



## Telephone – Barbie Gaga<sup>1</sup>

Krystine CARNEIRO<sup>2</sup>

Hallita AVELAR<sup>3</sup>

Cecília LIMA<sup>4</sup>

Paulo CAVALCANTI<sup>5</sup>

Wilfredo MALDONADO<sup>6</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### RESUMO

No calor da produção da indústria cultural, um videoclipe inspirado na cantora símbolo da cultura pop da atualidade, Lady Gaga, é criado. As Barbies representam as musas, que, na busca pela aparência perfeita, tornam-se verdadeiras bonecas de plástico. Explorando diferentes técnicas do audiovisual e se mantendo fiel à estética bizarra e polêmica da personagem escolhida, Telephone - Barbie Gaga surge para criticar e, ao mesmo tempo, homenagear o tão odiado e adorado mundo pop.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura pop; Lady Gaga; *stop-motion*; videoclipe.

### 1. INTRODUÇÃO

A sociedade vem se perguntando se os grandes nomes da cultura de massa estão no topo nos “Top 10” devido ao talento ou à polêmica que eles causam. Roupas minúsculas, brigas com paparazzi, cabelos raspados, figurinos bizarros, tudo isso leva as musas do pop às capas dos tabloides, independente de suas músicas.

Antes de tudo, uma pergunta. Alguém aí sabe cantar alguma música da Lady Gaga? Temos certeza de que a maioria das leitoras não sabe. Nós, da Redação, não sabemos. Mesmo assim, sabemos muita coisa sobre a Lady Gaga. Isso porque só se fala da moça. Cada espirro que a cantora dá é noticiado como um escândalo. [...] Parece que a cantora está ocupando os espaços nas páginas de jornais que antes eram da Amy Winehouse, com a diferença de que a Amy é talentosa e sabemos cantar músicas dela de cor. (LE MOS, 108, p.108)

Nina Lemos, em seu artigo em uma revista destinada ao público adolescente, faz uma crítica comparando Lady Gaga, um dos maiores símbolos da cultura pop atual, a Amy

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial, modalidade Produção multimídia (avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: krystinecarneiro@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: hallita\_\_@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: ceciliaxlima@gmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: phaca@uol.com.br.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: wilfredomaldonado@hotmail.com.



Winehouse, uma talentosa cantora de R&B que se envolve frequentemente em escândalos devido ao consumo de drogas. É Amy versus Gaga, o talento versus a performance.

Através de seus clipes, Lady Gaga tenta surpreender os seus espectadores para deixá-los na expectativa do próximo. Por trás das câmeras, a cantora continua nos holofotes, com todos sempre esperando a próxima polêmica que a moça irá causar. Essa indústria tende a continuar. Lady Gaga um dia não conseguirá render mais falatório nas ruas, mas outra virá para chamar a atenção do público, assim como já foi Madonna nas décadas de 80 e 90.

O videoclipe tem o poder de impor uma ditadura estética e comportamental nos espectadores. Strasburger afirmou que a "geração MTV" define o que é moda e o que não é, levando as adolescentes até a usarem letras e vídeos para lidar com suas identidades sexuais (2009, p.354). Considerando este pressuposto, pretendemos fazer uma crítica satirizando essa indústria cultural que manipula o comportamento dos jovens através dos vídeos performáticos e cheios de conotações sexuais.

## **2. OBJETIVOS**

### **. Objetivo geral:**

Criar um produto audiovisual fazendo referência e criticando a cultura pop.

### **. Objetivos específicos:**

- Explorar conhecimentos em fotografia, roteirização, cinema e direção de arte.
- Criar um produto cultural atraente e inovador.
- Atrair o público através do conteúdo crítico (paródia) e da estética do produto.

## **3. JUSTIFICATIVA**

A indústria cultural é recorrentemente associada aos ídolos pop americanos do momento. É evidente que, no decorrer dos anos, os ícones do meio musical são substituídos de acordo com o que for interessante ao público de determinada época.

A década de 80 foi o auge dos dois maiores nomes da música pop da história: Michael Jackson e Madonna. É inegável a importância desses dois cantores para a indústria cultural, mesmo agora, 30 anos depois de seus tempos áureos. Porém, atualmente, os símbolos da música pop mundial já são outros. Ao longo dos anos 90 e 2000, cantoras como Britney Spears e Christina Aguilera, além dos grupos *teen* Backstreet Boys e Spice Girls, dominaram o cenário musical.



Com a chegada dos anos 2010, mais uma leva de astros conquistou o topo das paradas de sucesso. Desde então, Justin Bieber, Rihanna, Beyoncé e Lady Gaga reinam absolutos como os principais símbolos da indústria pop. A partir do sucesso nos palcos e em vendas de discos, videoclipes, filmes e bonecas, entre outros produtos são disponibilizados aos fãs, gerando lucros exorbitantes aos empresários da área.

