

16

ARLINDO MACHADO

A TELEVISÃO
LEVADA A SÉRIO

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Machado, Arlindo

A televisão levada a sério / Arlindo Machado. –
São Paulo : Editora SENAC São Paulo, 2000.

Bibliografia.
ISBN 85-7359-130-7

1. Televisão 2. Televisão – História 3. Televisão –
Programas 4. Televisão – Semiótica I. Título.

00-2334 CDD-302.2345

Índices para catálogo sistemático:

1. Televisão : Comunicação : Sociologia 302.2345



ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO SENAC NO ESTADO DE SÃO PAULO

Presidente do Conselho Regional: Abram Szajman

Diretor do Departamento Regional: Luiz Francisco de Assis Salgado

Superintendente de Operações: Darcio Sayad Maia

EDITORA SENAC SÃO PAULO

Conselho Editorial: Luiz Francisco de Assis Salgado

Claiton Martins

Décio Zanirato Junior

Darcio Sayad Maia

A. P. Quartim de Moraes

Editor: A. P. Quartim de Moraes (quartim@sp.senac.br)

Coordenação de Prospecção Editorial: Isabel M. M. Alexandre (ialexand@sp.senac.br)

Coordenação de Produção Editorial: Antonio Roberto Bertelli (abertell@sp.senac.br)

Preparação de Texto: Luiz Carlos Cardoso

Revisão de Texto: J. Monteiro

Katia Miaciro

Maristela S. da Nóbrega

Capa: João Baptista da Costa Aguiar

Projeto Gráfico e Edição Eletrônica: Lato Senso – Bureau de Edição

Impressão e Acabamento: Cromosete Gráfica e Editora Ltda.

Gerência Comercial: Marcus Vinicius B. Alves (vinicius@sp.senac.br)

Vendas: José Carlos de Souza Jr. (jcr@sp.senac.br)

Administração: Rubens Gonçalves Folha (rfolha@sp.senac.br)

Todos os direitos desta edição reservados à

Editora SENAC São Paulo

Rua Teixeira da Silva, 531 – CEP 04002-032

Caixa Postal 3595 – CEP 01060-970 – São Paulo – SP

Tels. (11) 3884-8122 / 3884-6575 / 3889-9294

Fax (11) 3887-2136

E-mail: eds@sp.senac.br

Home page: <http://www.sp.senac.br>

© Arlindo Machado, 2000

SUMÁRIO

Nota do Editor	7
Pode-se amar a televisão?	9
Televisão: a questão do repertório	15
Televisão, essa desconhecida	15
Uma nova maneira de pensar a televisão	20
Qualidade em televisão	22
Em busca do repertório fundamental	26
Trinta programas mais importantes da história da televisão	31
Outros trabalhos importantes a considerar	61
Trabalhos brasileiros mais destacados	65
Os gêneros televisuais e o diálogo	67
Formas fundadas no diálogo	71
A narrativa seriada	83
As vozes do telejornal	99
O que informa um telejornal?	110
Dez reportagens que marcaram a história	114
Poética da transmissão ao vivo	125
A arte do improviso	130
Tempo real e tempo presente	137
Dez surpresas da televisão ao vivo	141

Da sinestesia, ou a visualização da música	153
Música e imagem	158
Reinvenção do videoclipe	173
Redefinindo o videoclipe	176
O videoclipe como síntese audiovisual	182
Dez videoclipes arrasadores	187
O grafismo televisual	197
A poesia na tela	207
Por uma semiótica das novas formas poéticas	215
Por que se desorganizam a linguagem e o sentido?	225
Onde pesquisar televisão	235
Referências bibliográficas	241
Fontes	245

NOTA DO EDITOR

Esta obra pioneira de Arlindo Machado, lançada pela Editora SENAC São Paulo, observa a televisão de um ponto de vista diferente do que é habitual, elegendo a qualidade como a questão central de sua análise. Em quase todas as publicações sobre o tema, a ênfase tem sido dada ao estudo da televisão entendida como um processo tecnológico, um empreendimento comercial ou um sistema de controle político-social. Deslocando seu olhar, o autor concentra a atenção no conteúdo, nos trabalhos audiovisuais efetivamente produzidos e exibidos.

Ao apresentar este livro, de sabor agradável e instigante tanto para pesquisadores e estudantes da área quanto para o leitor não-especializado, o SENAC de São Paulo reafirma um compromisso com a televisão levada a sério, já demonstrado na Rede SescSenac de Televisão e em seu Centro de Comunicação e Artes.

REINVENÇÃO DO VIDEOCLÍPE

É preciso prestar mais atenção aos videoclipes. Já se foi o tempo em que esse pequeno formato audiovisual era constituído apenas de peças promocionais, produzidas por estrategistas de *marketing* para vender discos. A última safra de videoclipes está aí para demonstrar que o gênero mais genuinamente televisual cresceu em ambições, explodiu os seus próprios limites e está se impondo rapidamente como uma das formas de expressão artística de maior vitalidade em nosso tempo. Mais do que isso: numa época de entreguismo e de recessão criativa, o videoclipe aparece como um dos raros espaços decididamente abertos a mentalidades inventivas, capaz ainda de dar continuidade ou novas conseqüências a atitudes experimentais inauguradas com o cinema de vanguarda dos anos 20, o cinema experimental dos anos 50-60 e a videoarte dos anos 60-70. Se é verdade que o grosso da produção permanece banal e repete ainda modelos comerciais padronizados, conforme se pode ver na programação habitual de redes televisuais do tipo MTV ou VH-1, também é verdade que inteligências pouco conformistas estão migrando para isso que os falantes de língua inglesa chamam, com muito mais propriedade, de *music video* e descobrindo nele um caminho estratégico para a revigoração do espírito inventivo no plano do audiovisual.

Existem boas razões para isso. Do ponto de vista prático, o videoclipe é um formato enxuto e concentrado, de curta duração, de custos relativamente modestos se comparados com os de um filme ou de um programa de televisão, e com um amplo potencial de distribuição. De outra parte, graças ao videoclipe, recur-

sos tecnológicos e financeiros consideráveis estão hoje sendo alocados para a produção de trabalhos abertamente experimentais, quando até pouco tempo atrás obras dessa natureza eram produzidas à custa dos próprios realizadores. E o que é mais importante: graças ao papel catalisador da música *pop*, a que o videoclipe encontra-se estruturalmente associado, esta talvez seja a primeira vez que certas atitudes transgressivas no plano da invenção audiovisual encontram finalmente um público de massa.

