizeram parte da programação da *MTV Brasil* diariamente na época de seu lançamento. Minha alma foi o segundo videoclipe mais premiado da história do *VMB* (*Video Music Brasil*), importante prêmio da *MTV*, com prêmios nas categorias: *melhor edição, melhor fotografia, melhor direção, melhor videoclipe de Rock, escolha da audiência e videoclipe do ano*. Sendo a *MTV* o veículo mais importante para a veiculação dos videoclipes no Brasil, referência de padrão de qualidade no formato e incentivo para produções cada vez melhores. Sem o canal, talvez não seriam possíveis o sucesso e a repercussão dos videoclipes d'*O Rappa*, do rapper MV Bill e do grupo *Racionais MCs* que também abordam temas como violência policial e desigualdades sociais.

No entanto, após a saída da *MTV Brasil* do canal aberto, a internet se tornou um importante meio de divulgação dos artistas (principalmente de ideias) através dos videoclipes. Um exemplo recente é o videoclipe do rapper Emicida, *Boa esperança* (2015), dirigido por Katia Lund, que aborda questões de preconceito racial e os direitos das empregadas domésticas. Ou seja, a exemplo de *Minha alma*, tanto o artista como a diretora podem expressar através do videoclipe algo em que acreditam que deve ser discutido. Nesse sentido, o formato se torna um meio popular de chegar até o público e de poder transmitir uma mensagem, conforme especifica Santos (2005), fazendo propaganda de uma ideologia, de algo que os autores julgam imprescindível ser debatido.

O videoclipe *Minha alma* serviu de base para um dos filmes brasileiros indicados ao Oscar, *Cidade de Deus* (2002), dirigido por Fernando Meirelles, codirigido por Katia Lund e baseado na obra homônima de Paulo Lins. A linguagem estética e o uso de não-atores (característica presente em diversos trabalhos da diretora Katia Lund) foram levados do videoclipe para a produção do filme, fazendo o caminho inverso de referência e tornando o formato de videoclipe algo além de um produto para promoção de um artista ou banda.

Apesar da maioria dos videoclipes serem performáticos, existem variados exemplos de videoclipes narrativos que transmitem um modo de pensar do artista e imprimem também características dos diretores. No Brasil, os videoclipes de *Rap* e da banda *O Rappa* são os que mais abordam temas urbanos, um reflexo das letras das músicas que procuram expor a realidade de violência policial, racismo, preconceito e desigualdades socioeconômicas e socioculturais das comunidades carentes e periferias. Essas narrativas se destacam justamente por não se enquadrarem nos clichês de produções que se restringem a vender uma música e divulgar um artista ou banda.

Para melhor compreensão e análise dos videoclipes *Minha alma*, *O que sobrou do céu* e *O salto*, nos quais os temas abordados apresentam um cenário de periferias, foram usados textos, títulos e vídeos que discorrem acerca de assuntos de desigualdade social. Assim, foi possível compreender a necessidade de produzir um videoclipe que denuncia fatos recorrentes nas favelas do Rio de Janeiro e identificar as críticas d'*O Rappa* em relação à influência da mídia na formação da opinião pública sobre determinados assuntos. A conversa com Marcelo Yuka[53] também foi uma fonte importante para essa dissertação no que diz respeito aos ideais que ele propôs transmitir através dos videoclipes (*Minha alma* e *O que sobrou do céu*).

Apesar de entrevistas contraditórias publicadas na imprensa, se pode dizer que *O Rappa* continua produzindo músicas com intuito de despertar o senso crítico em quem acompanha o trabalho da banda, tais como *Fronteira* (*D.U.C.A*) e *Cruz de tecido*. No entanto, não se pode negar que a saída de Marcelo Yuka alterou a intensidade de como determinados assuntos são abordados e de como os videoclipes são usados pela banda.

Marcelo Yuka, enquanto esteve n'*O Rappa*, se esforçou para que nos videoclipes tivesse cada vez menos a imagem da banda. Pois, segundo o músico[54], o videoclipe poderia ser usado como um instrumento a mais de expressão e deveria ser mais importante que a aparição dos integrantes d'*O Rappa*. Depois da saída de Marcelo

53 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

54 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

Yuka, O Rappa lançou apenas dois videoclipes nos quais a banda não aparece: a animação em *stop motion*, *Súplica cearense* (2008) (uma versão da música de Luiz Gonzaga) e *Monstro invisível* (2012), produzido pelo núcleo audiovisual do *Nós do Morro*.

Além de aspectos da realidade social das periferias e comunidades carentes, a presente pesquisa abordou técnicas de produção e edição dos videoclipes, importantes para estudos do curso de *RTVI* (Rádio, TV e Internet). Como ângulos de câmera e estilos de edição podem transmitir por si só uma emoção particular. Segundo Walter Murch (2004), os critérios para a edição e o corte no momento correto definem o que o autor do vídeo quer que o público sinta ao assistir.

No entanto, o processo de produção e transmissão de emoção não se dá somente com uso de técnicas audiovisuais. A escolha de não-atores e a predisposição de diretores na abordagem de certos assuntos interferiram no produto final. Para o videoclipe propagar uma mensagem depende também da carga emocional trazida para a cena pelo ator e o repertório do diretor, como, por exemplo, nos videoclipes usados como objetos de estudo (*Minha alma, O que sobrou do céu* e *O salto*) em que os atores (e não-atores) trouxeram para cena experiências vivenciadas por eles no cotidiano e, por isso, puderam transmitir essa carga emocional através do vídeo.

Assim sendo, se procurou confirmar que a banda *O Rappa*, por ter mensagens contestadoras nas letras das músicas, tende a transferir esse engajamento para os videoclipes usando esse formato audiovisual para manifestar a opinião da banda a respeito de assuntos que julgam necessário serem discutidos na sociedade. Apesar de negarem ser uma banda de protesto, *O Rappa* ainda utiliza o videoclipe para dizer algo além da simples publicidade de uma música ou de um álbum. A exemplo disso, o *Minha alma*, que explicita a violência policial desmedida nas favelas cariocas e o preconceito da sociedade diante de estereótipos dos moradores dos morros e *O Salto*, que apresenta uma crítica à influência da mídia, aos modelos econômicos que mazelaram os trabalhadores na década de 1990 e ao sensacionalismo praticado pela imprensa diante de tragédias.

Os videoclipes foram escolhidos com base no significado presente na narrativa de cada um, por trazer à tona assuntos importantes que estão em pauta na sociedade e por terem recebido reconhecimento técnico, pois os três videoclipes foram premiados pelo *VMB* da *MTV Brasil*, o que demonstra a boa qualidade das produções.

Como visto no capítulo III, cada videoclipe procura expor, de uma forma quase documental, diversas histórias baseadas em situações que poderiam ser reais. *Minha alma* mostra a abordagem violenta de policiais e reflete como a sociedade enxerga com preconceito moradores de favelas. *O que sobrou do céu*, apesar de ser gravado em uma comunidade carente e ter o enredo baseado em um sequestro, pretendia mostrar que nem todo mundo que mora em comunidades pouco abastadas é necessariamente bandido. Prova também que pode haver generosidade e atos de humanidade em situações adversas. *O salto*, com um desfecho tão trágico quanto Minha alma, mostra o cúmulo do desespero a que um homem pode chegar quando não consegue encontrar uma alternativa para prover o básico de sustento para ele e o filho. O quanto a tragédia, muitas vezes causada indiretamente pela mídia, favorece os meios de comunicação sensacionalistas com a espetacularização de calamidades particulares.

Esses aspectos discutidos nos videoclipes são peculiaridades das produções audiovisuais d'*O Rappa*. Essa linguagem mais realista presente nos videoclipes tornou-se característica dos vídeos da banda, pois correlacionam com as letras das músicas e com atitudes da banda fora do palco, ao menos na época das gravações do *Minha Alma* e *O que sobrou do céu*.

Segundo Katia Lund[55] e Marcelo Yuka[56], existia preocupação em passar uma mensagem nos videoclipes. Era necessário discutir determinados assuntos que aconteciam nas favelas cariocas e que não eram enfatizados pela mídia de elite. Era necessário produzir algo que contrastasse os padrões dos videoclipes brasileiros da época e propagar mais que uma música e imagens da banda, transmitir valores nos quais os artistas envolvidos acreditavam.

---

55 Entrevista concedida à autora, por telefone, em 18 de setembro de 2015 (anexa).

56 Entrevista concedida à autora em 29 de agosto de 2015 (anexa).

Pode-se concluir que os videoclipes em questão cumpriram o papel designado a eles de retratar a realidade, de levantar questionamentos por meio de uma produção audiovisual, que tem como função principal fazer publicidade de um artista. Pois quando pensou nos roteiros, Marcelo Yuka tinha o intuito de expressar sua ideologia, o ponto de vista, de modo artístico e tornar a obra em si mais importante que a imagem da banda.

Portanto, com a amostragem desses três videoclipes, se pretende contribuir para a pesquisa desse formato audiovisual que, ao longo de sua história, demonstrou ser uma peça importante para a divulgação do artista e suas ideias, inclusive através de formas peculiares de direção e edição. Por meio de levantamento feito ao longo da pesquisa, foi possível constatar a influência do envolvimento da banda *O Rappa* em projetos sociais, que reflete nas letras das músicas e consequentemente nos videoclipes. Sem deixar de reconhecer a colaboração do músico e compositor Marcelo Yuka na roteirização dos videoclipes *Minha Alma* e *O que sobrou do céu* e como as imagens puderam refletir as vivências dele nas comunidades, expressadas também nas letras das músicas. Ressaltando ainda as características dos diretores e roteiristas que puderam, por meio dos videoclipes, chamar atenção para temas pertinentes à sociedade e produzir uma peça relevante para o ramo audiovisual em diversos sentidos.

Os videoclipes da banda *O Rappa* tratados nesse trabalho, produzidos entre 2000 e 2004, têm como temática uma abordagem contestadora, evidenciando situações inspiradas em eventos recorrentes em favelas e periferias do Rio de Janeiro, tais como desigualdade socioeconômica, violência e coação de moradores pelo crime organizado. Dessa forma, pode se considerar que o videoclipe pode ser um recurso para mostrar a realidade e despertar o senso crítico no receptor, sendo uma forma de propaganda e publicidade da canção, da banda e do artista. O videoclipe pode ser ainda um recurso para expor artisticamente indignações sobre injustiças sociais e uma maneira do artista mostrar para a sociedade as próprias vivências. Dessa forma, expor ao público outra realidade, presenciada principalmente em comunidades carentes.

O videoclipe, especialmente narrativo, permite propagar ideologias e também compõe a identidade do trabalho do artista e, por isso, não deixa de cumprir o papel de divulgar a música. No caso d'*O Rappa*, pode-se comprovar que as preocupações e envolvimento com projetos sociais refletiram nos videoclipes da banda, particularmente na fase em que o músico e letrista Marcelo Yuka esteve nela, evidenciando a importância do ex-baterista para a identidade musical e o engajamento d'*O Rappa.*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRE, Ricardo. Cheguei bem a tempo de ver o palco desabar – 50 causos e memórias do rock brasileiro (1993-2008). Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.

ALVES, Vida. Tv Tupi: uma linda história de amor. São Paulo: Imprensa Oficial, 2008.

AUMONT, Jacques. A estética do filme. 2ª ed. São Paulo: Papirus, 2002.

BAHIANA, Ana Maria. Nada será como antes – MPB anos 70 – 30 anos depois. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2006.

