

Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade

*Pedro Pontes**

“ABANDONAI TODA esperança de totalidade, tanto futura como passada, *vós que entraís no mundo da modernidade fluida*”. Zygmunt Bauman

Ninguém pode deixar de perceber a influência da linguagem dos videoclipes em toda parte. No cinema, no telejornalismo, na publicidade, na internet, nas telenovelas, nos videogames, nos desenhos animados, enfim, onde quer que haja telas, há elementos de videoclipe. Esta forma de fazer e encadear imagens já está tão generalizada que, por vezes, até nos esquecemos de sua origem. É sobre esta disseminação que falaremos aqui: de suas origens, de como vem acontecendo, e de como este fenômeno pode estar ligado às questões do sujeito na pós-modernidade.

A linguagem do videoclipe poderia ser descrita como um “Amálgama” de, se não todas, pelo menos muitas das possibilidades visuais do cinema, condensadas de forma aparentemente aleatória, com ausência de continuidade narrativa. Vou enumerar aqui algumas dessas possibilidades visuais, elementos narrativos comuns aos videoclipes: ângulos de câmera extremos, com a câmera próxima dos 90° em relação ao personagem; movimentos de câmera complexos, no qual a câmera pode começar um movimento vertical, que depois se torna horizontal, para, em seguida, virar diagonal, ou girar ao redor do person-

gem ao mesmo tempo em que se afasta ou se aproxima, ou ainda variações infinitas entre estes; montagem acelerada, ou seja, aquela na qual cada plano dura menos de 2 segundos na tela; saturação das cores, exagerando a temperatura das cores (demasiado quentes ou demasiado frias) ou ainda um colorido que tende para o preto e branco, de tão desbotado; alternância imprevisível entre câmera lenta, normal e câmera acelerada; divisão da tela em duas ou mais imagens simultâneas; alteração da “textura” da imagem, com maior ou menor granulação; alternância aparentemente aleatória entre preto-e-branco, cor, e monocromatismos; e outros, que são combinações dentre estes recursos aqui descritos. A aparente desconexão da combinação destes recursos técnico-expressivos é o que se costuma entender como linguagem do videoclipe, e poderíamos até mesmo dizer que essa mistura é, ela também, um novo recurso estilístico. Assim entendido, gostaria de chamar este recurso, esta combinação aparentemente aleatória, característica do videoclipe, mas não mais restrita a ele, de “Amálgama”.

Na história do cinema, determinados diretores se destacaram por criar certas maneiras de filmar de acordo

com as histórias que desejavam contar. Darei aqui alguns exemplos de cineastas que criaram determinadas formas de filmar que, mais tarde, foram absorvidas nos videoclipes, gerando o “Amálgama”. Orson Welles foi um precursor do plano-sequência, e o início de seu filme “A Marca da Maldade” (EUA, 1958), no qual a câmera executa um movimento aéreo que dura cerca de sete minutos (sem cortes), é um perfeito exemplo do que chamei acima de “movimento de câmera complexo”. D. W. Griffith (“O Nascimento de Uma Nação”, 1914, e “Intolerância”, 1916) criou a narrativa múltipla, na qual se alternam o desenrolar de dois ou mais acontecimentos, e Sergei Eisenstein, diretor de “Encouraçado Pontemkim” e “Greve” (Rússia, ambos de 1925), criou (e aplicou) uma teoria da montagem bem conhecida, na qual ele compara cada plano com uma nota musical em uma partitura. Dziga Vertov mostrou, no filme “Um Homem e uma Câmera” (Rússia, 1929) uma aceleração da montagem que voltaria a ser repetida por Orson Welles e, décadas mais tarde, disseminada nos videoclipes. Man Ray fez “Le Retour a La Raison” (França, 1923), filme sem figuras humanas, apenas elementos gráficos que se alternam com grande rapidez, algo mais tarde muito imitado nas vinhetas da MTV. Akira Kurosawa, a partir de “Rashomon” (Japão, 1950), organizou as disposições de personagens e cenários no espaço do fotograma de forma muito cuidadosa, trazendo para o cinema um olhar similar ao da pintura clássica. Sam Peckinpah utilizou a câmera lenta de forma extremamente dramática (“Meu Ódio Será sua Herança”, EUA, 1969), recurso que foi ainda mais aperfeiçoado por John Woo (“Alvo Duplo”, Hong-Kong, 1986). Todos estes realizadores, como já disse, filmavam da maneira que, para eles, mais fizesse servindo a uma história, para melhor traduzir determinado enredo. O que acontece nos videoclipes, no entanto, é uma utilização aleatória destes, nos quais estas formas de filmar que mencionei estão desligadas do tipo de narrativa mencionado. O diretor de videoclipes é, no mínimo, um excelente técnico: possui um grande repertório de estilos de filmagem – todos podem vir a ser chamados na produção de um videoclipe. Mas como videoclipes raramente possuem uma narrativa, estes estilos de filmagem não estão mais ligados aos tipos de situações dramáticas para os quais foram concebidos. É justamente esta desconexão que caracteriza o que chamei de “Amálgama”. Daí as acusações que ouvimos frequentemente de que os videoclipes são muito gratuitos, de que seus diretores realizem “o belo pelo belo”. Mas não são estas críticas – nem refutá-las – que nos interessam aqui.