Já faz algum tempo que inteligências significativas no universo do audiovisual experimentam com o formato videoclipe. Robert Breer, por exemplo, trouxe ao clipe a sua reinterpretação da antiga técnica do *flipbook* ou do folioscópio, antes utilizada por ele apenas em filmes experimentais de difícil acesso. Esse procedimento criativo pode ser visto em *Blue Monday* (1988), videoclipe feito em parceria com o artista plástico e pioneiro da videoarte William Wegman, para a banda New Order. Michelangelo Antonioni, um dos principais inventores do cinema moderno, fez o delicado *Fotoromanza* (1984) para a cantora italiana Gianna Nannini. O artista plástico Robert Longo, um dos mais influentes do movimento “pós-moderno” dos anos 80, fez o pulsante *Bizarre Love Triangle* (1986) para o New Order, além de *The One I Love* (1987) para o R.E.M. Andy Warhol, o pai da *pop art*, depois de realizar, com a banda Velvet Underground nos anos 60, diversos curtas-metragens precursores do conceito de clipe, fez também *Hello, Again* (1984) para os Cars. Tony Oursler, criador do videoteatro de inspiração expressionista, fez *Tunic* (1990) para o Sonic Youth. Joan Logue, um dos nomes mais importantes da videoarte norte-americana, dirigiu *René and Georgette Magritte* (1984) para a canção de Paul Simon, com base numa antiga fotografia do casal Magritte. Charles Atlas, o mestre da videodança, fez *Silver Rocket* (1988) também para o Sonic Youth. Robert Frank, fotógrafo e cineasta do movimento experimental dos anos 50-60, autor de um filme marcante do movimento *underground*: *Pull My Daisy* (1959) e introdutor do conceito de *action photography* (a partir de Pollock), fez *Run* (1989) novamente para o New Order. O videoartista nova-iorquino Jem Cohen fez vários trabalhos para a banda R.E.M., com destaque para um clipe em forma de documentário – *Talk About the Passion* (1988) – sobre os *homeless* (sem teto) de Nova York. O coreógrafo francês Philippe Decoufle, com base em esquemas do pintor e teatrólogo da Bauhaus Oskar Schlemmer, dirigiu e coreografou *True Faith* (1989), mais uma vez para o New Order.

A lista poderia se estender indefinidamente, sobretudo se nela incluíssemos também cineastas que fazem um cinema de apelo comercial mas dotado de per-

sonalidade, como é o caso de Wim Wenders, Jim Jarmusch, Martin Scorsese, Spike Lee, Alex Cox, Jonathan Demme, David Linch, Alan Parker, Gus Van Sant, Brian de Palma, Ridley Scott, Leos Carax e John Landis, todos eles com passagem pelo videoclipe, ou também realizadores que fizeram o caminho inverso (começaram pelo videoclipe e depois migraram para outras aventuras audiovisuais), como é o caso de Annabel Jankel e o espanhol Xavier Villaverde. Nos EUA, o mestre dos musicais Stanley Donen refez, no videoclipe *Dancing on the Ceiling* (1986), a célebre dança pelas paredes e teto de uma casa, já anteriormente encenada por ele no filme *Royal Wedding* (*Núpcias reais*–1951), só que agora substituindo Fred Astaire por Lionel Richie. E no Brasil, alguns de nossos mais importantes realizadores de vídeo também assinaram videoclipes para nomes conhecidos da música popular: é o caso de Éder Santos (que fez clipes para o Uakti, o Câmbio Negro e Milton Nascimento), Sandra Kogut (clipes para Fausto Fawcett, Ed Motta e Fernanda Abreu), Walter Silveira (clipes para o Gang 90 e as Absurdettes) e Tadeu Jungle (clipe para Arnaldo Antunes). Como se vê, o videoclipe, tradicionalmente associado ao gosto e ao comportamento de *teenagers*, chega finalmente à idade adulta.

Franck Dupont já observou que quando um artista como o polonês Zbigniew Rybczynski, com um longo passado de experimentação em cinema e vídeo, realiza um clipe como *Imagine* (1987), ele não está mais pensando num promocional do disco ou da música de John Lennon (na verdade, ele nem sequer foi contratado ou pago para isso), mas sim em realizar, a partir de algumas idéias já contidas na canção de Lennon, um verdadeiro vídeo experimental dentro do formato clipe.¹ Em outras ocasiões, mesmo trabalhando sob encomenda de gravadoras – como em *The Original Wrapper* (1986) para Lou Reed e em *Oportunities* (1986) para os Pet Shop Boys – o videoclipe aparece a Rybczynski claramente como uma oportunidade para investigar novas idéias dentro do universo do audiovisual. Alguns videoclipes são assumidamente construções poéticas na melhor tradição da videoarte. Veja-se o caso de *Street Spirit* (1995), realizado por Jonathan Glazer para o Radiohead: o recurso técnico que permite registrar cada personagem numa velocidade diferente dos outros (uns em câmera lenta, outros em câmera acelerada e uns terceiros em velocidade “normal”) é aqui aplicado com tal delicadeza que nasce daí uma intensidade poética rara de se encontrar numa produção em escala massiva.

¹ Franck Dupont, “A propos du clip”, em *Cahiers du Cinéma, numéro spécial sur musiques au cinéma*, Paris, 1994, p. 109.

REDEFININDO O VIDEOCLÍPE

Várias tendências estilísticas e conceituais estão contribuindo para a redefinição do conceito de videoclipe. Em primeiro lugar, o velho clichê publicitário segundo o qual o clipe se constrói a partir da exploração da imagem glamourosa de astros e bandas da música *pop* vai sendo aos poucos superado e substituído por um tratamento mais livre da iconografia. Alguns clipes recentes abolem completamente as imagens dos intérpretes, substituindo-as por paisagens vagas, anamorfozes de toda espécie e até mesmo por imagens inteiramente abstratas. Às vezes, as imagens dos vocalistas e instrumentistas são utilizadas de forma bastante discreta, como se fossem figuras furtivas e secundárias, à maneira das aparições de Hitchcock em seus filmes. Há, em todo caso, uma tendência mais ou menos generalizada no sentido de minimizar a presença física dos intérpretes na cena, em troca de uma maior liberdade de manejo plástico do quadro. Isso tem possibilitado um salto qualitativo no tratamento visual dos clipes e ao mesmo tempo permitido que a imagem seja trabalhada como textura, tapeçaria cromática e sofra a mesma interferência ou processamento que já ocorre na música. Em lugar de uma galeria de retratos animados de astros e estrelas do mercado fonográfico, o videoclipe passa agora a ser encarado como uma forma autônoma, na qual se podem praticar exercícios audiovisuais mais ousados.