BARCELLOS, Caco. Abusado – O dono do Morro Dona Marta. 20ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

BENTES, Ivana. Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo: estética e cosmética da fome. Revista Alceu: Comunicação, cultura e política. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?from _info_index=25&infoid=282&sid=27>. Acesso em: 02 ago. 2015.

BOAL, Augusto. 200 exercícios e jogos para o ator e não-ator com vontade de dizer algo através do teatro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. O que é o método Paulo Freire. São Paulo: Brasiliense, 1981.

BRYAN, Guilherme. A autoria no videoclipe brasileiro: estudo da obra de Roberto Berliner, Oscar Alves e Mauricio Eça. 2011. 369 p. Tese (Doutorado em Audiovisual). Escola de Comunicação e Artes da USP. São Paulo.

_____. Os videoclipes do Fantástico In: GT 6- História da Mídia Audiovisual e Visual do II Encontro Nordeste de História da Mídia, 2012, Teresina.

CALDEIRA, Cesar. Segurança pública e sequestros no Rio de Janeiro 1995-1996. 1997. 38 p. Artigo. USP. São Paulo.

CAMILO, Fabíola Nascimento. As práticas de lazer em uma favela carioca: Da essencialização ao compartilhamento de práticas sociais sob a perspectiva da distinção social e espacial entre jovens na cidade. In: XI Congresso Luso Afro- Brasileiro de Ciências Sociais, 2011, Salvador.

COELHO, Cláudio N. P. A Tropicália – Cultura e política nos anos 60. 1988. 18 p. Artigo. USP. São Paulo.

CONTER, Marcelo Bergamin; Kilpp, Suzana. Videoclipe - da canção popular à imagem- música. 2007. 14 p. Artigo. UNISINOS. São Paulo.

COUTINHO, Marina Henriques. O uso da abordagem dialógica do teatro em comunidades na experiência do grupo Nós do Morro, da favela do Vidigal, no Rio de Janeiro. Revista Interações: Cultura e comunidade, Belo Horizonte. Disponível em: <http://200.229.32.55/index.php/interacoes/article/view/6755>. Acesso em: 25 ago. 2015.

CARRASCO, Ney. Trilha Musical – Música e Articulação Fílmica. 1993. 133 p. Dissertação. USP. São Paulo.

CARVALHO, Claudiane. Sinestesia, ritmo e narratividade: Interação entre música e imagem no videoclipe. 2008. 14 p. Artigo. UFPE. Recife.

CARVALHO, Claudiane de Oliveira. Narratividade em videoclipe – a articulação entre música e imagem. In: NP 15 – V encontro dos núcleos de pesquisa do XXVIII Congresso de Ciência da Comunicação, 2011, Salvador.

CARVALHO, Rodrigo de. A era Collor – da eleição ao impeachment. São Paulo: Fundação Maurício Gabrois – Anita Garibaldi, 2012.

DANCYNGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo; história, teoria e prática. 3ª ed. Rio de Janeiro, Elzevier, 2003.

ENNE, Ana Lucia. A "redescoberta" da Baixada Fluminense: Reflexões sobre as construções narrativas midiáticas e as concepções acerca de um território físico e simbólico. Revista Pragmatizes: Revista latino-americana de estudos em cultura, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.pragmatizes.uff.br/revista/index.php/ojs/ article/view/30>. Acesso em: 12 out. 2015.

FRAGA, G. depoimento: [28 de agosto, 2015]. Rio de Janeiro: Entrevista concedida à Talita Barauna.

FRIEDLANDER, Paul. Rock and Roll – uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2015.

GOES, Zico. MTV, bota essa p#@% para funcionar. São Paulo: Panda Books, 2014.

HOHLFELDT, Antonio. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. Revista

FAMECOS: Mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/2983/2265>. Acesso em 23 out. 2015.

LINS, Paulo. Cidade de Deus. São Paulo: Planeta, 2012.

LEVINSON, Bruno. Não se preocupe comigo. Marcelo Yuka. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

LONGHI, Naiara. Sensacionalismo e Jornalismo Popular: um estudo de caso. In: INTERCOM – XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Santa Maria.

LUND, K. depoimento: [18 de setembro, 2015]. São Paulo: Entrevista concedida por telefone à Talita Barauna.

LUSVARGHI, Luiza. De MTV a Emetevê. São Paulo: Editora de Cultura, 2007.

_____Minha Alma- Rap, realismo e reportagem no videoclipe. In: Artigos USP, 2006, São Paulo.

MACHADO, Arlindo. A arte do vídeo. 3ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

_____ A Televisão Levada a Sério. 2ª ed. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

_____ (org). Made in Brasil – três décadas do vídeo brasileiro. São Paulo: Iluminuras Itaú Cultural, 2007.

MASCELLI, Joseph V. Os cinco Cs da cinematografia. São Paulo: Summus Editorial, 2010.

MELLO, Christiane. Extremidade do vídeo. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

MELLO, Marco Antonio da Silva; SILVA, Luiz Antonio Machado da; FREIRE, Letícia de Luna; SIMÕES, Soraya Silveira (orgs). Favelas cariocas ontem e hoje. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

MELLO, Zuza Homem de. A era dos Festivais – uma parábola. São Paulo: Editora 34, 2003.

MENEGHETTI, Diego Pontoglio. Produção de sentido em videoclipes por meio de análises fílmica e textual. 2009. 32 p. Artigo. UNESP. Bauru.

MURCH, Walter. Num piscar de olhos: a edição de filmes sob a ótica de um mestre. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

NAPOLITANO, Marcos; VILLAÇA, Mariana Martins. Tropicalismo: As relíquias do Brasil em debate. Scielo: Scientific Electronic Library Online, [s.l.]. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01881998000100003&script=sci_arttext&tlng=es>. Acesso em: 15 nov. 2015.

OLIVEIRA, Annelore Spieker de. Cinema e publicidade: Dois campos em ação – um estudo sobre a influência dos campos cinematográfico e publicitário. 2004. 15 p. Artigo. ESPM. São Paulo.

PORCHMANN, Marcio. A década dos mitos. São Paulo: Contexto, 2001.

PONTES, Pedro. Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade. Sessões do imaginário: Cinema, Cibercultura e Tecnologias da Imagem, Porto Alegre. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index. php/famecos/article/viewArticle/799>. Acesso em: 01 out. 2015.

PORTO, Marta (org). Nós do Morro 20 anos. Rio de Janeiro: XBrasil, 2008.

POZO, Tristan Castro. As redes dos oprimidos – experiências populares de multiplicação teatral. São Paulo: Perspectiva, 2011.

ROCHA, Sandriele Apa Bueno da; FRANCO, Adenize. A violência como símbolo de denúncia e poder retratada nos videoclipes Minha alma e Wrong. In: X Congresso de Educação do Norte Pioneiro, 2010, Jacarezinho.

RONDELLI, Elizabeth. Imagens da violência – práticas

discursivas. 1998. 12 p. Artigo. USP. São Paulo.

SALDANHA, Rafael Machado. Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar: os anos 90 e o rock no Brasil. In: INTERCOM SUDESTE 2006 – XI Simpósio de Ciência da Comunicação na Região Sudeste, 2006, Ribeirão Preto.

SANTOS, Gilmar. Princípios da publicidade. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

SANTOS, Renata Cardoso Marques dos; CANTARELLI, Raquel. III Festival da MPB de 1967 – A Indústria Cultural no Brasil durante o período militar. In: Intercom – XV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Rio Verde.

SILVA, Eliane Lopes da; COSTA, Lucia Cortes da. O desemprego no Brasil na década de 1990. 2005. 27 p. Artigo. UEPG. Ponta Grossa.

SILVA, Marcia Regina Carvalho da. A canção popular na história do cinema brasileiro. 2009. 356 p. Tese (Doutorado em cinema). UNICAMP. Campinas.

SILVA, Maria Rita Arêdes da. Lado B Lado A – Uma crônica social análise semiótica do CD d'O Rappa. 2009. 91 p. Dissertação (Mestrado em Semiótica). USP. São Paulo.

SOARES, Luiz Eduardo; BATISTA, André; PIMENTEL, Rodrigo. Elite da Tropa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

SOARES, Thiago. Videoclipe e Televisão Musical – Uma abordagem de gêneros. 14 p. Artigo. Universidade Federal da Bahia. Salvador.

TEIXEIRA, Carla Cristina da Costa. A linguagem visual das vinhetas da MTV – Videodesign como expressão da cultura pós-

moderna. 2006.174 p. Dissertação (Mestrado em Design). PUC. Rio de Janeiro.

TORRES, Celia Cristina. Representações do negro em Cidade de Deus: Uma análise descritiva de quatro personagens do filme. 2008. 122 p. Dissertação (Mestrado em comunicação). Anhembi Morumbi. São Paulo.

TREVISAN, Michele Kapp. A era MTV: Análise da estética de videoclipe (1984 – 2009). 2011. 265 p. Dissertação (pós-graduação em comunicação social). PUC. Porto Alegre.

VIEIRA, Fernando Filipe Paulos. Impacto no desemprego no bem-estar psicológico. 2014. 66 p. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Universidade Lusófona do Porto. Porto.

YUKA, M. Depoimento: [29 de agosto, 2015]. Rio de Janeiro: Entrevista concedida à Talita Barauna.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

WEBGRAFIA

Biografia Marcelo Yuka (site Oficial). Disponível em: <http://www.marceloyuka. com.br/.>. Acesso em: 01 out. 2014.

Biografia O Rappa (site oficial). Disponível em: <http://www.orappa.com.br/ biografia/>. Acesso em: 01 out. 2014.

Blog B.O.C.A. Disponível em: <https://blogdaboca.wordpress.com/>. Acesso em 28 set. 2015.

Blog F.U.R.T.O. Disponível em: <http://furto.blogspot.com.br/>. Acesso em 28 set. 2015.

Candidatura do Yuka (O Globo). Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/freixo-tera-marcelo-yuka-como-vice-na-chapa-4279566>. Acesso em: 27 set. 2015.

CATRJ – Central de Apoio ao Trabalhador Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.riodejaneiro-rj.com/2013/11/catrj-central-de-apoio-ao-trabalhador-do-rio-de-janeiro.html.>. Acesso em 20 out. 2015.

Crítica sobre o Nunca tem fim. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/cds/187507-rappa.html>. Acesso em: 17 out. 2015.

Comercial Fiat – O Rappa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RCR68eAYrvk>. Acesso em: 17 out. 2015.

Curiosidades sobre o Minha alma. Disponível em: <http://www.pop.com.br/musica/historia-videoclipe-minha-alma-paz-que-eu-nao-quero-o-rappa/>. Acesso em 25 de out. 2015.

Dados IBGE Belford Roxo. Disponível em:

<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=330045&search=rio-de-janeiro|belford-roxo|infograficos:-informacoes-completas>. Acesso em: 12 out. 2015.

De frente com Gabi, Marcelo Yuka (11/05/2014). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-7h6kUOKYgU>. Acesso em: 14 set. 2014.

Entrevista - lançamento do álbum 7 vezes (15/08/2008). Disponível em: <http://mais.uol.com.br/view/92db81ral8qx/o-rappa-lanca-o-album-sete-vezes-veja-entrevista-04023360D0810326?types=A&>. Acesso em: 27 set. 2015.

Entrevista Marcelo Yuka à Rolling Stones (maio de 2011). Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/56/noticia-4661#imagem0>. Acesso em: 26 set. 2015.

Entrevista Marcelo Yuka para o canal Web Benditas. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hKelx6h0_ig>. Acesso em: 28 set. 2015.

