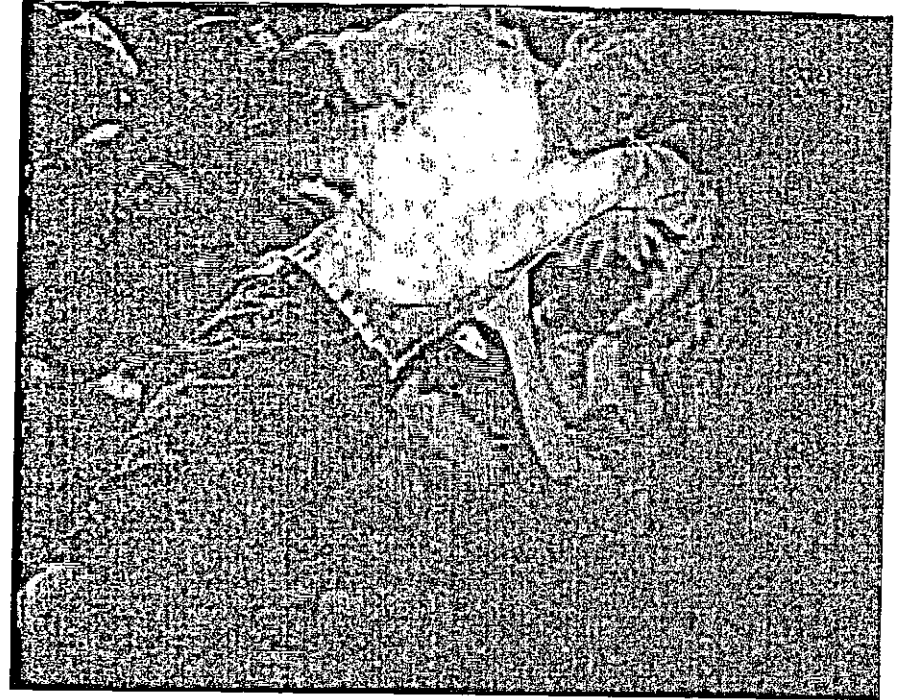


linear. Os créditos desse videoclipe incomum já deixam patente a perfeita integração das atividades musicais e videográficas: Kevin Godley se encarrega de voz, percussão, performance e coreografia; Lol Creme cuida de voz, guitarras, câmera e animação; Jerry Chater (agregado) faz teclados e edição. Nesse 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.