Algumas verificações. *Crush with Eyeliner* (1994), um irônico clipe dirigido por Spike Jonze, substitui as imagens da banda R.E.M. por japoneses num clube de Tóquio praticando caraoquê com a canção-título. *Elektrobank* (1997), do mesmo diretor, baseia-se inteiramente numa performance de ginástica acrobática, enquanto a única imagem dos Chemical Brothers que aparece em cena é uma pequena e quase imperceptível fotografia colocada sobre a mesa da ginasta. *Nightswimming* (1992), um dos mais inspirados (e proibidos) clipes da última safra, realizado por Jem Cohen também para o R.E.M., mostra na pista de imagens apenas detalhes de corpos nus no fundo de uma piscina, dissolvidos pelos efeitos de refração da água. O exemplo mais extremo é *Sign' o' the Times* (1987), realizado por Prince para sua própria canção, em que a única coisa visível na tela é a letra da canção, excepcionalmente trabalhada em termos de desenho gráfico. Uma tendência forte atualmente é a utilização de animação no lugar de imagens naturalistas obtidas por câmeras. Toda espécie de animação tem sido experimentada nos vídeos, em geral para a obtenção de resultados de inspiração abstrata ou surrealista: animação de objetos – *On* (1995), de Jarvis Cocker e Martin Wallace para o Aphex Twin –, animação de massas de moldar – *Big Time* (1986),

de Stephen Johnson para Peter Gabriel –, animação de grafismos gerados em computador – *One Love* (1993), realizado pela empresa Hyperbolic Systems para o Prodigy – e até um verdadeiro *tour de force* dos maiores nomes da animação atual, incluindo a equipe Aardman e os soturnos Brothers Quay, em *Sledgehammer* (1986) para Peter Gabriel, com direção novamente de Stephen Johnson.

Outra tendência importante do atual videoclipe é o abandono ou a rejeição total das regras do “bem fazer” herdadas da publicidade e do cinema comercial. O que vale agora é a energia que se imprime ao fluxo audiovisual, a fúria desconstrutiva e libidinosa que sacode e dissolve as formas bem definidas impostas pelo aparato técnico. Nada daquele controle de qualidade que poderia imprimir ao produto a chancela de um acabamento industrial. Em lugar da competência profissional ou da mera demonstração de um bom aprendizado das regras e truques do feudo audiovisual, agora presenciamos o retorno a um primitivismo deliberado, à imagem “suja”, mal iluminada, mal ajustada, mal focada e granulada, o corte na rebarba, a câmera sem estabilidade e sacudida por verdadeiros terremotos, todas as regras mandadas para o vinagre e todo o visível reduzido a manchas disformes, deselegantes, gritantes, inquietantes.

Os incríveis vídeos feitos por Peter Christopherson para o Rage Against the Machine (*Freedom, Bulls on Parade, People of the Sun*) parecem ter passado por um banho de ácido sulfúrico antes da exibição, tamanho o grau de corrosão das imagens, além de utilizar com muito senso de oportunidade o antigo efeito de “queima” da película pelo carvão do projetor cinematográfico. *Stupid Girl* (1995), dirigido por Samuel Bayer para o Garbage, utiliza filmes riscados e envelhecidos, ou fitas cheias de *drop outs* (falhas no revestimento magnético). *Milk* (1995), realizado por Stephane Sednaqui para a mesma banda, apresenta imagens inteiramente fora de foco do começo ao fim do vídeo. Sandra Kogut lança mão de efeitos de perda de sintonia ou falhas do sincronismo vertical da imagem eletrônica para compor o seu *Juliette* (1988), com música de Fausto Fawcett. Por sua vez, os radicais (anti)vídeos realizados por James Herbert para o R.E.M. (*Left of Reckoning, Driver 8, Life and How to Live It, Feeling Gravity Pull*) apresentam movimentos desagradavelmente quebrados, imagens instáveis, às vezes superexpostas, outras vezes subexpostas e vazamentos de luz nas bordas do quadro (como se a lata de negativo tivesse sido aberta à luz do sol). Clipes como esses são feitos para parecer *home videos* ou *home movies* praticados por iniciantes com câmeras quebradas e filmes vencidos. Mas essa primeira impressão engana, pois muitas vezes esses resultados aparentemente desarticulados são obtidos à custa de muito cálculo, sofisticado processamento técnico e, acima de tudo, sen-

sibilidade para perceber um enorme potencial poético naquilo que a rotina produtiva considera erro, defeito, imperfeição ou amadorismo.

Naturalmente, atitudes transgressivas e inovadoras dentro do clipe estão em geral associadas à música de bandas que também adotam uma postura independente ou desconfiada em relação aos ditames das indústrias fonográfica e televisual (Lou Reed e o Velvet Underground, R.E.M., Garbage, Radiohead, Joy Division/New Order), ou que abertamente incorporam distorções, ruídos dissonantes e sonoridades pouco suportáveis a ouvidos tradicionais (Sonic Youth, Rage Against the Machine e, no Brasil, Arnaldo Antunes). Na verdade, sempre acaba acontecendo uma atração natural entre videastas e músicos que buscam um trabalho menos esclerosado e que se dispõem a colocar entre parênteses os esquemas adquiridos à custa do hábito, da repetição ou da imposição do mercado. O videoclipe mais interessante é, portanto, aquele que nasce de uma sensibilidade renovada e de uma decisão crítica nos planos musical e audiovisual ao mesmo tempo. Essas atitudes criativas são hoje mais facilmente encontradas em produções de caráter independente, realizadas à margem dos esquemas mercadológicos predominantes.

Paralelamente a essa atitude de inconformismo com relação aos cânones acumulados pelo audiovisual, o videoclipe busca também algo assim como uma nova visualidade, de natureza mais gráfica e rítmica do que fotográfica. Muitas vezes se critica o clipe pela sua montagem demasiado rápida, seus planos de curtíssima duração e o encavalamento de diversas tomadas dentro do mesmo quadro. Naturalmente, quem faz essa crítica considera que as imagens precisam ser suficientemente distintas e “durar” um tempo necessariamente longo para que consigamos reconhecê-las, com base no princípio e pressuposto de que todo audiovisual deve ser obrigatoriamente figurativo e referir-se mimeticamente a coisas ou seres reconhecíveis do mundo material. Mas as imagens do clipe têm sido tão esmagadoramente contaminadas pelas suas trilhas musicais, que acaba sendo inevitável a sua conversão em *música*, isto é, numa calculada, rítmica e energética evolução de formas no tempo. Nesse sentido, pode ser muito útil observar como o clipe está evoluindo de um mero adendo figurativo à música para uma estrutura motovisual que é, ela também, em essência, de natureza musical.

Uma das razões mais fortes que têm levado realizadores, produtores e bandas a romper com os modelos narrativos e figurativos do primeiro videoclipe é o fato desse formato nem sempre ser destinado à visualização convencional, por um espectador passivo sentado diante da televisão. Como já observou Pat Aufderheide, “os videoclipes ultrapassaram também os limites do próprio aparelho de TV, invadindo as salas de exibição, tomando conta de paredes de *shopping*

centers e lojas de departamentos, e se fazendo presente até mesmo nas performances ao vivo e na cena dos clubes”.² Mas foi particularmente no ambiente das *raves* que a nova forma do videoclipe explodiu. Em locais onde o público predominantemente vai para dançar, não fazem sentido imagens que exigem acompanhamento, contemplação, atenção fixa na tela. Nesses ambientes, as imagens costumam ser de outra espécie, algo assim como padrões de estimulação retiniana muito semelhantes aos padrões rítmicos da música, o que as aproxima fortemente daquela iconografia pulsante que Nam June Paik transformou em arte e expressão de uma sensibilidade contemporânea. Aliás, a matriz dos clipes “dançantes” está nos vídeos musicais que Paik fez nos anos 70 (a coletânea *Global Groove* é um bom exemplo) e, de fato, os primeiros clipes concebidos “para dançar” – por exemplo, *Planet Rock* (1982), *remix* realizado por Dann Cornyelz e Jessica Jason para a música do DJ Afrika Bambaataa e seu grupo Soulsonic Force – eram cópias declaradas dos trabalhos do célebre videoartista coreano. Num outro sentido, os videoclipes endereçados aos *clubbers* (e não aos telespectadores convencionais) reinterpretam numa direção inteiramente nova o conceito de cinema ou vídeo *ambiente*, introduzido por Andy Warhol e Brian Eno.