Entrevista Marcelo Yuka para o programa Papo reto. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TwuRUD-g934>. Acesso 28 set. 2015.

Entrevista Marcelo Yuka para o programa Papo reto (parte 2). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3COQe-700Q8>. Acesso em: 28 set. 2015.

Entrevista O Rappa (2002). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4KpYEEawWaQ>. Acesso em: 26 set. 2015.

Entrevista O Rappa concedida ao Jô Soares (O Rappa mundi). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RpWFAjCZ3tQ>. Acesso em 26 set. 2015.

Entrevista O Rappa concedida a Jô Soares (4/11/2011). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XElgY-U_EtA>.

Acesso em: 26 set. 2015.

Entrevista com Rubens Sabino (30/04/2015). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PTD6S_CM5kgAcesso>. Acesso em: 04 out. 2015.

Lançamento do livro Nós do Morro. Disponível em: <http://tv.estadao.com.br/cultura,livro-marca-os-20-anos-do-grupo-nos-do-morro,281280>. Acesso em: 29 set. 2015.

Lançamento Nunca tem fim Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/05/o-rappa-poe-dedo-na-ferida-de-forma-positiva-em-novo-album-diz-falcao.html>. Acesso em: 26 set. 2015.

Mandato de Senador Fernando Collor. Disponível em: <http://www25.senado.leg.br/web/senadores/senador/-/perfil/4525>. Acesso em: 25 out. 2015.

Matéria saída do Yuka d´O Rappa (novembro de 2002). Disponível em: <http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/marcelo-yuka-fora-do-grupo-o-rappa>. Acesso em: 26 set. 2015.

Matéria saída do Yuka d´O Rappa (Estadão - novembro de 2002). Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,marcelo-yuka-sai-do-rappa,20021113p4825>. Acesso em: 25 set. 2015.

Notícia sobre arrastões (21/09/2015). Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2015-09-20/arrastoes-marcam-o-fim-de-semana-de-calor-e-praia.html>. Acesso em: 09 out. 2015.

Notícia sobre extinção de linhas de ônibus com destino às praias (19/09/2015). Disponível em: <http://brasil.estadao.com.br/noticias/rio-de-janeiro,em-dia-de-sol--moradores-de-copacabana-e-ipanema-relatam-assaltos,1765490>. Acesso em 09 out. 2015.
Notícia tentativa de assalto – Marcelo Yuka - Folha . Disponível em: <http://acervo.folha.com.br/resultados/?q=MArcelo+Yuka&site=&periodo=acervo&x=19&y=16>. Acesso em 27 set. 2015.

Notícia tentativa de assalto – Marcelo Yuka - O Globo. Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 27 set. 2015.

Novo disco Marcelo Yuka (O Globo). Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo. com/busca/?busca=Marcelo+Yuka>. Acesso em: 27 set. 2015.

O que me inspira – Nós do Morro. Disponível em: <https://www.youtube.com/ watch?t =2&v=_6xm75p5Qk8>. Acesso em: 29 set. 2015.

O Rappa lançamento do álbum 7 vezes (agosto de 2008). Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL723236-7085,00-O+RAPPA+VOLTA +A+POR+O+DEDO+NA+FERIDA+EM+VEZES.html>. Acesso em: 27 set. 2015.

Paleta de Cores. Disponível em: <https://color.adobe.com/pt/create/image/>. Acesso em 07 fev. 2016.

Papa Winnie – biografia. Disponível em: <http://reggaespotlights.blogspot.com.br/2012/01/papa-winnie.html>. Acesso em: 02 set. 2015.

Prefeitura de Belford Roxo. Disponível em: <http://prefeiturabelfordroxo.com.br/site/ historico/>. Acesso em: 12 out. 2015.

Programa Ensaio – O Rappa (13/11/2008). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=t-L0FQj_HRA>. Acesso em: 27 set. 2015.

Programa Hoje eu desafio o mundo sem sair da minha casa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MlydEAXieyc&list=PLkK0-hWzcSfN-PgqViyrMN4puLqOiI5Rf>. Acesso em: 26 set. 2015.

Programa Hoje eu desafio o mundo sem sair da minha casa – episódio 2. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hXLvLiO12Oc&index=2&list= PLkK0-hWzcSfN-PgqViyrMN4puLqOiI5Rf>. Acesso em 26 set. 2015.

Programação MTV Brasil. Disponível em: <http://relaunch.mtv.com.br/programas/grades/MTV/>. Acesso em: 16 nov. 2015.

Projeto Nós do Morro. Disponível em: <http://67.228.166.162/~nosdomor/index. php>. Acesso em: 02 out. 2014.

Reportagem Rappa fatura principais prêmios do VMB. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,rappa-fatura-principais-premios-do-vmb,20000811p3550>. Acesso em: 24 mar. 2015.

Revista Furnas. Disponível em: <http://www.furnas.com.br/arqtrab/ddppg/ revistaonline/linhadireta/RF367_nos.pdf>. Acesso em 29 set. 2015.

Revista Proposta. Disponível em: <http://issuu.com/ongfase/docs/proposta_ 127?e=4383667/7825035>. Acesso em: 28 set. 2015.

Site Oficial Ney Matogrosso. Disponível em:<http://www2.uol.com.br/ neymatogrosso/disc03.html>. Acesso em 13 fev. 2015.

Site Oficial Nós do Morro. Disponível em: <http://www.nosdomorro.com.br/>. Acesso em: 29 set. 2015.

Site oficial ONG FASE. Disponível em: <http://fase.org.br/>. Acesso em: 27 set. 2015.

Sobre a banda O FURTO. Disponível em: <http://musica.terra.com.br/timfestival2004/interna/0,,OI409524-EI4248,00.html>. Acesso em: 27 set. 2015.

Sobre o Nunca tem fim. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=L_LSv3AZG0g>. Acesso em: 26 set. 2015.

Sobre o Nunca tem fim (setembro de 2013). Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-84/o-rappa-deixa-divergencias-para-tras#imagem0>. Acesso em: 26 set. 2015.

Sobre o Nunca tem fim. Disponível em:

<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/2013-08-31/o-rappa-enquanto-houver-motivo-para-letras-criticas-vamos-continuar-falando.html>. Acesso em: 17 out. 2015.

Superávit primário - definição. Disponível em: <http://www12.senado.leg.br/noticias/entenda-o-assunto/superavit>. Acesso em: 23 out. 2015.

Trecho de Roberto Carlos em Ritmo de aventura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ab8bVouGtwU&spfreload=1>. Acesso em: 26 abr. 2015.

Vídeo Ernesto Varela. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v= aD9QbZijcP0>. Acesso em: 14 maio. 2015.

Vídeo Ernesto Varela no Congresso. Disponível em: <https://www.youtube.com/ watch?v=ipz3L7-WnR8>. Acesso em: 14 maio. 2015.

Vídeo Marly Normal. Disponível em: <http://www.marcelomachado.tv/?p=519>. Acesso em: 14 maio. 2015.

Video Nós do Morro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?t =22&v=4jBShv_wqPk > Acesso em: 29 set. 2015.

Videoclipe X Nilton Travesso ou a travessura de um sofista Niltoniano. Disponível em: <http://www.fashionbubbles.com/arte-e-cultura/videoclipe-x-nilton-travesso/>. Acesso em: 01 de maio de 2015.

Waly Salomão – biografia. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/ pessoa55/waly-salomao >. Acesso em: 15 out. 2015.

REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

AMÉRICA do Sul. Direção: Nilton Travesso. Videoclipe, 4min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4fguWvisR70>. Acesso em: 26 abr. 2015.

BOA esperança. Direção: Katia Lund. Videoclipe, 7min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AauVal4ODbE>. Acesso em: 05 ago. 2015.

BOHEMIAN Rhapsody. Videoclipe, 6min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fJ9rUzIMcZQ>. Acesso em: 10 abr. 2015.

BORN Free. Direção: Romain Gravas. Videoclipe, 9min. Disponível em: <https://vimeo.com/11219730>. Acesso em: 01 set. 2015.

CIDADE de Deus. Direção: Fernando Meirelles; Katia Lund. 2002. 135min. Color.

CRIANÇAS invisíveis. Direção: Ridley Scott; Jonh Woo; Jordan Scott; Emir Kusturica; Mehdi Charef; Katia Lund; Stefano Veneruso; Spike Lee. Curtas-metragens. 124min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v =IxmBRrbEhFA>. Acesso em: 10 jul. 2015.

DIÁRIO de um detento. Direção Maurício Eça. Videoclipe, 8min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jmRI3Ew4BvA>. Acesso em: 15 nov. 2015.

EGO city. Videoclipe, 4min. Disponível em: <https://www.youtube.com/ watch?v=_Dv7pgOYeJ8>. Acesso em: 27 set. 2015.

FLORES no cimento. Videoclipe, 4min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=I8cVdgjY03I>. Acesso em: 27 set. 2015.

GITA. Direção: Cyro Del Nero. Videoclipe, 5min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_cpqBBjC0qM>. Acesso em: 26 abr. 2015.

LEON, o profissional. Direção: Luc Besson. 1994. 103min. Color.

MARCELO yuka – No caminho das setas. Direção: Daniela Broitman. Documentário. 2012. 95min.

MINHA alma. Direção: Katia Lund; Breno Silveira. Videoclipe, 6min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vF1Ad3hrdzY>. Acesso em: 29 set. 2014.

MONSTRO invisível. Videoclipe, 5min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oJ3HKnEwNZc>. Acesso em: 04 out. 2015.

NÃO se preocupe comigo. Videoclipe, 4min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hDHuhcPiSlQ>. Acesso em: 27 set. 2015.

NOTÍCIAS de uma guerra particular. Direção: João Moreira Salles; Katia Lund. Documentário. 1999. 57min. Color.

O que sobrou do céu. Direção: Katia Lund e André Horta. Videoclipe, 6min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=__QO89gznL8>. Acesso em: 01 out. 2014.

O salto. Direção: Bruno Murtinho. Videoclipe, 7min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xp9gyiY-jds>. Acesso em: 01 out. 2014.

PALACE II. Direção: Katia Lund. Curta Metragem, 19min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y-fVmWcgytY>. Acesso em: 01 de maio de 2015.

PENNY Lane. Direção: Peter Goldmann. Videoclipe, 3min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=le-1RKFKPM0>. Acesso em: 13 abr. 2015.

RAPPA, O. Acústico MTV, O Rappa. Warner Music, c2005. 1CD.

RAPPA, O. Lado B Lado A. Warner Music, c1999. 1CD.

RAPPA, O. O silêncio que precede o esporro. Warner Music, c2003. 1CD.

REZA vela. Videoclipe, 4min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v= oJ3HKnEwNZc>. Acesso em: 04 out. 2015.

SACRILEGE. Videoclipe, 4min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v= jmRI3Ew4BvA>. Acesso em: 01 set. 2015.

STRAWBERRY fields forever. Direção: Peter Goldmann. Videoclipe, 2min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8UQK-UcRezE>. Acesso em: 13 abr. 2015.

SÚPLICA cearense. Videoclipe, 3min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F19PnbWigSA>. Acesso em: 04 out. 2015.

THEY don't care about us. Direção: Spike Lee. Videoclipe, 5min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QNJL6nfu__Q>. Acesso em: 07 de maio de 2015.

THRILLER. Direção: Jonh Landis. Videoclipe, 13min. Disponível em:
< https://www.youtube.com/watch?v=sOnqjkJTMaA >.