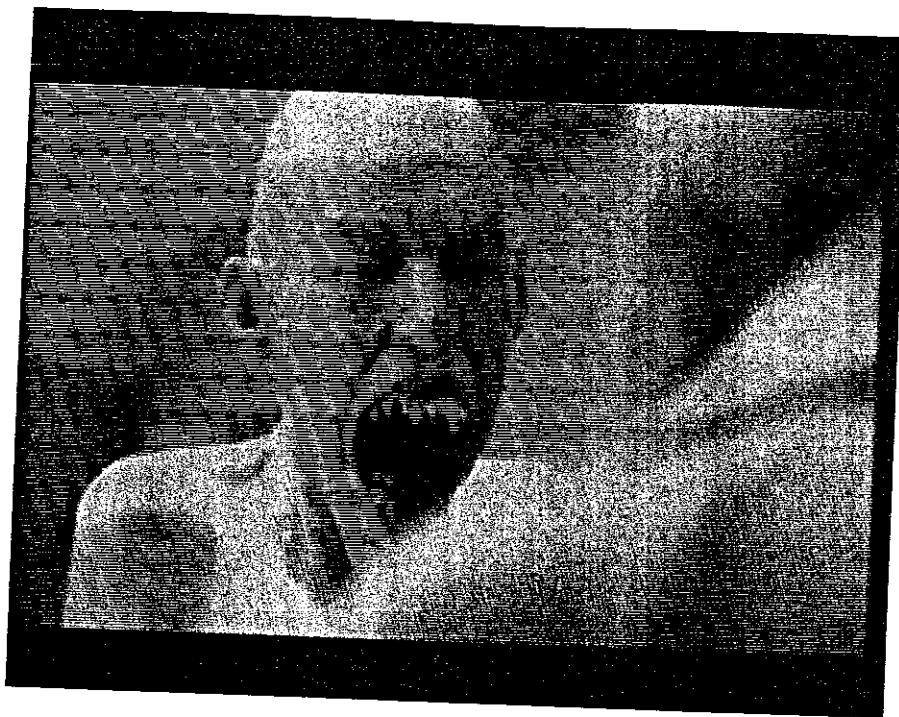
## DEZ VIDEOCLIPES ARRASADORES

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



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

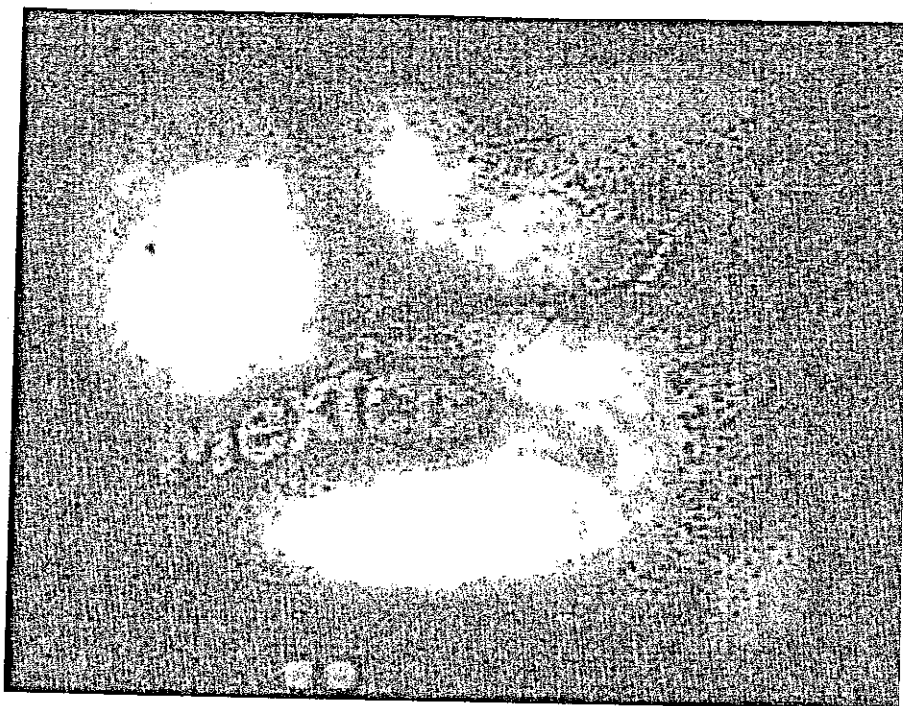


Aphex Twin é o pseudônimo de Richard D. James, o inventor da música ambiente pós-punk, que depois aderiu ao *techno*, ou mais exatamente a uma música eletroacústica em estilo *jungle*. *Come to Daddy* é um exemplo de clipe integral, som e imagem pensados e trabalhados simultaneamente por músico e cineasta. 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.

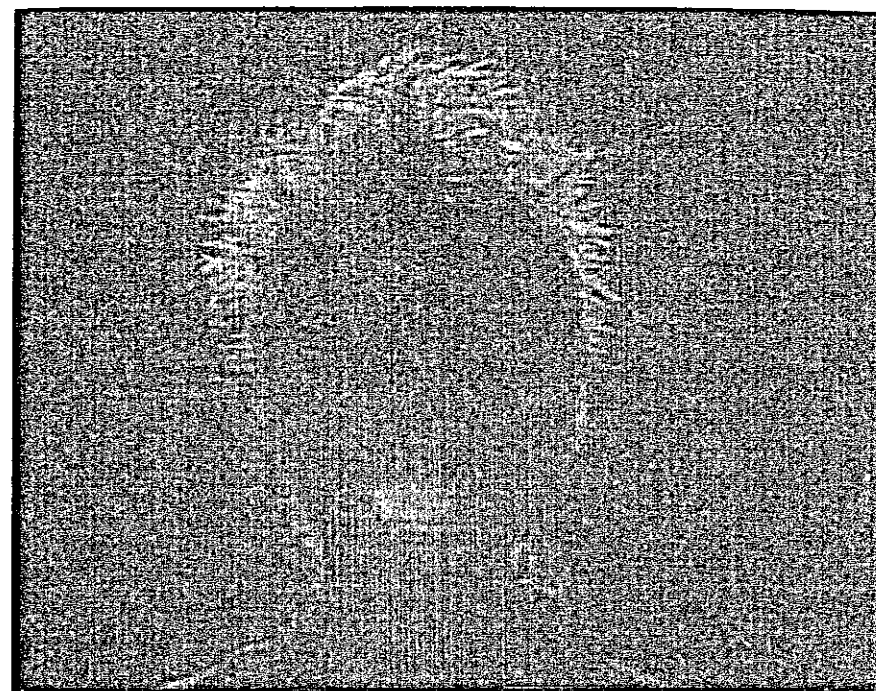
3. *Mondo Video* (Grã-Bretanha, 1986). Música e vídeo de Kevin Godley e Lol Creme