Boa parte dos clipes realizados para o Underworld são verdadeiros achados nessa direção. Neles, quase nada há para se “ver” no sentido *indicial* do termo, quase nada pode ser “lido” como alusão a alguma coisa do chamado mundo real. As imagens são puros estímulos visuais (cor, movimento, ritmo) e mesmo quando podem ser reconhecíveis enquanto referências miméticas, o que importa nelas é a massa, a metamorfose das cores e texturas ao longo do tempo. *Everybody in the Place* (1992), que Russell Curtis fez para o Prodigy, é ainda mais radical: uma montagem ágil, sincopada e rapidíssima (quase ao nível do fotograma) faz as imagens dançarem no ritmo da música, de tal forma que, a partir de uma certa velocidade de apresentação, o que conta não é mais o que se pode reconhecer como figuras do mundo visível, mas as sugestões puramente icônicas das cores e formas, ou o seu movimento faiscante na tela.

Mais comumente, busca-se um equilíbrio entre o efeito figurativo tradicionalmente esperado e o efeito rítmico-musical agora buscado. No clipe *Say No Go* (1989), que Mark Pellington fez para o grupo De La Soul, por exemplo, o contexto social do *rap* (subúrbios pobres e negros dos Estados Unidos, por onde passam os membros da banda) coexiste com imagens abstratas que marcam o ritmo forte

² Pat Aufderheide, “Music Videos: The Look of the Sound”, em Todd Gitlin (org.), *Watching Television* (Nova York: Pantheon, 1986), p. 111.

e sincopado da música. *Macbeth* (1988) e *Mildred Pierce* (1990), ambos realizados por David Markey para o Sonic Youth, parecem apontar para uma direção mais produtiva, na medida em que levam às últimas conseqüências o hibridismo fundamental do clipe, evitando, dessa maneira, que imagens figurativas e formas rítmico-abstratas sejam percebidas como coisas diferentes. Nestes dois últimos videoclipes, imagens coloridas, em preto e branco e colorizadas a mão; bem definidas ou granuladas; tomadas com câmeras profissionais, com câmeras caseiras ou diretamente desenhadas sobre a película; figurativas ou abstratas; limpas ou sujas; captadas especificamente para o clipe ou retiradas de arquivos; vazias de significado ou carregadas de referências culturais – por exemplo, a baixista Kim Gordon cuspiendo numa calçada da Disneylândia onde estava esculpido o nome de Joan Crawford, a atriz do filme *Mildred Pierce* (*Alma em suplício*, 1945) – são coladas numa seqüência paradoxal, sem qualquer unidade técnica, estilística ou conceitual.

Aqui chegamos a outra tendência importante do videoclipe: a *descontinuidade*. Tudo muda na passagem de um plano a outro: a indumentária dos intérpretes, o lugar onde se ambienta a canção, a luz que banha a cena, o suporte material (filme ou vídeo de distintas bitolas) e assim por diante. Os planos de um videoclipe (mas admitamos que o conceito de plano é problemático no universo do clipe) são unidades mais ou menos independentes, na quais as idéias tradicionais de sucessão e de linearidade já não são mais determinantes, substituídas que foram por conceitos mais flutuantes, como os de fragmento e dispersão. Na verdade, não existem razões para a obediência aos cânones clássicos de continuidade pela simples razão de que pouquíssimos clipes são realmente *narrativos*, nos sentidos literário e cinematográfico mais habituais. O que se vê com maior freqüência nos clipes é algo assim como um *efeito de narração*, ou um *simulacro de ficção* – termos usados por Zunzunegui a propósito justamente de alguns videoclipes –, sugeridos por cenas isoladas, mas que não engrenam jamais uma continuidade narrativa de tipo clássico.³ Tome-se o caso de *Sabotage* (1994), realizado por Spike Jonze para os Beastie Boys. Tudo parece indicar um filme policial ou um seriado de televisão do tipo *Starsky and Hutch*: o clipe sugere o tempo todo certas marcas da ficção, com cenas prototípicas de filmes de ação e, às vezes, até mesmo chega a insinuar alguns fios narrativos de uma possível trama (policiais perseguindo traficantes de drogas). Mas mal os “personagens” delineiam os gestos

³ Santos Zunzunegui, “Espacio del sentido y escritura narrativa en el video de creación”, em *Telos*, nº 9, 1987, p. 60.

de uma ação, salta-se para outro espaço, outro tempo ou outro nível de realidade. Nenhuma das intrigas que ameaçam esboçar-se são realmente desenvolvidas. Nesse sentido, o videoclipe pode ser tomado como um *ersatz* do *trailer* cinematográfico, pois tal como neste formato publicitário, ele constrói sintagmas elípticos e uma montagem rápida de fragmentos dispersos, sugerindo uma narrativa possível, malgrado não ainda desenvolvida. É como se, em sua inconsistência narrativa, o clipe transformasse o efeito *zapping* da televisão em elemento estrutural engendrador de uma outra espécie de comédia humana.

Outra forma de descontinuidade experimentada no atual videoclipe pode ser encontrada na combinação imagem-som. Até pouco tempo atrás, o clipe obedecia a certas regras básicas de formatação, como a (auto)dublagem com sincronismo labial, o corte *on the beat* – ou seja, na batida mais forte da barra, em geral definida por um toque de bateria, com ligeiras variações, segundo Goodwin, para evitar uma edição muito mecânica – e a duração coincidente com a duração da música.⁴ Recentemente, porém, o clipe passou a ser concebido com uma certa liberdade em relação à música (o que representa uma maneira mais complexa de pensar a sincronização imagem-som), havendo mesmo casos em que a peça musical é modificada para adaptar-se à concepção filmica. Em vários trabalhos apresentados na coletânea *Nome* (1993), de Arnaldo Antunes, por exemplo, as músicas têm concepções diferentes nas versões para CD e para vídeo. Para editar o videoclipe *Driving All Night* (1986), o diretor japonês Tell Sato fez vários cortes na música de Yutaka Ozaki, para nela inserir longos trechos de silêncio, que não estavam na gravação original. Nos clipes de James Herbert para o R.E.M., já anteriormente citados, não há qualquer sincronismo entre as pistas de som e de imagem. Na verdade, as duas pistas nem sequer respeitam a duração uma da outra: a imagem pode acabar antes da música, ou vice-versa. Quanto à dublagem, ela começa agora a ser utilizada também com função paródica, como acontece naqueles casos em que as vozes que se ouvem na pista sonora não são das mesmas pessoas que aparecem cantando na pista de imagem – vide o exemplo de *Don't Fence Me In* (1990), que David Byrne fez para sua própria canção e o anteriormente citado *Crush with Eyeliner*. Por fim, diferentemente do que acontecia antes, em que a pista sonora era constituída exclusivamente da canção-título, agora já se admite também o acréscimo ao videoclipe de ruídos, vozes, ambientação sonora de toda sorte e até mesmo outras músicas: é caso de *Fight*