TRAFICANDO informação. Direção: Katia Lund. Videoclipe, 7min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gJYZZfGSgo4>. Acesso em: 03 ago. 2015.

UMA noite em 67. Direção: Renato Terra; Ricardo Calil. Documentário, 85min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FOsXaaW4Pkk>. Acesso em: 30 abr. 2015.

VELHA a fiar, A. Direção: Humberto Mauro. Curta Metragem, 6min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gnY7SB7B8V8>. Acesso em: 26 abr. 2015.

VIDEOCLIPE 3x4. Direção: Fernanda Guimarães. Documentário, 32min. Disponível em: <https://vimeo.com/6169794>. Acesso em: 13 de maio de 2015.

ANEXOS

Minha alma (a paz que eu não quero)
Letra: Marcelo Yuka
Música: *O Rappa*

A minha alma tá armada
E apontada para a cara
Do sossego
Pois paz sem voz
Não é paz é medo

Às vezes eu falo com a vida
Às vezes é ela quem diz
Qual a paz que eu não
quero conservar
Para tentar ser feliz

As grades do condomínio
São para trazer proteção
Mas também trazem a dúvida
Se é você que está nessa prisão

Me abrace e me dê um beijo
Faça um filho comigo
Mas não me deixe sentar na poltrona no dia de domingo

Procurando novas drogas de aluguel
Nesse vídeo coagido pela paz
que eu não quero seguir admitindo

O Que sobrou do céu
Letra: Marcelo Yuka
Música: *O Rappa*

Faltou luz, mas era dia
O sol invadiu a sala
Fez da TV um espelho
Refletindo o que a gente esquecia

Faltou luz, mas era dia, dia
Faltou luz, mas era dia, dia, dia

O som das crianças brincando nas ruas
Como se fosse um quintal
A cerveja gelada na esquina
Como se espantasse o mal

O chá pra curar esta azia
O bom chá pra curar esta azia
Todas as ciências de baixa tecnologia
Todas as cores escondidas
Nas nuvens da rotina

Pra gente ver por entre prédios e nós
Pra gente ver o que sobrou do céu

O salto
Letra: Carlos Pombo e *O Rappa*
Música: *O Rappa*

As ondas de vaidades inundaram os vilarejos
E minha casa se foi
Como fome e banquete
Então sentei sobre as ruínas
E as dores como o ferro, a brasa e a pele ardiam
Como o fogo dos novos tempos

E regaram as flores no deserto
E regaram as flores com chuva de insetos

Mas se você ver em seu filho
Uma face sua e retinas de sorte
E um punhal reinar como o brilho do sol
O que farias tu?
Se espatifaria ou viveria o espírito santo?

Aos jornais eu deixo meu sangue como capital
E às famílias um punhal
À corte eu deixo um sinal

E regar as flores do deserto
E regar as flores com chuva de insetos

Versão em cores do videoclipe *Minha alma*, disponível nos extras do álbum *Lado B Lado A*

Figura 84

Fonte: *Minha Alma* em cores. Disponível em: *Lado B Lado A*

Figura 85

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 86

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 87

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 88

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 89

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 90

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 91

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 92

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 93

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 94

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 95

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 96

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 97

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 98

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 99

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 100

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 101

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 102

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 103

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Figura 104

Fonte: Minha Alma em cores. Disponível em Lado B Lado A

Paleta de cores
O que sobrou do céu

Figura 105

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 106

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 107

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 108

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

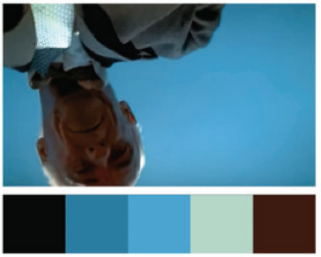
Figura 109

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 110

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 111



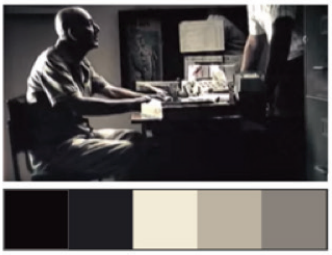
Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 112

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Paleta de cores
O Salto

Figure 113



Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 114

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

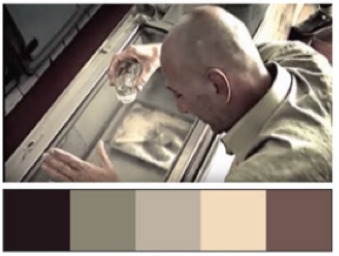
Figura 115

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Fonte: 116

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 117



Fonte: Paleta de cores Adobe Color

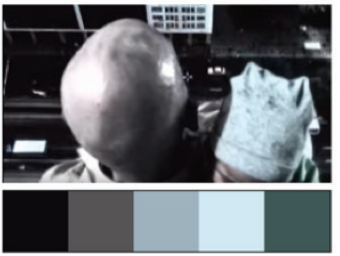
Figura 118

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 119

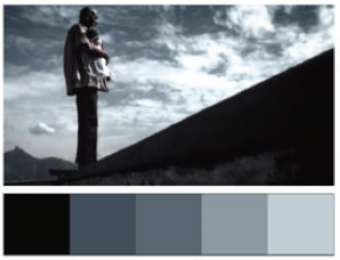
Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 120



Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 121



Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Figura 122

Fonte: Paleta de cores Adobe Color

Entrevista concedida por Guti Fraga, em 28 de agosto de 2015, Ipanema, Rio de Janeiro.

Talita – Como aconteceram os videoclipes com O Rappa? Como eles descobriram o Nós do Morro?

Guti – Eu dei uma entrevista no programa *A Máquina* da TV Gazeta, depois de dois anos eles convidaram quatro pessoas que participaram, fizeram um documentário chamado *Inspiradores* e o primeiro entrevistado fui eu. Eu estou falando isso porque o Ramon fez o primeiro videoclipe d'*O Rappa* e ele fala que eu fiz o último.

Como a Katia Lund chegou até vocês?

A Katia Lund é um forte divisor de águas. Eu acho que algumas pessoas são missionárias em certos caminhos, principalmente da arte. E a Katia Lund foi assim para gente, o Yuka e *O Rappa* também. Com o Yuka tivemos uma continuidade de vida. A Katia Lund me apresentou o Breno Silveira, o Paulo Lins e foi através dela que o Fernando Meirelles conheceu o *Nós do Morro* para o jogo de preparação básica do *Cidade de Deus*, que foi eu que fiz. Ela é uma revolucionária, focada no idealismo dela e não se vende por dinheiro. Eu fico feliz e talvez por isso que a gente se identifica tanto.

Você fez a preparação dos atores dos videoclipes também?

Não. Não precisou de nada, ali é direção Katia Lund. No *O salto* já não tinha mais nada a ver com a Katia e o Yuka já não estava na banda. Pra mim (como ator) foi um dos trabalhos mais difíceis da minha vida. Foi muito pesado viver um cara que desistiu, estando com um bebê de seis meses. Teve muita gravação com câmera escondida, eu pedindo dinheiro na rua, pegando comida no lixo com esse bebê, isso mexe muito com o existencial da gente. Mexeu muito comigo. Na época, eu estava fazendo uma peça, *Sonhos de uma noite de verão*, eu saía das gravações do videoclipe, quando eu chegava ao teatro eu chorava copiosamente no banheiro. Somente depois que eu me acalmava conseguia interpretar o personagem da peça. Foi muito difícil, principalmente quando ele decide se

matar, quando ele foca a morte por não ter mais saída, não arrumar trabalho, não encontrar nada. O bebê chorava tanto, eu queria olhar para ele e o diretor falava que não, que o foco era a morte. E quando esse é o objetivo não se vê nada em volta. Esse momento foi muito marcante na minha vida e muito difícil, mas a gente aprende muita coisa com isso, afinal a arte tem essa magia.

Quando você pegou o roteiro você imaginou que seria assim?

Não. Sou uma pessoa muito entregue ao que eu faço, mas eu não começo a sofrer antes.

Foi o trabalho que eu não sei dizer se foi mesmo o mais difícil ou o que eu tenha sofrido mais, porque a entrega foi muito grande. O pior é concluir que pode existir essa situação, o videoclipe parece baseado em fatos reais. Imagina quantos seres humanos, que nós conhecemos, vivem essa impotência diante das dificuldades da vida. Eu convivo muito com isso. Por exemplo, tem um menino que faz o *Campinho Show*, que eu percebo que o pai dele tem uma impotência humana, é quase a mesma coisa que eu sentia, apesar da história ser diferente.

O pai desse garoto chegou em casa e encontrou a mulher com o dono do morro na cama. A partir daí, ele virou um alcoólatra, a mãe sumiu e ele criou o filho com o alcoolismo. O *Campinho Show* foi o equilíbrio desse menino, mas todo mundo olhava para ele e julgava "ah, sua mãe estava com o cara". Depois que ele começou no *Campinho*, virou meu assistente de palco e passou a ser olhado de uma outra maneira, apesar do pai alcoólatra sustentando a casa. Outro dia eu o chamei para conversar e perguntei se o pai dele estava trabalhando. Ele respondeu que não, que o pai parou de trabalhar, fica em casa deitado, só levanta quando acaba a comida e é quando ele vai pegar umas latinhas para comprar mantimentos para casa. Isso é a impotência e é a mesma que eu senti no *O Salto*. Foi muito doido, eu na Lapa e pedindo dinheiro no sinal quando fechava. É de um constrangimento irreal ter que pegar comida no lixo para alimentar seu filho, procurar resto de comida para o seu filho não morrer de fome. E não adianta falar para não levar para

casa, você não leva, mas a dor interior é muito forte. E não foi à toa que eles fizeram aquele videoclipe, existem pessoas que vivem daquela forma, e não são poucas.

Voltando no *Minha alma*, tenho uma admiração muito grande por todos e acho que eles sempre foram muito solidários. Eu não faço jogo comparativo de quem é quem, mas o Yuka virou irmão. O Ramon vivia com a mãe e a irmã no alto do Vidigal, na época em que todos os barracos eram de madeira. Quando terminou o videoclipe, eu não lembro como foi a articulação, mas eles transformaram a casa do Ramon em alvenaria. Então, pós-videoclipe tiveram essa solidariedade com o Ramon e todos os caras d'*O Rappa* foram ver o barraco pronto E o barraco da tia dele continuou de madeira, encostado no de alvenaria. Mas, logo na sequência, o Ramon foi fazer *Coração de Estudante* e o primeiro dinheiro que ele ganhou foi para transformar a casa da tia em alvenaria também. Tudo isso é a consequência do videoclipe, um legado que foi deixado e eu tenho muito orgulho disso.

Quanto tempo de gravação?

Eu não lembro bem, mas eu acho que foi uma semana, uns 10 dias.

Você lembra onde foram feitas as gravações?

Lembro sim, foi muito marcante. Você acha que eu não lembraria do prédio que eu salto na Rua Presidente Vargas? Claro que eu lembro, isso é muito vivo pra mim. Subi no prédio, fiquei lá com o bebê no colo, decidindo o final (a morte), como eu ia me jogar, o bebê estava chorando e eu não podia olhar para ele. É muito angustiante ficar com esses sentimentos.

Você acompanhou os outros videoclipes? Sabe dizer se tem alguma diferença no estilo de produção?