Refletindo sobre essa constante renovação dos símbolos midiáticos ao longo do tempo, resolvemos produzir um videoclipe que satirizasse o mundo pop atual. Optamos por uma canção de Lady Gaga, por esta ser provavelmente uma das cantoras mais polêmicas e comentadas do meio. A música *Telephone* foi escolhida não apenas por ter sido lançada na época da idealização do videoclipe, mas também porque traz a voz de outro ícone pop, a cantora Beyoncé Knowles.

Muitas das estrelas pop abusam de temas polêmicos em seus videoclipes e apresentações ao vivo. A veterana Christina Aguilera sempre faz uso da sensualidade ao interpretar suas canções, enquanto a princesa do pop, como é conhecida a cantora Britney Spears, já recorreu até a beijo gay. A própria Lady Gaga já causou muito falatório ao exagerar no apelo sexual de seus vídeos, em cenas que chegaram até mesmo a envolver figuras do cristianismo. Sua aparência exótica também chama atenção. As temáticas controversas somadas a um vestuário verdadeiramente bizarro faz de Lady Gaga uma das artistas mais faladas do momento.

Utilizando o recurso do *stop motion*, tentamos apresentar alguns dos elementos comuns nas produções musicais dos últimos anos, de modo a criticá-las. Optamos também por usar bonecas *Barbie* (criação de 1959 e que até hoje é um dos brinquedos mais procurados do mundo), ao invés de pessoas reais. Assim, acreditamos ter elaborado um vídeo inusitado, usando aí mais um elemento de destaque da indústria cultural.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

*Telephone – Barbie Gaga* foi um trabalho produzido para o Laboratório de Telecinejornalismo em agosto de 2010. Utilizamos vários recursos audiovisuais para compor um produto multimídia, no caso, um videoclipe musical. Trata-se de uma atividade na qual pudemos explorar nossos conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, em fotografia, animação, roteiro, sonorização e edição.

O videoclipe foi feito em três dias, sendo dois dedicados à produção – construção dos cenários e fotografias – e o último à edição e finalização. Utilizamos uma câmera

fotográfica Nikon D90 associada a um tripé, para primar pela boa qualidade do produto. A iluminação também mereceu atenção especial para que não ficasse diferente de uma foto para outra, assim utilizamos rebatedores e um *Sun gun* (foco de luz portátil). A edição foi feita no programa Adobe Premiere.

A principal técnica utilizada no produto é a do *stop motion*. Essa modalidade de animação é uma das mais antigas. Ela consiste essencialmente em fotografar individualmente um objeto, modificando aos poucos seus movimentos. Posteriormente, ao juntar a sequência de fotos em velocidade rápida, dá-se a impressão de movimento (HARPER, p.1). O material bruto de Telephone – Barbie Gaga incluía 1143 fotos, mas apenas 899 foram efetivamente utilizadas para compor os 3 minutos e 42 segundos do clipe.

Já tínhamos internalizado o conhecimento de que o cinema é também uma forma de *stop motion*, no qual cada *frame* corresponde a uma fotografia. Sabendo disso, fotografamos as miniaturas de forma a fazer movimentos de câmera semelhantes aos utilizados no cinema. No anexo 1 pode ser visto um movimento conhecido como *Tilt on camera* (panorâmica de cima para baixo). O efeito de focalização também foi obtido através de consecutivas fotografias (anexo 2).



Anexo 1



Anexo 2

A boneca Barbie foi escolhida como modelo não apenas por ser uma representação em pequena escala de um ser humano, mas por também constituir um símbolo da cultura pop, universo que envolve glamour e preocupação excessiva com a estética. Fizemos no clipe uma crítica às cantoras que constantemente fazem intervenções em suas aparências de forma a se assemelhem cada vez mais a um brinquedo plástico, artificial.

Mesmo a excentricidade intelectual ou espiritual mais estapafúrdia pode parecer um modelo a ser seguido quando a sociedade a eleva a uma espécie de culto. Na sociedade da mídia não há nada que não possa ser em breve intervalo encenado como moda de massas, porque a consciência dos consumidores há muito perdeu o gume e se acha indefesa. (KUNTZ, 2001)

O figurino das modelos é inspirado no da própria artista parodiada: Lady Gaga. A cantora americana é conhecida por seu gosto pouco usual para roupas, seus clipes são marcados por isso. A preferência pelo bizarro e inusitado prevalece na carreira de Lady Gaga, destacando-se como sua maior característica. O momento em que a Barbie está com os seios cobertos por um adesivo preto em formato de cruz é uma referência direta a um figurino comum da cantora, com o qual já foi fotografada algumas vezes (anexo 3).



Anexo 3

Além do *stop motion*, outra técnica visual utilizada em Telephone – Barbie Gaga foi o *chroma key*, na qual coloca-se um fundo de cor azul atrás dos modelos para, posteriormente, ser colocado outro cenário no lugar (anexo 4).