⁴ Andrew Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992), p. 62.

the Power (1989), realizado por Spike Lee para o Public Enemy, com o acréscimo de vozes de multidão; *Just* (1995), dirigido por Jamie Thraves para o Radiohead, em que um segundo texto, com os diálogos de uma metanarrativa de ficção, é superposto àquele cantado na trilha sonora; e *Well, Did You Evah!* (1990), de Alex Cox, em que os debochados Iggy Pop e Deborah Harry parodiam Frank Sinatra e Bing Crosby em *High Society* (*Alta sociedade*, 1956), com ruídos de toda espécie acrescentados na trilha sonora.

O VIDEOCLÍPE COMO SÍNTESE AUDIOVISUAL

Esquemáticamente, podemos considerar três grandes grupos de realizadores de videoclipes. O primeiro, o mais primitivo de todos, é o que faz o clipe promocional mais ordinário, mera ilustração de uma canção preexistente. Com esse grupo não vale a pena perder tempo. O segundo é aquele de que estivemos tratando mais diretamente até aqui: compreende toda uma comunidade de realizadores oriunda do cinema ou do vídeo experimentais e que, aliada a compositores e intérpretes mais ousados, logrou transformar esse formato de televisão num campo vasto e aberto para a reinvenção do audiovisual. Mas há ainda um terceiro grupo, de que vamos tratar agora: é aquele que encara o clipe como uma forma audiovisual plena e auto-suficiente, capaz de dar uma resposta mais moderna à busca secular de uma perfeita síntese da imagem e do som.

Esse terceiro grupo é composto de um outro tipo de realizadores: são, em geral, músicos que, além de dar conta de toda a tarefa da composição e interpretação de suas peças musicais, enfrentam também eles próprios a concepção visual do clipe. Um fenômeno digno de menção no universo da cultura *pop* é o surgimento de uma geração de músicos dotados também de talento para o audiovisual. De fato, alguns nomes estratégicos no panorama da música contemporânea vieram do terreno do cinema ou do vídeo. Por exemplo, John Cale, conhecido violinista, guitarrista e tecladista, fez cinema experimental em 8 mm e 16 mm antes de se engajar no Velvet Underground, ao lado de Lou Reed. O seu *Police Car* (1966) é hoje uma peça inevitável em qualquer mostra decente de cinema de invenção. Yoko Ono, parceira de John Lennon após a saída deste dos Beatles, fez cinema experimental em 16 mm desde a década de 60 e passou a dirigir com Lennon depois da união dos dois. Jim Morrison e Ray Manzerek, respectivamente vocalista e tecladista do grupo The Doors, conheceram-se na escola de cinema da Ucla e foi lá que decidiram formar a banda que os tornou

célebres. Antes de se dedicar à música, Manzerek já havia dirigido vários curtas, alguns dos quais – como *Evergreen* (1964) e *Induction* (1965) – diretamente influenciados pela então nascente *nouvelle vague* francesa. Depois, ele iria dirigir a maior parte dos clipes de sua banda. Jim Morrison, por sua vez, realizou um dos mais antigos videoclipes que se conhece: *The Unknown Soldier* (1968), um trabalho um pouco ingênuo na concepção, malgrado inquietante e suficientemente incômodo para que fosse proibido nos EUA. Grande parte dos clipes do Sonic Youth foram realizados pelo guitarrista Thurston Moore, pela baixista Kim Gordon ou pelo baterista Steve Shelley, ou seja, pelos próprios membros da banda. David Byrne, Prince, Brian Eno, David Bowie, Peter Dinklage, Frank Zappa, Thomas Dolby, Gerald Casale (do grupo Devo), Tony Levin (do King Crimson) e o brasileiro Arnaldo Antunes também se revelaram talentosos diretores de clipes ou de filmes e vídeos, sem abrir mão de sua produção mais propriamente musical. Na direção contrária, há também o caso de grupos que já nasceram na televisão ou no cinema, antes de migrar para o universo do disco e dos espetáculos ao vivo: The Monkees, The Blues Brothers, Boyz'n the Hood.

O auge desse processo acontece nos anos 70 com o surgimento nos EUA de um grupo inteiramente híbrido: The Residents. Ele se dedica à performance musical ao vivo, às vezes confunde-se um pouco com uma banda *pop* de tendência vanguardística, mas ao mesmo tempo dedica-se também à produção de vídeos e participa ativamente do movimento norte-americano da videoarte. Muitas de suas performances destinam-se exclusivamente à produção de vídeos e muitos de seus vídeos destinam-se exclusivamente à projeção no contexto das performances musicais. Impossível dizer, no caso dos Residents, se estamos diante de uma banda de *rock*, de um grupo de artistas performáticos ou de um coletivo de videastas. Eles resistem a toda classificação.⁵

Paralelamente a isso, é preciso ainda considerar o papel estrutural cada vez mais importante das imagens na cena *pop*. Um *show* de *rock* hoje não compreende apenas música (no sentido exclusivamente acústico do termo), mas também coreografia, indumentária, cenografia, projeção de imagens animadas em telões e toda uma parafernália de recursos imagéticos que torna a música *pop* um acontecimento cada vez mais audiovisual. Laurie Anderson, por exemplo, com um longo passado nas artes plásticas, notabilizou-se por um trabalho muito metucioso de diálogo entre música e imagem, admiravelmente articulado em seus *shows*

⁵ Ian Shirley, *Meet the Residents* (Wembley: SAF, 1993).

ao vivo, conforme se pode ver, por exemplo, no documentário *Home of the Brave* (*Terra de bravos*, 1985), dirigido por ela mesma. O *Glass Spider Tour*, influente espetáculo montado por David Bowie no final dos anos 80, incluía um palco na forma de uma aranha gigantesca com patas luminosas, todas as espécies de efeitos de luz, situações teatrais, coreografia, indumentária, acrobacia e projeção de vídeo em telões (o *show* foi filmado em Sydney por David Mallet em 1987). A incorporação cada vez mais freqüente de recursos audiovisuais na cena *pop* tornou quase obrigatória não apenas a presença de especialistas trabalhando junto à banda, como também o domínio de conhecimentos específicos sobre artes visuais por parte dos músicos. Com o surgimento da cena *techno*, entramos numa nova fase de simbioses, até porque nesses ambientes musicais fortemente mediados por máquinas não existe mais *performance* musical no sentido clássico do termo, mas processamento técnico do som através da manipulação de sintetizadores e *samplers*, programação de computadores e a invocação de equipamentos eletrônicos cada vez mais próximos da tecnologia videográfica. O grupo *techno* britânico Human League parece ter sido o primeiro a incorporar realizadores de vídeo como membros efetivos da banda. Esses especialistas em audiovisual eram originalmente os responsáveis pela concepção visual dos espetáculos da banda, mas não demorou muito para que eles assumissem também a realização dos clipes. Assim, em lugar de encomendar os clipes a estranhos, fora de sintonia com as idéias do grupo, a idéia agora é passar a concebê-los internamente, como parte das atividades da banda.