Só acompanhei um pouco o *Minha alma*, porque os meus meninos estavam envolvidos. Mas eu respeito o caminho de cada diretor, acho até bacana que tenham as diferenças, senão fica tudo muito chato, tudo a mesma coisa. Tem alguns filmes que eu faço o que chamo

de "participações afetivas", que os meus meninos protagonizam. Por exemplo, o filme *Era uma vez* (2008), protagonizado pelo Tiago Martins e *O Diabo a quatro* (2004), protagonizado pelo Jonathan Hageensen.

Mas, o interessante do videoclipe *Minha alma* é que foi um dos primeiros trabalhos de todos eles, do Jonathan, do Edson etc. Hoje são pais, foi tudo um começo de vida para eles.

Você acha que a comunidade conseguiu se enxergar nos videoclipes?

Com certeza. Isso sem dúvida.

Por isso fizeram tanto sucesso?

Não, eu acho que tem a qualidade da história, direção, fotografia e das músicas. Tem uma soma e isso é o que fortalece, em todas as instâncias. As diferenças existem, mas é possível estar junto em prol de um objetivo comum, quando se vê um videoclipe desses se nota isso.

Você sente que houve uma mudança de ponto de vista depois que o Yuka saiu da banda?

Eu penso que os tempos mudam. Vamos dizer assim, o Yuka tinha uma "pegada", não tem mais a "pegada" do Yuka, mas os meninos também têm a "pegada" deles. Eu ia muito aos Shows d'*O Rappa*, porque eu sempre fui muito bem recebido pelo Yuka, mas ele, eu também fazia isso, podia ter o segurança que fosse, quando eu falava quem era, subia no palco e encontrava todo mundo (antes e depois dos Shows). Eu sempre fui muito bem recebido e não tenho nada a dizer sobre qualquer um deles. Aliás, só tenho coisas boas, de verdade, porque eu não sou de falar o que não acho. Para mim, todos os videoclipes têm uma força política e isso já é da índole deles. Todos têm uma "espetada", porque as músicas também têm. *O que sobrou do céu, O salto, Minha alma*, são todos pesados e ao mesmo tempo alegres, porque a melodia te leva a esse manifesto.

Como o Nós do Morro foi para a Globo?

Foi consequência. Aliás, eu sou muito grato aos produtores de elenco da *Globo*. Quando eu fundei o *Nós do Morro*, durante 18 anos não tivemos patrocínio e quando precisava, mesmo comendo uma vez por dia, eu ligava e falava: "preciso pagar o meu aluguel". Então, me chamavam para uma participação, eu ganhava dinheiro e resolvia o problema. Foi uma forma de eu segurar as contas durante um período muito longo. Os meninos vieram automaticamente, fomos entrando devagarzinho por meio dos especiais. Antes tinha um programa de final de ano, como se fosse o Criança Esperança, e nele tiveram nossas primeiras participações. A novela que termina hoje (*Babilônia*) tem seis atores do *Nós do Morro* em papéis de grande destaque. Atualmente, é muito mais amplo do que pensamos que seria. São 30 anos, quantas gerações já passaram ali. Pra mim é um eterno recomeço. A Cecilia Meireles dizia que a vida só é possível reinventada e eu tento reinventar a minha o tempo inteiro.

Eu agora, por exemplo, saí da FUNARTE[1]. Imagina eu, do *Nós do Morro*, a uma burocracia, onde todo mundo achava estranho eu ficar amigo das ascensoristas, das faxineiras. Não se podia o presidente ter esse tipo de relação. Mas eu nunca tive barreiras porque sou muito ligado a caminhos metodológicos. Quando fundei o *Nós do Morro*, a minha grande inspiração foi o Paulo Freire e eu percebi que era possível misturar a metodologia dele com Stanislavski, Boal, Amir Haddad, Marília Pera, com tudo que eu tinha e criar uma nova (no mesmo sentido do Paulo Freire) de aproximação do cotidiano, da vida real.

A minha aula, por exemplo, é totalmente diferente. Não é sala fechada com espelho e sim debaixo da árvore, falando com a madeira, com a pedra, com a parede, fico procurando caminhos que possam buscar, dentro do aluno, a verdade dele da forma mais simples. Acredito ser mais produtivo que teorizar muito. Trabalho bastante com poesias, inclusive eu comecei com *O Bandido* de Sergio Vaz. Aliás, eu falo que eu conheço São Paulo por causa dele.

---

1 Fundação Nacional de Artes, órgão público, vinculado ao Ministério da Cultura, é responsável pelo apoio e fomento às artes. Site oficial. Disponível em: <www.funarte.gov.br>. Acesso em: 02 set. 2015.

Achamos que conhecemos São Paulo só pelo Centro, mas foi com a periferia paulista que a minha vida mudou intensamente. Se é possível encontrar a verdade na poesia, fica fácil colocar num diálogo qualquer. Como disse, estou buscando caminhos, não sei se está certo, errado, não acho nada. Mas temos que ter a liberdade de experimentar.

É concorrido para entrar no Nós do Morro?

É muito difícil. Esses dois anos que fiquei fora não sofri tanto. Mas, teve um dia que chorei copiosamente porque tinha mais de mil pessoas inscritas para os cursos e nós só tínhamos 90 vagas. Todo mundo querendo viver sonhos e isso é muito complicado. Eu acho também que o *Nós do Morro* hoje não é só para pobrezinho, neguinho, não. Temos que ter a fusão social, que só acontece através do intelecto e não do financeiro. O *Nós do Morro* hoje proporciona acesso a muita coisa, aula de cinema uma vez por semana, com debates, diretores, com tudo. Temos gerações no *Nós do Morro*, gente que entra com sete anos e vive até quando puder. Mas, a filtragem natural acontece pela própria necessidade que a vida vai te levando, estudo, casamento, namoro, dificuldade etc.

Vêm pessoas de outros estados também, para tentar ingressar no Nós do Morro?

Para se ter uma ideia, nessa época que eu tive essa crise emocional por causa do número de inscritos, uma mulher chegou em mim e disse que tinha largado o marido, a família na França e que queria se mudar para o Rio porque queria fazer o *Nós do Morro*. Pessoas que largam tudo nos seus estados de origem e vêm pra cá.

Por que você acha que existe tanta procura pelo Nós do Morro? É por estar no Vidigal?

Eu acho que junta tudo, a possibilidade, ser gratuito e a adesão à filosofia, que não abrimos mão, do coletivo da ideia multiplicadora, da solidariedade, do "com licença", do "por favor", do "muito obrigado", eu faço questão que essas coisas não se percam. Porque ser apenas mais um grupo de teatro é fácil. As

pessoas são muito dedicadas e todos muito profissionais, inclusive qualquer criança do *Nós do Morro* é profissional, pois esse é o caminho que levamos eles. Muitas moram perto, a mãe sai pra trabalhar e a criança fica brincando no *Nós do Morro*, então quando começa a fazer teatro aquele ambiente já é normal. Criancinhas de colo crescem dentro desse hospício que é a arte e eu acho que isso que transforma o adulto e o olhar diante das coisas.

Tem uma geração da Luciana, cineasta e quem administra o *Nós do Morro* atualmente, o filho dela está fazendo figurino. Eu acho que é disso que a nossa sociedade precisa, na verdade. Abrir as portas para esse obscuro, essa que é nossa grande diferença.

E é por isso que vocês aceitam pessoas de todas as classes sociais?

Isso. Mas é claro, que também priorizamos uma pessoa do Vidigal, da Rocinha, que tem talento e que deseja entrar.

Qual sua expectativa para o futuro do grupo?

Eu não sei. Até hoje, a gente corre atrás da sustentabilidade, que é o mais complicado. Nesse momento, vamos comemorar 30 anos e estamos sem patrocínio. Mas fomos inspiração para muitos projetos socioculturais acontecerem e darem certo, abrimos um leque grande. Eu sei te dizer do agora, eu voltando ao *Nós do Morro*, dando aula e levando um outro projeto (*Casa do Nós*) à Saquarema, para fortalecer o processo da descentralização, que faz parte da minha filosofia de vida. O *Nós do Morro* hoje já é um projeto consolidado que estará ali sempre, mas também quero abrir possibilidades onde as pessoas não têm tanta oportunidade para sonhar. Como eu falei da Katia Lund, eu me sinto, em muitos momentos, mediador de possibilidades de sonhos. Por isso que eu sempre falo, o homem sem sonhos é como um pássaro de asa quebrada.

Não pensa em abrir outras unidades em outras comunidades?

Não sei. Você só sabe com possibilidades financeiras e mal conseguimos sustentar a base, porque não somos empreendedores. Tenho amigos que têm projetos empreendedores e que são escandalosamente maravilhosos, nós não. Eu adoraria, mas nós somos um projeto sociocultural. Não tem essa de "o menino catarrentinho", no *Nós do Morro* vamos trabalhar de verdade. O mesmo processo que eu aplico lá é o que me pagam R$900,00 por mês por uma aula semanal em outros lugares. Só o financeiro tem diferença, mas no intelecto é a mesma coisa.

Quando vocês estão sem patrocínio como fazem pra se manterem? Pelos ingressos das peças?

Não cobramos os ingressos, ficamos no voluntariado. Antes desse patrocínio, que acabou agora, foram alguns atores da Globo que ajudaram a pagar a infraestrutura básica, como luz, água etc. As pessoas que trabalham lá são voluntárias.

E as pessoas, que trabalham voluntariamente, têm outras atividades?

Eu, no momento, dou aula em um outro grupo, mas estou aberto para o que aparecer. Às vezes me chamam para dar umas palestras, mas está complicado para mim, por uma questão de agenda. Mas eu dou aula, palestra e oficina onde precisar. Não tem tempo ruim para mim, vou trabalhar com as minhas experimentações e com as técnicas que eu conheço. Essa metodologia que eu uso de conversar com a árvore, com cipó etc. começou quando eu estava dando uma oficina em Stratford Upon Avon, a terra do Shakespeare. O *Nós do Morro* se apresentaria com a peça *Os dois cavaleiros de Verona* e ficamos um mês convivendo com o *Royal Shakespeare* para termos essa vivência. Então, eu estava dando uma oficina num local que fica em frente ao cemitério onde Shakespeare está enterrado, dei o texto para os atores e falei para irem memorizar o texto, falando para sepultura. Achei genial, porque dessa forma se busca uma verdade com muita facilidade e sem barreiras. Eu estou buscando dessa simplicidade, dessa forma desconstruída para eu poder ver a que me leva.

O que te levou ao Vidigal?

Tudo. É um dos lugares mais lindos do mundo, mas eu tinha uma intriga na minha cabeça, as pessoas não saíam do Vidigal pra nada, estudo, praia, curtição, tudo ali. Quando eu me mudei para lá, tinha três prédios duplex que só moravam artistas, havia a favela e a "não favela". Existiam duas associações de moradores no Vidigal, a favela não interagia integralmente com a "não favela" e eu nunca tive diferença social na minha vida. Na minha geração, a escola pública tinha qualidade, então a sociedade se juntava naquele espaço. Eu era paupérrimo, de chegar em casa e comer farofa de ora-pro-nobis e os meus amigos serem os mais ricos da cidade. Apesar disso, nunca nos distanciamos pela minha pobreza e fiz amigos que tenho até hoje. Por isso que eu digo que o intelecto iguala as pessoas. E dentro do Vidigal, no prédio que eu morava, estava um monte de artistas, mas quando eu ia à praia os meus amigos eram da favela, não tinham diferenças.