Anexo 4

A ilusão visual promovida por uma imagem televisiva ou cinematográfica tem por base a cor azul, que neutraliza o cenário, recortando o elemento de escolha a ser inserido em outra cena. A essa técnica de fazer transparecer uma imagem, ou parte dela, chamamos de *chroma key*, um processamento de imagens cujo objetivo é eliminar o fundo para isolar personagens ou objetos de interesse que posteriormente são combinados com outras imagens de fundo. (FONSECA, Teresa Cristina, p.15).

O recurso do *chroma key* foi fundamental para conceder maior dinamismo ao videoclipe, pois colocou as personagens em cenários reais.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Não obstante as referências diretas ao clipe da música *Telephone*, da cantora Lady Gaga, o produto multimídia Telephone – Barbie Gaga não se apresenta como uma cópia literal do original. Selecionamos elementos capazes de remeter o telespectador ao clipe-matriz, mas em nenhum momento nos propusemos a remontá-lo *ipsis litteris*. Trata-se de uma nova leitura do trabalho da cantora americana, atual símbolo da música pop, reconhecida pela sua subversão estética.

Um dos momentos em que é possível lembrar imediatamente do clipe original aparece ao 1'34''. Surge em cena uma nova personagem, uma Barbie negra com uma roupa estilo *cowgirl* dirigindo um carro. Associação com a cantora Beyoncé – que participa do clipe de Lady Gaga – é inevitável (anexo 5).



Anexo 5

Durante o processo de execução do projeto, foram realizados diversos ensaios fotográficos com os modelos (bonecas Barbie e boneco Ken). Por ensaio, deve-se compreender o conjunto de fotografias feitas dos personagens com um mesmo figurino e em só cenário, com pequenas alterações nos posicionamentos dos elementos. Desses ensaios foram retiradas as melhores sequências de fotos que, depois, foram agrupadas em blocos temáticos. Por fim, esses blocos foram montados de forma a construir uma narrativa.

Em termos gerais, *Telephone* – Barbie Gaga mostra o apelo sexual presente na maioria dos videoclipes de artistas pop. Dessa forma, nosso produto vem em forma de sátira. No clipe, o telespectador pode ver uma garota que se veste de forma *nonsense* e que desenvolve relações afetivas com homens e mulheres: uma fórmula que rendeu a Lady Gaga o sucesso bilionário do qual goza atualmente.

Os últimos 40 segundos do videoclipe são dedicados a uma espécie de *making of*. O fundo azul responsável pelo *chroma key* e as mãos que seguravam as modelos aparecem. A fonte utilizada para expor os créditos da produção também se constitui em uma leve referência ao clipe original, no qual é usada uma tipologia semelhante.

## 6. CONSIDERAÇÕES

Ao término da elaboração deste videoclipe, acreditamos ter cumprido os objetivos previamente traçados para o trabalho. Procuramos retratar elementos do mundo pop, fazendo uma sátira às produções musicais da atualidade. A escolha por *Telephone*, interpretada por Lady Gaga e Beyoncé, nos pareceu ideal, pelo lançamento da música na época da produção do videoclipe e, claro, por ela trazer nos vocais dois dos maiores ícones do cenário musical.

O uso de bonecas tinha o objetivo de tornar o vídeo diferente e até mesmo engraçado, efeito que dificilmente seria atingido se tivéssemos utilizado pessoas reais. As bonecas Barbie também são uma referência à indústria cultural que temos nos dias de hoje. O mundo se espelha nas celebridades. Os cabelos, as roupas e o estilo das grandes estrelas são copiados em todos os lugares, criando um padrão de beleza perseguido por um sem-número de adeptos.

Podemos dizer que a *Barbie* também tem sua importância ao lançar moda a crianças e adolescentes do mundo inteiro. Sendo assim, optamos por criar nas bonecas as imagens das cantoras, copiando desde o figurino inusitado ao visual do clipe original.

O vídeo já teve mais de 900 visualizações no YouTube e o retorno do público é bastante positivo, o que nos leva a crer que tratamos do tema da melhor maneira possível. Para espalhar ainda mais o vídeo, também presenteamos algumas pessoas com CDs contendo o videoclipe e de capa personalizada. Acreditamos ter abordado o assunto de modo divertido, criticando a produção em massa de um conteúdo, muitas vezes, fraco e vazio.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

STRASBURGER, Victor C.; WILSON, Barbara J.; JORDAN, Amy Beth. **Children, adolescents and the media**. 2. ed. New Mexico, Illinois, Pennsylvania: Sage Publications, 2009. 615 p.

LEMOS, Nina. **Badulaque: A não entrevista do mês: Lady Gaga**. **Tpm**, São Paulo, v. 9, n. 95, p.108, fev. 2010.

HARPER, Dennis; PETTY, Cameron; RIESENBERGER, Stephen. **Stop Motion Animation System**. California, 1994.

FONSECA, Teresa Cristina. **Imagens espetaculares: para além dos damascos azuis**. Universidade de Brasília, 2006.

KURZ, Robert. **A comercialização da alma**. São Paulo: Folha de São Paulo, 11 de fevereiro de 2001.