Essa geração de músicos/cineastas começa a introduzir mudanças fundamentais no conceito de clipe. A partir dela, o videoclipe passa a ser pensado dentro de um processo mais integrado de autoria, que inclui tanto a música quanto a iconografia. Em alguns casos, a concepção musical já prevê o tratamento plástico, ou seja, determinadas soluções em termos musicais podem ter sido adotadas para possibilitar efeitos visuais preconcebidos. O clipe já não é algo que necessariamente vem *depois* da música, tampouco um acessório à música: ele passa a fazer parte do processo integral de criação. Imagem e som nascem juntos, fazem parte de uma só e mesma atitude criativa. No limite, não existe mais uma peça musical *fora* do clipe, que pode ser ouvida independentemente deste: as imagens se integram aos sons com tal organicidade que disto resulta a transformação do clipe em forma autônoma. Se é verdade, como defende Grossberg, que o videoclipe é o ponto de cruzamento das duas formas culturais mais importantes desta segunda metade do século (a televisão e o *rock*), é possível que somente

com o surgimento da geração dos músicos/cineastas essa convergência resulta finalmente numa síntese.⁶

No interior dessa geração, dois nomes já despontam como os mais empenhados na transformação do clipe numa forma autônoma: Todd Rundgren e a dupla Godley & Creme. Ambos (na verdade, os três) eram artistas relativamente bem-sucedidos no ambiente musical de seu tempo (Rundgren liderava os grupos Nazz e Utopia, enquanto Kevin Godley e Lol Creme integravam o 10cc), mas, por alguma inquietação inominável, resolveram dirigir os seus próprios clipes. A criatividade demonstrada na concepção desses clipes chamou a atenção dos analistas, que logo vislumbraram nesses três realizadores um talento audiovisual incomum. A conseqüência inevitável do sucesso é que outros grupos passaram a contratá-los para conceber e dirigir os seus clipes. O iconoclasta e anticlerical *Fascist Christ* (1991) foi o trabalho mais provocador de Rundgren, mas o talento desse realizador se adaptou melhor às ricas tapeçarias cromáticas obtidas em computador, notadamente em clipes como *Property* (1992) e *Theology* (1992), este último realizado em parceria com o videoartista John Sanborn. Quanto à dupla Godley & Creme, sua videografia é uma das mais vastas de toda a história do videoclipe, mas vale citar *Cry* (1985), lentas dissolvências de partes do rosto humano acompanhando magnificamente o ritmo da canção deles próprios, e *Rockit* (1983), uma espécie de pornoclipe encenado apenas com robôs masculinos e femininos, em que o efeito de *scratching* da trilha sonora de Herbie Hancock é reforçado pelo *scratching* da edição de vídeo, fazendo a fita ir e voltar sincronizadamente com o ritmo da música.

É, todavia, em *Mundo Video* (1986) que Godley & Creme conseguem os melhores resultados na potencialização da linguagem do videoclipe. A música e as imagens desse clipe bem mais longo do que o habitual (19 minutos) foram concebidas integradamente, não existindo portanto uma trilha sonora que pode ser ouvida independentemente das imagens. De fato, muitos dos recursos sonoros que se ouvem como “música” foram obtidos na edição do vídeo e estão de tal forma associados às imagens que a música ficaria completamente desarticulada se fosse ouvida separadamente. A relação imagem-som é pensada nota por nota, duração por duração, timbre por timbre, como nos antigos filmes dos pioneiros do cinema abstrato (Walter Ruttmann, Oskar Fischinger, Viking Eggeling, Norman McLaren), só que agora utilizando todas as facilidades da edição de vídeo não-

⁶ Lawrence Grossberg, “The Media Economy of Rock Culture”, em S. Frith, A. Goodwin, L. Grossberg (orgs.), *Sound & Vision: The Music Video Reader* (Londres: Routledge, 1993), p. 185.

linear. Os créditos desse videoclipe incomum já deixam patente a perfeita integração das atividades musicais e videográficas: Kevin Godley se encarrega de voz, percussão, performance e coreografia; Lol Creme cuida de voz, guitarras, câmera e animação; Jerry Chater (agregado) faz teclados e edição. Nesse sentido, *Mondo Video* é, até agora, o experimento mais ousado tanto na busca de soluções inventivas para a combinação de imagem e som, quanto na tentativa de estender as fronteiras do videoclipe para além dos limites até aqui explorados.

DEZ VIDEOCLÍPES ARRASADORES

1. *Drive* (EUA, 1992). Peter Care para o R.E.M.

Alô na Automação for the People



Haveria uma imagem capaz de sintetizar todo o espírito do *rock*? O diretor Peter Care parece tê-la encontrado: é a imagem do vocalista Michael Stipe no momento em que se joga no meio do público e deixa seu corpo ser levado ao léu pela massa. A partir dessa imagem singela, Care constrói um dos trabalhos mais puros e essenciais de toda a história do videoclipe. Aqui, o *rock* é interpretado como uma espécie de orgasmo coletivo, vivido por milhares de corpos em êxtase, polarizados ao redor do vocalista da banda. Nos dois solos de guitarra que servem de *ritornello* para a canção, um *spot* radiante de luz e um jato d'água dirigidos para os músicos parecem construir a metáfora de uma ejaculação coletiva, muito semelhante àquela encenada por Serguei Eisenstein na célebre seqüência da desnatadeira de seu filme *Stároie i Nóvoie* (*O velho e o novo*, 1929). Simples, preciso e demasiado humano.

2. *Come to Daddy* (Grã-Bretanha, 1997). Chris Cunningham para o Aphex Twin



Aphex Twin é o pseudônimo de Richard D. James, o inventor da música ambiente pós-punk, que depois aderiu ao *techno*, ou mais exatamente a uma música eletroacústica em estilo *jungle*. *Come to Daddy* é um exemplo de clipe integral, som e imagem pensados e trabalhados simultaneamente por músico e cineasta. O diretor Cunningham (que fez também o inventivo *All Is Full of Love*, 1999, com música de Björk) faz uma fusão exata de imagens eletrônicas (vídeo) e fotoquímicas (cinema), extraindo o melhor de cada tecnologia. A parábola do monstro que sai da tela de uma televisão é pretexto para um clipe verdadeiramente assustador, lembrando de longe alguns filmes de David Cronenberg. Os personagens – um *daddy* longilíneo e um bando de anões pervertidos – são todos sexualmente indefinidos. À medida que os sons se desintegram em ruídos dissonantes, as imagens também vão perdendo sua definição figurativa e se reduzem a manchas e riscos disformes.