Eu fazia jornalismo e o meu grande problema na UFRJ[2] era a forma de jornalismo do coloquialismo e da censura. Nessa época eu fundei o *Jornal Mural*, do Vidigal, que era feito com carbono, na casa de um amigo de dentro da favela. Pregávamos em três murais espalhados pelo Vidigal, as pessoas acostumaram com isso e eu não censurava nada, pelo contrário, eu era o provocador da pauta. Era nisso que eu acreditava no jornalismo. E por isso, até hoje eu não colei grau, porque eu queria falar um poema do Drumond quando chamassem meu nome e não deixaram. "Precisamos descobrir o Brasil escondido atrás das florestas, com a água dos rios no meio, o Brasil está dormindo, coitado". Enfim, eu queria falar esse poema e não deixaram. Poxa, era algo em que eu acreditava.

Quando eu terminei o jornalismo, a minha primeira matéria profissional foi a capa do Pasquim e meu jornal estava funcionando no Vidigal, na mesma época que o Papa veio no Brasil e visitou no Vidigal. Nessa pauta, fiz minha primeira e última matéria. O Papa passava por duas "bocas" antes de chegar na capela e a manchete da minha matéria era "O Papa nas bocas". Foi muito doido, o Vidigal

2 Universidade Federal do Rio de Janeiro.

inteiro passou a noite acordado para esperar o Papa, era tudo muito emocionante, nós passamos a noite inteira bebendo para esperá-lo e quando ele foi embora voltamos para a birosca. Em um dado momento, um cara desceu do carro, entrou no bar, me agrediu com um soco no rosto, eu caí no chão, quando ele foi sacar o revólver eu corri e fiquei umas quatro horas escondido atrás de uma caixa d'água. Isso porque eu questionei, dentre outras coisas, o porquê temos que calçar o caminho do Papa, sendo que as donas de casa e lavadeiras têm que passar por onde não é calçado. A partir desse episódio, larguei tudo, fiquei enfiado no Vidigal e perdi algumas das relações que eu tinha. Fiquei muito mal, mas comecei a ter ligação com famílias do morro e foi quando comecei a trabalhar com a Marília Pera. Mas o que me fez fundar o *Nós do Morro* foi Nova York, quando eu estive lá, queria ver a negada tocando Blues na rua, eu ia de encontro com isso, e foi lá que eu aprendi a ficar malandro. Eles não gostavam de gringo no Brooklin, no Harley etc., e foi aí que aprendi a seguinte malandragem: "bota uma mochila nas costas, faz cara de mal e vai". Falavam que eu não podia andar de metrô à noite porque era perigoso. Poxa, tinha gente na rua que sentia medo de mim! Quando alguém me perguntava algo eu fingia que estava com dor de garganta, assim a pessoa não notava o meu sotaque diferente. E eu faço isso até hoje, em todo lugar do mundo que eu vou.

Entrevista concedida por Marcelo Yuka, em 29 de agosto de 2015, Tijuca, Rio de Janeiro.

TALITA - Conversei com o Guti Fraga ontem. Ele me falou que você ainda tem contato com o Ramon.

YUKA - O Ramon, que era o Gigante, virou um adulto jovem. Mas o legal é que ele virou uma pessoa doce e seguro de si. Ele não fica pedindo reconhecimento, um garoto que tem desde tão novo uma visibilidade tão grande, poderia ter ficado sem controle sobre o seu ego. Como vários outros, por muito menos, ficam. Tenho muito orgulho dele.

Será que essa humildade não é por causa do lugar de onde ele veio?

A primeira vez que eu fui no *Nós do Morro* eu já era o "Yuka", a molecada vinha apertar a minha mão, e eu nunca esqueci o que o Guti disse: "olha no fundo do olho e fala de igual pra igual". A partir daí, eu vi que tinha algo além do que um local para se aprender artes cênicas, estavam aprendendo sobre a vida.

E sobre a semelhança de linguagem entre o Minha alma e o Cidade de Deus?

Toda a linguagem do filme *Cidade de Deus* (2002) está no *Minha alma*, com não-atores, com atores principiantes e a possibilidade de interpretar o que está perto de você. Esses elementos dão uma linguagem quase documental. E esse filme (*Cidade de Deus*) foi um marco no cinema brasileiro, e a Katia Lund como codiretora foi quem pensou nessa estética, não foi o Fernando Meirelles. E não por coincidência, no *Cidade de Deus* estavam a Katia Lund e o Paulo Lins, os dois amigos que eu puxei para fazer o *Minha alma*. Na realidade eu não gosto de videoclipe.

Por que não?

Porque na realidade eu acho que eles parecem um comercial, uma propaganda do artista.

Mas essa não é a função do videoclipe?

Eu acho que não, e por isso que esses vídeos fizeram tanto sucesso. Porque eles são uma propaganda sim, uma divulgação, mas da ideia do artista, não sobre ele. E isso muda muito. Porque, na real, eu nem queria que a banda tivesse um vídeo. Tanto que no *O que sobrou do céu* e no *Instinto coletivo*, a banda não aparece. E esses vídeos foram campeões em vários quesitos.

Por que tirar o artista do videoclipe?

Porque eu acho que mais importante que a nossa imagem é o que a gente faz e propõe. Estamos vivendo em uma época em que você pode ser cada vez mais popular. Por exemplo, o *Facebook*, que tem um reloginho mostrando o quanto você é simpático. Todo mundo com uma vontade muito grande de ser notado, há muito tempo, e isso está ficando cada vez mais acelerado. Engraçado que eu estava assistindo a um documentário que fala exatamente disso, o quanto a imagem é mais importante que o artista, e eu não concordo com isso. A minha imagem não pode ser mais importante do que eu. Se tiver algo mais relevante é a minha expressão artística, não eu. É claro que quando um artista é coerente, a vida dele vai sempre se misturar com a arte, mas isso não deve ser uma prioridade. Você precisa consumir mais a música do que quem a faz. Em última análise, estamos vivendo uma ditadura da imagem. É preciso ser bonito, ter uma grande bunda. Aliás, uma bunda no Brasil é sinal de poder. Por exemplo, a Mulher Melancia faz o quê? Ela dança? É atriz? Modelo? Não. Eu não estou julgando sobre a sexualidade ou sensualidade, estou fazendo uma metáfora do quanto é mais importante a imagem do que o trabalho que a pessoa faz.

O Salvador Dali tinha uma pintura mais convencional e quando ele se atira no surrealismo, adota o visual do bigodinho, que passou a ser o clichê dele. E um jornalista perguntou para ele uma vez o porquê disso. E ele, inteligentemente, respondeu que estava inaugurando a época, o momento da história, em que parecer ser é mais importante do que ser de fato. Dessa forma, Salvador Dali estava se lançando como sendo o significado dentro do significante, incorporando o próprio deboche que era colocado

na arte dele. "Se querem que eu seja assim, serei e vou rir de todos vocês". Porém, a maioria das pessoas leva isso a sério e isso mexe com o ego. Eu acho que uma das virtudes da educação é te dar ferramentas para saber como lidar com o ego.

Eu costumo dizer que tenho baixa autoestima. Uma vez, numa palestra, uma menina perguntou se eu tinha baixa autoestima ou se eu tinha medo do meu ego. E eu respondi: "Faz diferença?" O importante é que eu não deixo isso vir à tona, não deixo tomar conta, não serei representado pelo meu ego. Eu quero ser representado pela minha arte, não por aquilo que se refere a mim. E no *Minha alma* tem muita referência, uma história que precisa ser contada e que é mais importante do que o rosto dos artistas.

Você acha que conseguiu ser menos importante que a sua obra?

Eu acho que isso é uma luta midiática e, nesse exato momento, depois de tudo que aconteceu comigo (a cadeira falou mais alto) é muito difícil eu desassociar. A tragédia fez com que o meu estereótipo seja mais conhecido que a minha arte. Mas eu ainda tenho um tempo de vida para reverter isso.

Mas você sente isso, mesmo com o contato dos fãs? Porque os fãs não te procuram pela sua cadeira ou pelo que aconteceu e sim pelo que você fez enquanto artista, não?

Mas a mídia precisa dessa criação do herói. Quando eu passo por uma tragédia e não sucumbo nela, tenho o mesmo perfil de um herói grego. Então, não sei mais. Tenho que ter muito controle da mídia, senão é fácil ser célebre pela vitimização. O Pauê é um cara amputado, esportista e se coloca, em relação à mídia, exatamente ao contrário de mim. Ele conta que era anônimo e que passou a estar no meio de artistas, virou celebridade a partir da amputação. Ele conta que ia a todos os programas de televisão até que uma vez o Clodovil o questionou sobre sexo e ele não quis falar. Daí em diante ele sentiu que a mídia podia estar usando ele. Eu não precisei disso, já tinha uma visibilidade, na época eu fiz um esforço e acho que consegui que a cadeira não viesse em primeiro lugar. Mas mesmo assim, eu sei que tem gente que pode

não conhecer meu trabalho e saber da tragédia. Antes do ocorrido, quem não conhecesse meu trabalho não saberia de mim. E por isso, eu acho que ainda preciso ficar lutando contra isso.

Mas talvez eu tivesse um preparo para saber o que a mídia poderia me proporcionar. Eu sabia que aquilo era passageiro e que não podemos dar tudo o que a mídia quer, é possível ter um controle dela mais do que ela tem sobre nós. Por exemplo, antes de eu fazer o vídeo com o *Nós do Morro*, eu marcava para dar entrevistas lá. Aí era quase impossível o entrevistador não contextualizar. Questionavam por que eu quis dar a entrevista no *Nós do Morro*. E eu respondia que ali tem um grupo legal para caramba. Senti que eu podia usar aquilo que queriam de mim.

Eu estava vendo outro dia uma pesquisadora da ONU que diz que os nove meses de gestação e os primeiros nove meses de vida do bebê é o período de mais insegurança, porque a mãe está carregando uma nova vida e não sabe como será economicamente. Então, a pesquisadora selecionou um grupo de gestantes, pagou um bom salário para nesse período não terem esse tipo de preocupação e se concentrarem em só dar amor ao filho nesses 18 meses. E depois de anos acompanhando essas crianças, foi constatado que foram criados seres humanos muito mais seguros, que não ficam pedindo para serem amados, porque eles sentiram isso desde a sua essência. E essa pesquisadora acredita que se isso fosse uma política de saúde pública mundial, essa simples atitude podia acabar com as guerras. Porque, no fundo, temos uma necessidade quase doentia de reconhecimento, de sermos amados e admirados. Isso vai chegando a certo ponto que tudo beira a um crime passional. Sem contar a menina que faz plástica sem precisar. Por quê?

Talvez se não tivesse essa agonia, essa necessidade de sermos identificados como algo maravilhoso, as pessoas seriam menos violentas, talvez mais honestas. Eu gosto de desdenhar dessa máquina da Indústria Cultural. Eu tenho dificuldade para viver. É difícil uma pessoa viver de cultura no Brasil, na cadeira de rodas mais ainda. E eu tento levar a vida na consciência de que eu era um baterista e nunca mais vou poder ser. Então, eu tive que me reinventar e estou me reinventando.

Você acha que o Minha alma foi na direção contrária da Indústria Cultural?

Não. Mas quando eu pensei, quando imaginei a música, eu queria uma coisa que fosse suave e mais lenta e acabou funcionando, porque as pessoas cantam como se fosse quase uma balada. A letra é bem diferente disso, mas ela tem um perfil melodioso, é praticamente uma balada. Era o que eu esperava, que as pessoas recebessem aquilo com menos agressividade e cantassem até sem saber direito o que estavam fazendo e se tornando multiplicadores. Eu imaginei que o *Minha alma* ia entrar nas casas pela porta dos fundos, pelo rádio da empregada.