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

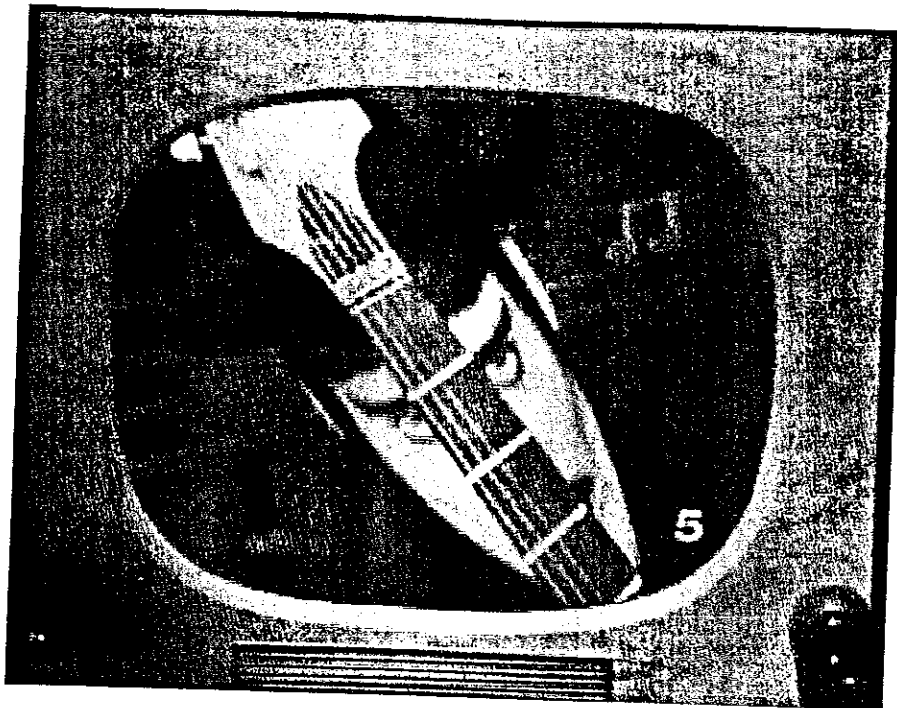
A mais antiamericana das bandas americanas desfere aqui um de seus mais violentos ataques políticos, desta vez contra a intervenção norte-americana no México e em defesa da rebelião zapatista na região de Chiapas. A direção de Christopherson é poderosa, selvagem e tira proveito de toda a fúria do Rage 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 cinematográficas, teatro de vanguarda e computação gráfica”.<sup>7</sup>

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

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



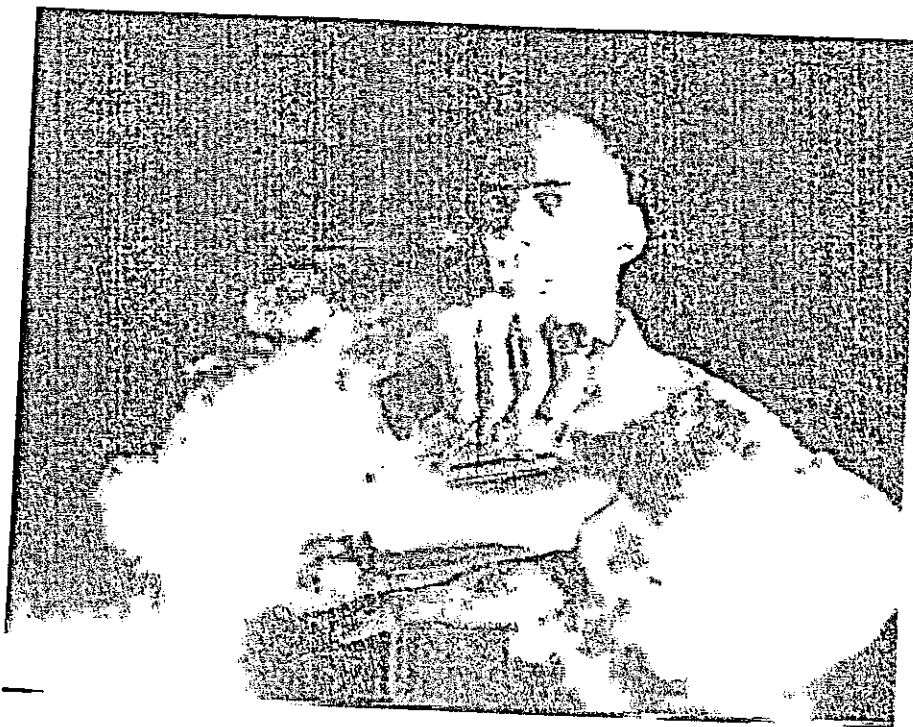
Este astucioso videoclipe francês ironiza de forma cruel não apenas o espectador convencional de televisão, como também o aficionado por videoclipes e o fã incondicional de música *pop*. Um macaco, com seu controle remoto, “zapeia” por todos os canais de televisão, mas em todos eles encontra sempre e 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.<sup>8</sup>