3. *Mondo Video* (Grã-Bretanha, 1986). Música e vídeo de Kevin Godley e Lol Creme



Os realizadores preferem não chamar esse tipo de trabalho de videoclipe, por causa de sua duração mais longa e também pelo fato de não se tratar mais de um promocional de disco (não existe um disco com essa música). Eles criaram o termo *videola* para designar tanto a música que é composta com edição de vídeo quanto o formato videográfico resultante desse processo. Aqui, o instrumento é o vídeo: os realizadores improvisam durante horas ou dias para as câmeras e depois fazem a música nascer na mesa de edição de vídeo, recombinando os fragmentos, como nas músicas concreta e eletrônica, com a diferença de que agora as imagens também fazem parte da música. Uma auspiciosa antecipação do clipe do futuro.

4. *People of the Sun* (EUA, 1996). Peter Christopherson para o Rage Against the Machine



A mais antiamericana das bandas americanas desfere aqui um de seus mais violentos ataques políticos, desta vez contra a intervenção norte-americana no México e em defesa da rebelião zapatista na região de Chiapas. A direção de Christopherson é poderosa, selvagem e tira proveito de toda a fúria do Rage para fazer um clipe verdadeiramente inovador. O toque de mestre está na utilização de cenas de *¡Que viva México!* (1932), o malogrado filme de Eisenstein sobre a revolução mexicana. Além disso, há o efeito de “queima” da película na passagem de um plano a outro e sobretudo os perigosos textos de ataque ao governo americano, que passam em alta velocidade na tela, mas que podem ser lidos com o recurso da *pausa* no videocassete—essa é a razão por que o clipe começa com a inscrição *Start your VCR now* (Ligue já o seu videocassete).

5. *O Superman* (EUA, 1981). Josh White para Laurie Anderson

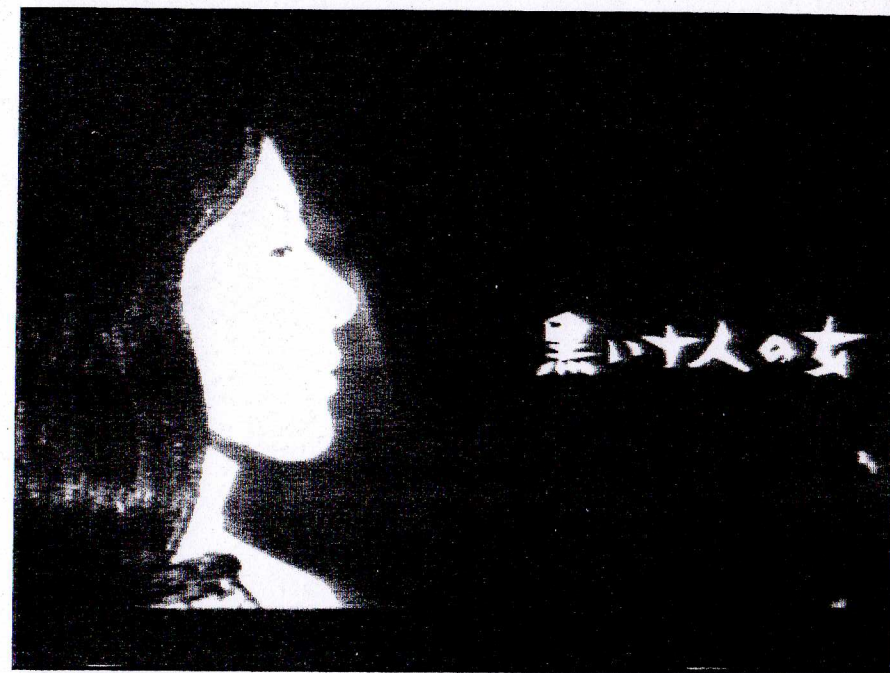


Nos primórdios do *music video*, White conseguiu transformar a simplicidade do primeiro formato de clipe num exercício rigoroso e quase minimalista de diálogo entre a câmera e os gestos de Anderson. Sobre fundos vazios, cenários desnudos e nada mais que um foco de luz, a dama da performance, mais sóbria, fria e andrógina do que nunca, canta o ocaso dos grandes mitos (“*O Superman, O Judge, O Mom and Dad!*”). O momento forte ocorre quando ela coloca uma fonte de luz dentro da boca: na penumbra, o movimento de sua boca parece emitir faíscas e raios por entre os dentes. Fortemente influenciada pela linguagem do videoclipe, Laurie Anderson dirigiria, em 1985, o filme *Home of the Brave*, uma audaciosa síntese de “imagens cinemáticas, teatro de vanguarda e computação gráfica”.⁷

⁷ E. Ann Kaplan, *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism & Consumer Culture* (Nova York: Routledge, 1987), p. 75.

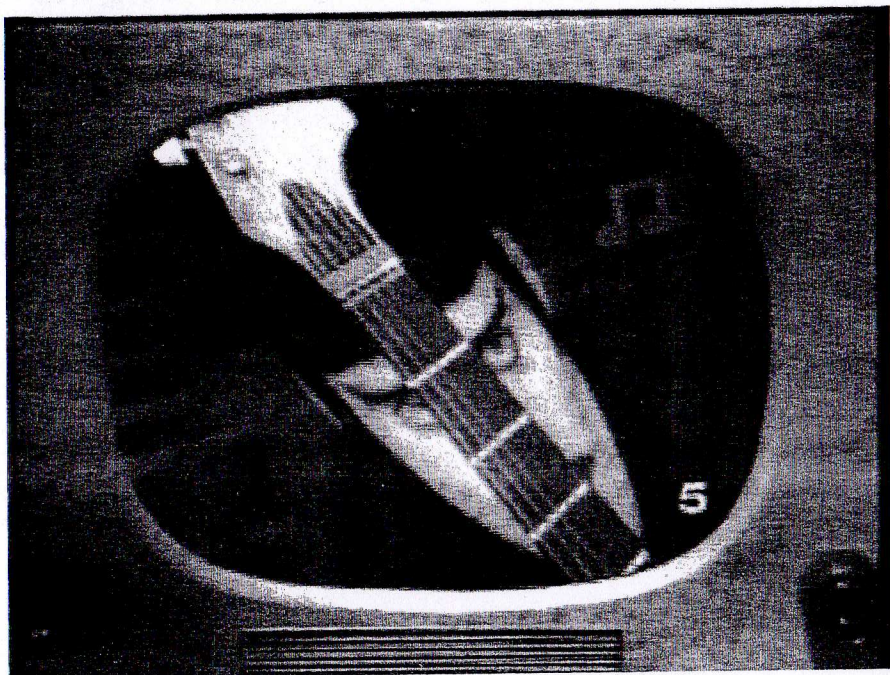
8. *O silêncio* (Brasil, 1997). Tadeu Jungle para Arnaldo Antunes

Se Godley & Creme inventaram a videola, o vídeo como instrumento musical, agora Tadeu Jungle propõe o *sampler* de imagens. Como se sabe, a técnica da “sampleagem” em música consiste em utilizar amostras de sons extraídas de outras fontes (inclusive de outras músicas), modificar eletronicamente a onda sonora e editar o resultado. O vídeo de Jungle lança mão de fragmentos de imagens “pirateados” de velhos filmes classe B ou comerciais de TV, modifica-os em computador através de processadores de imagem e, em seguida, os reutiliza num novo contexto, agregando ainda a imagem de Arnaldo Antunes. Em outros tempos, isso se chamou *scratch video*, um filho rebelde do videoclipe, mas hoje talvez poderíamos simplesmente falar em *video sampler*.