O que sobrou do céu também? A exemplo do Minha alma, você achou que seria dessa mesma forma?

Não. Era necessidade de ver beleza onde não tem. Eu estava muito influenciado por um filme chamado *Leon, o Profissional* (1994) dirigido por Luc Besson. (Eu nunca falei isso com o Paulo ou com a Katia). Ele é um assassino, de meia idade, analfabeto, uma menina mora no mesmo prédio que o assassino, os pais dela são mortos pelo tráfico e ela é a única que escapa. Então a garota pede ajuda desse assassino. A menina precisa sair da casa dela e leva apenas um vaso de plantas. O filme é realmente violento. Quando o Luc lançou o filme, um jornalista perguntou a ele por que foi feito um filme tão pesado. Ele respondeu que tinha produzido um filme de amor e que precisava de um terreno inóspito a esse amor para ver como ali ele resiste. Mas apesar de ser um filme violento, é, na verdade, uma história de amor entre um homem analfabeto de meia idade, uma criança e um vaso de planta. Tem filme de amor mais inusitado que esse?

Eu precisava criar uma situação adversa, onde, sob uma situação difícil, aquela generosidade fosse propor o que sobrou do céu, de vida e de esperança. Na época, eu vi uma notícia no jornal que, na Baixada (Fluminense), um grupo de criminosos estava sequestrando e obrigando (aleatoriamente) uma família a tomar conta do sequestrado sob ameaça de morte. Eu acho que os dois filmes (*Minha alma* e *O que sobrou do céu*) trazem esse entendimento, que muitas vezes a gente está vivendo num limite,

num caos tão grande, ninguém conseguia ver mais do que parece óbvio. Por exemplo, no *Minha alma* é pressuposto que aqueles garotos, com aquele estereótipo, ao invés de devolver a nota, iriam roubar. Esse pressuposto é mais doentio do que o fato de estarem roubando. Quando a sociedade espera que todo garoto com determinadas características vai fazer o mesmo, ela se torna mais criminosa do que o garoto que faz aquilo.

Como foi o processo de fazer o roteiro, porque você fez junto com o Paulo Lins, certo?

Com o Paulo e com a Katia, dos dois videoclipes. Nós éramos muito amigos, os três, e na época eu estava ligado ao Marcinho VP. Ele era um cara que lia, que gostava de poesia, foi aquele que autorizou o Michael Jackson a subir o Santa Marta. Ele gostava de ser visto como um bandido diferente. Foi feita uma proposta para ele largar o tráfico e fazer um livro contando tudo.

Um livro do Marcinho VP? O Abusado?

Não, esse livro foi um erro. O Marcinho era, por si só, uma coisa muito exótica e o Caco Barcellos viajou tanto na história que não ficou próxima ao que era o Marcinho. Muita gente pagou por estar naquele livro porque o Caco nunca deixou o Marcinho ler antes de publicar. O *Abusado* não saiu como foi imaginado, embora eu fui uma das pessoas que foi jantar com o Caco Barcellos e pedir que ele escrevesse o livro. Mas ele não soube parar e não teve humildade de deixar o Márcio ver. O narcotráfico é como uma ponta de lança desse sistema econômico. Ali não tem valores, é o dinheiro pelo dinheiro e, por mais que o Márcio fosse ingênuo em certas coisas, ele queria ter valor e se arriscou por isso. Achamos que se ele contasse o que sabia, ia mudar a história. Era um livro denúncia, não das pessoas que estavam ao redor dele (não importa os nomes), mas de como aquilo tudo, como o mecanismo se dava. Eu já fazia trabalho social em favela e é normal que qualquer pessoa que vai ali, artista principalmente, o dono do morro quer conhecer. Mas eu acabei tendo um vínculo de amizade, porque eu nunca fui consumidor de droga. Então, não tinha nada que ele pudesse

me oferecer, não tinha contrapartida. Eu estava fazendo aquilo no morro porque eu queria. Não havia nada que ele pudesse me dar ou oferecer que eu já não tivesse ou quisesse. E por isso se criou um elo de confiança.

Eu, muito influenciado pela contracultura, queria entender como no caos o amor é capaz de vir, como a beleza não é sufocada. O Ramon (Gigante) é essa beleza no *Minha alma*. Embora tudo tenha acontecido, tenha tido um caos por uma besteira (causado por uma sociedade preconceituosa e criminosa, que tem a polícia que tem porque quer ter essa polícia) aquele garotinho é o que sobra, tão ingênuo, amoroso e cheio de vida. Como o Luc Besson não me interessava a violência, mas eu tinha que criar aquela situação para poder despertar aquela impressão. Se você for falar com alguém que conhece o vídeo é normal a pessoa mencionar o "Gigante". Então funcionou, a beleza ficou. O outro tem a generosidade, quando tudo poderia terminar da pior maneira, aquele acuado a cuidar de um sequestrado liberta a vítima. E ali é mesmo a casa do personagem, um cara que mora no lixão, nos confins da Baixada, estava fazendo o papel dele mesmo, o homem rico sequestrado era um músico (já falecido), um baixista de jazz. Mas aquela é a casa do Luís, as crianças que participam do vídeo são os filhos dele e não têm uma locação. Como o vídeo deu certo, a gente fez alguns debates nos quais ele estava presente, contanto sobre a própria experiência e era a coisa mais bonita que tinha. O Ramon foi um ícone, mas não tinha consciência de que era o "belo", ao contrário do Luís. Aquilo era tão inusitado para a vida dele que ele tinha consciência de ter feito o "bonito" de verdade. Ele só fez esse vídeo.

Então, o videoclipe "O que sobrou do céu" não tem atores?

Não. Só a vítima. Você vê quanta coisa de simbólico tinha nesse videoclipe? Quando a gravadora deu o dinheiro para produção, ela queria somente divulgar o artista. O que estava arriscado, principalmente no *Minha alma*, era que o dinheiro da gravadora estava sendo usado para outra coisa, não para o que ela queria. E aí foi um tudo ou nada. Tivemos que editar rápido para mandar para MTV a tempo de concorrer ao prêmio e a diretora de programação, que era muito minha amiga, me ligou e perguntou o que eu tinha

mandado pra ela. Pensei por um momento que ela não havia entendido a proposta. Mas eu respondi que aquele era o próximo vídeo d'*O Rappa*. Ela disse que toda a redação estava chorando. Nesse momento eu concluí que tinha funcionado. Mas o Falcão odiou porque a banda não aparecia. Quer dizer, se desse errado eu estaria fodido. Eu pensava que tínhamos uma peça pra divulgar a ideia da banda e se tivesse repercussão seria legal, mas eu não esperava que teria tanta assim. Eu estava arriscando muita coisa e na realidade não sabia se iria ser boa para a MTV, pra gravadora ou pra banda. Mas eu apostava que a ideia era mais importante e que aquelas pessoas que estavam produzindo os videoclipes eram as melhores para fazer.

Durante a filmagem do *Minha alma*, eu já vi que era uma coisa impactante. Tem um momento em que o policial mata o Rubinho, as pessoas vão chegando e a mulher que interpretou a mãe dele (que é na realidade a mãe do Jonathan e do Felipe) chega e começa a chorar sobre o corpo. Quando terminamos de gravar a cena, ficou um silêncio e ela continuou chorando copiosamente. Ela viu aquilo várias vezes. Quando eu vi esse conceito emotivo, essa verdade emocional, eu tive mais segurança e percebi que aconteceria algo legal.

Você tem ideia do que as pessoas, moradores do Vidigal, pensaram ou qual foi a repercussão do vídeo na comunidade?

Eu acho que ali eles se sentiram representados. Eu acho também que foi a criação de uma massa crítica e periférica que é amolada até hoje. Esse conceito que a Katia Lund traz (que mesmo você sabendo que é ficção, parece documental) está presente também no último vídeo do Emicida (*Boa Esperança*). Para ter a mesma carga emotiva ela usa esse truque, que tinha lá no *Minha alma*, que passou pelo *Cidade de Deus* e que consiste em pôr a empregada pra viver o papel de uma empregada. Ela carrega aquela dor, então quando ela vai representar, traz a memória dela também, não é só o texto, tem a emoção que vem da memória. Isso, em termos de teatro, é péssimo porque o ator que é mais distante de uma determinada realidade e consegue convencer, esse sim tem a estrutura. Mas em última análise, se passa a carga emocional, pra mim está certo. Eu prefiro dessa maneira. Embora você transformar a sua memória numa expressão também requer

uma técnica e a direção ali (que até para essa mãe que chorou de verdade) criou um ambiente para que aquilo acontecesse. Mas é muito diferente do teatro convencional.

Quando você escreveu as músicas já pensava em algo dos roteiros dos videoclipes ou depois das músicas prontas que você pensou nos roteiros?

Pensamos juntos no roteiro, com a vivência, fazendo propostas. Tínhamos, uma diretora, o músico e letrista e um roteirista. Cada um na sua função contribui para chegarmos ao final. Sou padrinho do filho do Paulo e a Katia está fazendo o meu novo vídeo. Acho que os videoclipes foram consequência da nossa cumplicidade de vida, pois somos realmente amigos até hoje. Por isso que, de alguma maneira, estaremos sempre levantando indagações.

E você aparece no seu novo vídeo?

Estamos estudando vários caminhos. Um deles é um em que seja somente eu dançando. Porque é inesperado e tem um porquê eu me mostrar. E aí mais uma vez estou revertendo conceitos e tentando extrair daí a beleza. Tendo um pressuposto de como eu sou e como a sociedade vê um cadeirante, posso me lançar nisso. Estarei defendendo uma ideia pelo gesto corporal, através da dança, que é algo não permitido a alguém como eu, teoricamente. Mais uma vez, temos um mesmo cenário, a beleza terá que sair de onde não foi proposta e isso não é confortável para mim. Por todos os barulhos que eu compro, isso seria algo inesperado por vários motivos e todos eles têm algum preconceito.

Depois da saída da MTV do canal aberto, você acha que mesmo assim ainda é viável fazer esse tipo de videoclipe? Você acha que é possível um videoclipe ter a mesma repercussão que o Minha alma, por exemplo?

Não sei. Por isso que eu penso em mais que um videoclipe, penso em curta-metragem. Aliás, eu acho que sempre pensei nisso. Eu queria lançar meu novo trabalho com 10 músicas e um curta pra cada. Os diretores apresentariam cada faixa, seria um DVD, só

nos extras estariam as músicas (separadas dos vídeos) e somente no show os dois se conectariam. Mas, quanto à questão da MTV, eu não sei. Eu vejo alguns videoclipes que me dão esperança. Como o videoclipe *Sacrilege* do Yeah Yeah Yeahs e o *Born Free* da M.I.A., esse último do diretor Romain Gravas e que é proibido no Youtube. Tem uma reversão de expectativa por se tratar de uma caçada a ruivos, que foi feita muitas vezes pela Ku Klux Klan, mas todo mundo se acostumou a ver.

Entrevista concedida por Katia Lund, em 18 de setembro de 2015, por telefone.

Qual a diferença na produção com atores e com não-atores?

Quando o Yuka me chamou para fazer o *Minha alma*, ele me procurou por causa do documentário que fiz (junto com o João Salles), *Notícias de uma guerra particular* (1999), e era a única coisa que eu tinha dirigido fora o videoclipe do Bill, que era documental também. Quando o Yuka me procurou ele pediu: "eu quero um soco no estômago como foi o *Notícias de uma guerra particular* (1999). Quero falar do que está acontecendo, usar esse espaço da mídia para algo muito maior que um videoclipe".