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

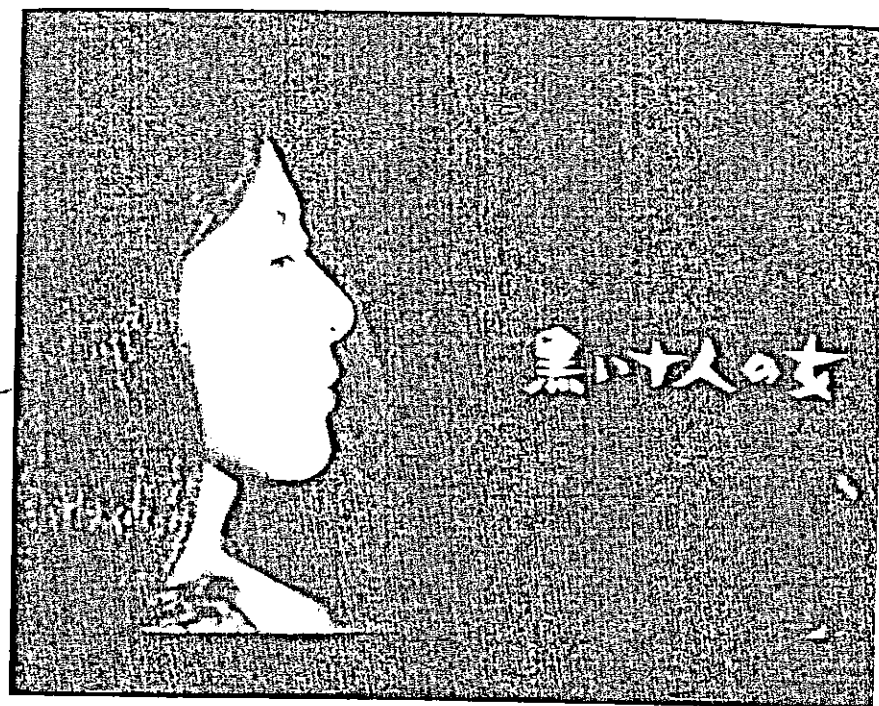
7. *Fire on Babylon* (Irlanda, 1994). Michel Gondry para Sinéad O'Connor



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.

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.

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 maioria do clipe, *Ashes*, sem dúvida, foi a sua cerimônia de iniciação.

## O GRAFISMO TELEVISUAL

Você não precisa ir ao MoMA de Nova York, ou à Documenta de Kassel, ou ainda à Bienal de Veneza para conhecer algumas das últimas tendências das artes visuais. Uma das mais avançadas galerias de arte do mundo fica bem aí na sua sala de estar. Basta ligar a televisão nos intervalos da programação, quando entram no ar as vinhetas de apresentação dos programas ou os *spots* de “identidade” da empresa televisual e logo você pode entrar em sintonia com algumas criações da mais alta temperatura informacional. Do intelectual ao agricultor, do executivo à dona de casa, todos indistintamente podem provar o gostinho desse fino biscoito de confeitaria que Oswald de Andrade queria democratizar para toda a sociedade.

Tudo começou no cinema norte-americano, sobretudo na década de 50. Para quebrar a monotonia da apresentação dos créditos, alguns cineastas mais ousados contrataram artistas gráficos ou mesmo artistas plásticos para desenhar a abertura de seus filmes. Alguns desses profissionais realizaram um trabalho de tal impacto que não foram raros os casos em que as aberturas se tornaram mais importantes do que os próprios filmes. O maior desses nomes foi, sem dúvida, Saul Bass, um discípulo de Gyorgy Kepes na New Bauhaus, de Chicago, que assina, entre tantas outras, as aberturas de *Psycho* (*Psicose*, 1960), *North by Northwest* (*Intriga internacional*, 1959), *Vertigo* (*Um corpo que cai*, 1958), *Walk on the Wild Side* (*Pelos bairros do vício*, 1962), *Seconds* (*O segundo rosto*, 1966), *Anatomy of a Murder* (*Anatomia de um crime*, 1959), *The Man with the Golden*