9. *Kuroi Junin no Onna* (Japão, 1998). Hiroshi Ito para o Pizzicato Five

Costuma-se fazer uma associação entre o videoclipe e o *trailer* cinematográfico, uma vez que ambos utilizam sintagmas elípticos, de extrema condensação, evocando, com seus fragmentos dispersos, uma narrativa possível, embora não efetivada. Aqui, entretanto, temos um *trailer* de verdade. Embaralhando as fronteiras entre os gêneros, o editor Hiroshi Ito constrói um *trailer* em forma de videoclipe, utilizando as imagens do filme de Kon Ichikawa *Kuroi Junin no Onna* (Dez mulheres de preto, 1961) e a música da dupla japonesa Pizzicato Five. É verdade que muitos videoclipes foram concebidos como uma reencenação ou reedição de extratos cinematográficos, mas este trabalho japonês confunde de tal forma o clipe e o *trailer*, que ele tanto pode ser exibido como peça autônoma num canal de música *pop* tipo MTV, quanto anunciar de fato uma reprise do filme de Ichikawa na televisão. Vale recordar, aliás, que os clipes do Pizzicato sempre fazem referências à história do cinema.

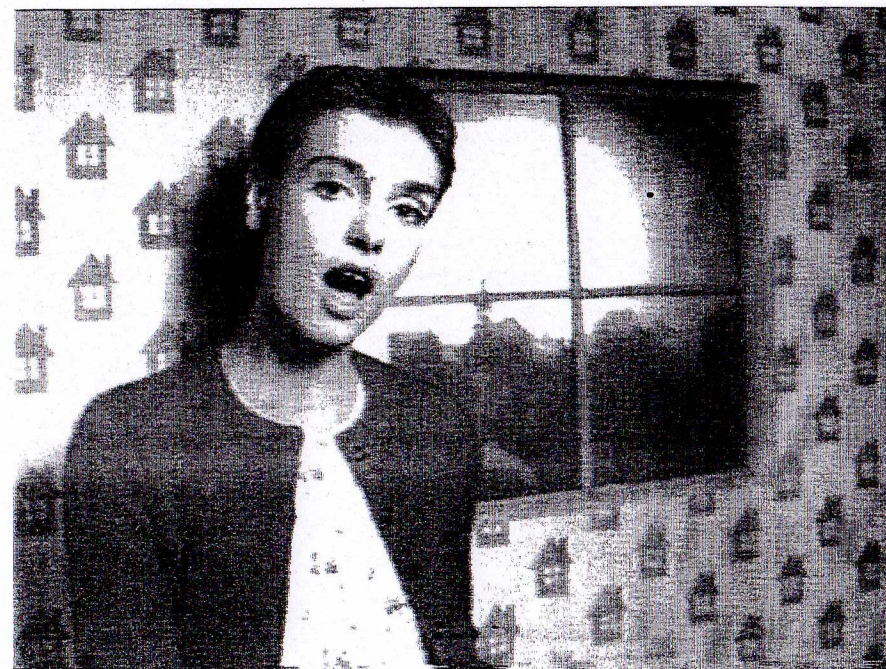
6. *C'est comme ça* (França, 1987). Jean-Baptiste Mondino para o Rita Mitsouko



Este astucioso videoclipe francês ironiza de forma cruel não apenas o espectador convencional de televisão, como também o aficionado por videoclipes e o fã incondicional de música *pop*. Um macaco, com seu controle remoto, “zapeia” por todos os canais de televisão, mas em todos eles encontra sempre e inevitavelmente o mesmo programa, no caso, o concerto da banda Rita Mitsouko. O número de cada canal, ostensivamente visível no aparelho de televisão que está inserido dentro do nosso, varia conforme os movimentos do macaco, mas a imagem que surge na tela é sempre a mesma e nada vem perturbar a onipresença dos roqueiros, “seu sonho de colonização de todas as antenas, sonho legítimo de todo fabricante de produtos e fantasma absoluto do fã”, no dizer do crítico Jean-Paul Fargier.⁸

⁸ Jean-Paul Fargier, “Le zappeur camembert”, em *Cahiers du Cinéma*, nº 393, Paris, 1987, p. 42.

7. *Fire on Babylon* (Irlanda, 1994). Michel Gondry para Sinéad O'Connor



É verdade que grande parte dos videoclipes adota como estética um certo surrealismo ingênuo e subdaliano, resultante de uma colagem aleatória de imagens simplesmente incompatíveis entre si. Mas se existe um autor que soube extrair o melhor da tendência ao surrealismo, esse é o caso do francês Michel Gondry. Trabalhando com pesado suporte tecnológico (computação gráfica de última geração), Gondry constrói tempos e espaços vertiginosos e labirínticos, na melhor tradição de Borges, além de forjar imagens bem pouco convencionais. Exemplos de sua estética imaginativa e fortemente pessoal podem ser encontrados em clipes como *Human Behavior* (1993), *Isobel* (1995), *Army of Me* (1995), *Hyperballad* (1996), *Jóga* (1997) e *Bachelorette* (1997), todos realizados para a cantora islandesa Björk. Neste *Fire*, ele constrói uma casa claustrofóbica, reversível, cheia de paredes falsas, e nela coloca uma O'Connor vestida de Joana d'Arc, lutando contra máquinas carnívoras e desengonçadas que ameaçam esquarterar os moradores.

10. *Ashes to Ashes* (Grã-Bretanha, 1980). David Mallet para David Bowie



Envelheceu bastante nestes últimos 20 anos e, hoje, os seus ingênuos efeitos de solarização não convencem mais. Ainda assim, *Ashes* permanece o grande clássico do videoclipe, pois foi com ele que esse gênero audiovisual, pela primeira vez, se fez levar a sério. As imagens outonais da degeneração mental de Bowie, as figuras fellinianas que o circundam, as sugestões vagas de um lugar perdido no tempo, tudo isso exprimia uma possibilidade poética de que o clipe, até então, não se tinha ainda dado conta. Se hoje comemoramos a maioridade do clipe, *Ashes*, sem dúvida, foi a sua cerimônia de iniciação.