Ele me procurou por causa de documentário. Eu sempre gostei da qualidade do não-ator, eu me apaixonei por não-atores, dessa mistura de ficção com documentário, desde quando eu vi *Roma cidade aberta* (1945). Os neorrealistas italianos sempre trabalham com não-atores. Não é que eles não são atores, na verdade eles não são da profissão "ator" antes daquele momento. Eles atuam, mas não têm os vícios. Em geral, ele tem uma consciência de estar atuando, de onde está a câmera e o que ele vai projetar. Então, às vezes, dependendo do ator, percebe-se que ele está atuando. Já com um não-ator a sensação é que ele não formalizou as coisas. Ele tem uma informação e uma inteligência emocional que vem do universo onde vive. No *Minha alma*, quando a gente começou a gravar, a minha sensação era que eu não conhecia aquele universo tanto quanto aqueles atores, que eu precisava de gente da favela para me ajudar com uma coautoria. Pessoas que têm experiência de uma vida trazem uma bagagem emocional muito diferente. Se ela se sente à vontade de ser ela mesma, do jeito dela e mostrar isso sem precisar representar uma coisa diferente, fazendo uma colaboração de autoria, usamos isso para potencializar a energia do trabalho. Diria que a pessoa não está representando, ela está presente.

Em "O que sobrou do céu" também era não-ator. Facilita o processo de direção?

Eu prefiro. Não é que seja mais fácil, me interessa mais trabalhar com pessoas que nunca tiveram contato ativo com arte e observar o que acontece quando se veem criando alguma coisa. O cinema nos permite essa oportunidade de nos conectarmos dessa forma, nos dá outra energia e isso fica impresso no trabalho. Não é um ator, uma coisa formal, tem algo acontecendo de verdade na filmagem.

Na filmagem de O que sobrou do céu, foi muito engraçado porque tinha a história, que veio praticamente completa do Yuka, de um cara que está indo trabalhar, pessoas obrigam ele a cuidar de um sequestrado e usar a casa como cativeiro. Os caras abandonam o sequestrado na casa, a convivência vai mexendo com os dois e é impossível não ver a humanidade um do outro.

Eu fui procurar locação com a banda, em Belford Roxo, e acabamos achando aquele lixão e o Luís. E eu pirei naquela locação, porque ele colecionava um monte de coisa do lixo, tinha disco, LP, tudo a ver com arte e música. Era realmente uma casa incrível. Eu tinha chamado um ator para fazer o papel do trabalhador, não ia ser o Luís, mas ele ficava olhando com uma vontade de participar. Porém eu estava meio covarde, eu queria ele, mas tinha o ator que tinha feito o teste. Na véspera à noite o ator aprovado disse que não ia. Meu assistente me ligou desesperado, eu pensei: "Ótimo, vou usar o Luís". Decidimos de uma hora para outra, fomos filmar e, de certa forma, ele foi sequestrado por um grupo e obrigado a fazer algo. Ele não tinha ideia, porque a princípio usaríamos só a casa dele.

Para papel do outro cara, eu queria um executivo que tivesse um olhar sensível, não aquela coisa caricata de uma pessoa durona, e pensei no meu pai. Mas ele não ia conseguir fazer. E aí me lembrei do meu vizinho, de quando eu era criança em São Paulo. Eu não via o Peter há uns 15 anos pelo menos, liguei (do nada) e falei: "você quer fazer um videoclipe d'*O Rappa* aqui no Rio de Janeiro? Não paga quase nada, só uns R$300,00, a gravação é depois de amanhã e a gente te manda as passagens". E o cara, não sei por que, topou. Ele chegou no aeroporto, eu acho que ele

pensou que ia fazer um videoclipe num dos pontos turísticos do Rio de Janeiro, mas levamos ele para a Av. Brasil, Belford Roxo, num lixão, e paramos lá. O Peter não sabia nada sobre o roteiro, nem que estávamos fazendo, pois nem ele nem o Luís tinham participado de uma gravação antes. Enquanto eu conversava com o fotógrafo, com o Paulo Lins que foi junto comigo, o Peter, que era um músico (baixista), começou a pirar no lugar por causa dos LPs, nos discos e como Luís também gostava muito de música, os dois se conectaram. Ficaram três dias se conhecendo enquanto gravávamos o videoclipe. Quando fomos embora, os dois falaram que aquilo mexeu muito com eles, com a equipe inteira, porque estávamos vivendo o que estávamos filmando, foi ficção e vida ao mesmo tempo.

Quais aspectos que representaram melhor os moradores das comunidades?

Eu não tenho a menor ideia. Os videoclipes foram feitos de forma geral. Eles (os moradores) ajudaram na autoria e a gente improvisou. O *Minha alma* foi bem improvisado, até o jeito de eles falarem, de exporem o preconceito sutil que vivem todos os dias. Aquele videoclipe era inspirado numa coisa que tinha acontecido, um segurança matou um cara no estacionamento de um shopping no Rio de Janeiro pouco antes (da produção do videoclipe) e num pesadelo que eu tinha tido. Naquele videoclipe, a câmera está do ponto de vista de quem está realmente sofrendo preconceito, aquela violência, vivendo aquela realidade de primeira mão. Não está do ponto de vista da novela, da classe média que vê as pessoas das comunidades somente como motoristas, empregadas, taxistas ou seguranças. Mas também é uma realidade que é nossa, não é de fato, mas é. Afinal, somos responsáveis por isso também.

A técnica de direção para curta-metragem, videoclipe, comercial e filme é a mesma ou tem diferença?

Depende muito do filme. Eu fiz um videoclipe do Rick Martin que foi praticamente um comercial de televisão, com um monte de produto, cliente e agente interferindo. E às vezes, a gente faz um videoclipe sem grana, como fizemos esse d'*O Rappa* e do Bill, que não tem uma ideia comercial, é uma ideia artística.

Mas pra mim depende muito do projeto. Nem sempre consigo trabalhar do jeito que gosto. Prefiro montar uma equipe com pessoas que tenho afinidade, que têm sensibilidade, são abertas e gostam de colaborar. Fazemos um processo muito horizontal, aberto, em que a equipe inteira está participando da direção, conversando o tempo inteiro e afinando o roteiro junto. Gosto de parceria muito com os artistas também, porque se acreditamos no que eles estão fazendo, fazemos juntos, todo mundo se sente parte, como coautores, e deixa de ser uma simples encomenda. Mas, às vezes, eu preciso fazer uma encomenda, como o videoclipe do Rick Martin, que eu não tive nenhum controle sobre nada.

Como cineasta, o que te levou a fazer comercial, videoclipes etc.?

Depende. No meu caso, na maioria dos casos no Brasil, a gente gosta de fazer um pouco de tudo, eu fui fazer comercial. Eu estudei literatura, fui trabalhar num longa e na época o plano Collor acabou com o cinema no Brasil, a única coisa que sobrou foi comercial. Era onde eu podia fazer cinema e, na verdade, a publicidade foi uma escola para mim. Aprendi a ser muito ágil, conheci muito equipamento, equipes diferentes, fiz vários exercícios de estilos distintos, aprendi a contar uma história em trinta segundos e teve um monte de vantagens. Mas, com a publicidade você faz uma violência com você mesmo, porque não se acredita naquilo que está fazendo. Segundo, que uma coisa simples (teoricamente) tem uma política gigantesca por trás. Mas se paga as contas, né?

O longa-metragem é um outro tipo de experiência, é uma viagem, fica dois meses filmando, cinco anos fazendo filme, é muito demorado e é um mergulho muito profundo. Eu, como diretora no Brasil, tenho opção, porque no Brasil graças a Deus nós podemos fazer tudo, um pouco de documentário, um pouco de comercial, clipe, série, longa. Porque senão você passa cinco anos entre um longa e outro, o equipamento todo muda, as equipes todas mudam e você não exercita.

Já o documentário te dá um outro tipo de autoria. Eu não tenho uma visão de carreira. Eu percebo que hoje em dia as pessoas têm mais essa coisa da carreira, "como vou entrar". Mas, a questão

é que você tem que conhecer alguém, primeira coisa. Eu não sei se estudar cinema é o mais importante. As pessoas têm que confiar em você, abrindo espaço, tem que pôr o pé na porta e começar a mostrar serviço. É o único jeito, apesar que eu não conhecia ninguém do mercado quando entrei, ninguém me conhecia e nem a minha família. Fui mostrando meu trabalho. Não tem uma coisa muito certa, a pessoa não entra numa produtora numa série, num longa, do nada. Pode mandar currículo, mas geralmente é alguém que indica. Nesse meio é assim.

Você dirigiu recentemente o videoclipe Boa esperança (2015) do Emicida. Também com não-atores?

No clipe do Emicida foi legal porque a gente pegou a Divina, que é cozinheira, e a Raquel, que não são atrizes. Falamos com elas no centro de Mauá, quando estávamos fazendo pesquisa para o videoclipe. Fomos falar com domésticas para saber qual era a visão delas, e a partir das histórias que elas contaram, desenvolvemos o roteiro. Do elenco, além delas, tem o Jorge e a Domenica, que são filhos do Mano Brown, que já fizeram longa, são atores treinados e nunca foram empregados domésticos. E tem outra menina que fez uma empregada, que é branca, é top model, mas ela é filha de empregada doméstica e a madrasta dela também era empregada doméstica. Ela nunca tinha atuado. Convidamos essas pessoas, com experiências diferentes, com distinção em relação ao assunto abordado, mas fizemos uma preparação com ensaio e conversas, para terem uma vivência antes de filmar.

Você acredita que teve a mesma repercussão do Minha alma?

Na época que a gente fez o *Minha alma* e *O que sobrou do céu*, tinha a *MTV*, existiam outros lugares para mostrar, as pessoas estavam habituadas a assistir, também não tinha internet do jeito que é hoje. Então, as coisas tinham um impacto maior, tanto pra filme como para o videoclipe. Hoje em dia, as pessoas estão saturadas de tantas imagens, assuntos, tantas coisas circulando que para gerar aquele impacto massivo é mais difícil. As pessoas estão vendo muita coisa o tempo todo.

Outro ponto é que naquela época o assunto da desigualdade, da questão do racismo, era novo. Era uma pauta que vinha sendo discutida, era um momento de denúncia. Atualmente, a gente está em outro momento. Antes eu achava que só de contar uma história as pessoas perceberiam as coisas de um outro jeito e iriam entender. Atualmente, acho que as pessoas não querem compreender. Cada uma quer ver o que interessa, do ponto de vista dela, ficar na própria realidade, cada um no seu canal a cabo, no seu jornal, no *Facebook* reafirmando as próprias opiniões e não tentam sair muito disso. Hoje em dia, uma história de amor é a coisa mais radical que se pode fazer. É tudo arma, guerra, terrorismo. Naquele período, eu precisava falar aquilo e o videoclipe do Emicida é algo que eu acredito que precisa ser discutido, a questão das empregadas domésticas, que não está sendo devidamente abordada, mesmo acontecendo várias mudanças na lei.

Como foi feito o roteiro dos videoclipes?

A gente escreve o roteiro e aí vai afinando, fazendo uma lista de planos, de sequências. Mas muda conforme caminha a produção. Acaba ficando várias cenas numa só. Quando ensaiamos se modifica, é uma coisa orgânica, na verdade é um conceito que vai sendo esmiuçado.