O que nos interessa aqui? Considerando o quanto o “Amálgama” está, como sabemos, disseminado não só no cinema, mas também no telejornalismo, nos desenhos

animados, nos programas esportivos, e entre tantos outros programas televisivos, me parece que uma averiguação mais profunda se faz necessária. Assim como Umberto Eco e Michel Maffesoli, penso que é na superfície que podemos encontrar os indícios de questões mais profundas. Considerando que podemos ver na arte a expressão dos anseios e questões de uma época, é desejável compreender esta mesma arte.

Um pouco de história

O que é um videoclipe? Diremos que videoclipe é um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim ao som de uma única música. Para ser considerado um videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração, a versão filmada, de uma canção. Há intenções artísticas em sua realização, e, quase sempre, ausência de linha narrativa. Os primeiros videoclipes surgiram nos anos 60, ligados ao *rock n´roll*, e às expressões psicodélicas em geral. São considerados por muitos os primeiros videoclipes os vídeos das músicas “Strawberry Fields Forever” e “Penny Lane”, dos Beatles. Na verdade, trata-se de um único vídeo para as duas músicas, uma vez que elas foram lançadas juntas, num compacto, e o vídeo era uma forma adicional de promoção do disco. É um filme cheio de cenas inusitadas: há um piano no meio de um descampado, a banda andando a cavalo numa rua de uma metrópole inglesa, efeitos multi-coloridos nos óculos de John Lennon, entre outros.

Os videoclipes surgiram em um período em que se contestava uma série de valores, antes muito sólidos. A família, o ensino, a atrelação do sexo ao casamento, o consumo, entre outros, eram considerados fatores de opressão. Eram valorizadas as experiências que, supostamente, levariam à libertação – em especial, o uso de drogas. Nas artes gráficas, a psicodelia traduzia as alucinações experimentadas nas experiências com drogas, muitas vezes abolindo o sentido, o que o observador atento não deixa de notar como um retorno ao surrealismo e ao dadaísmo. Na Europa, em especial na França, reinventava-se o cinema, com a Nouvelle Vague, que abolia a linearidade (e, em alguns casos, o sentido) da narrativa cinematográfica. Vemos que o videoclipe nasce – e só poderia nascer – nesta época, com sua narrativa fragmentada, ou mesmo a ausência desta. Evidentemente, se um videoclipe é a versão visual de uma canção, e nesta época a música era psicodélica, sua forma deve ser tão fragmentada e desprovida de sentido como a música.

Nas décadas seguintes, houve tentativas de trans-

formar os videoclipes em formas narrativas mais ou menos lineares. Não deve surpreender que algumas destas tentativas foram feitas justamente por cineastas. As mais famosas são os videoclipes de Michael Jackson “Thriller”, dirigido por John Landis, e “Bad”, do respeitado Martin Scorsese. O primeiro é uma história de terror, o segundo descreve o confronto entre duas gangues em Nova York. Estamos já nos anos oitenta, que, com o surgimento da MTV nos Estados Unidos, é a década da explosão dos videoclipes, fenômeno que veio acontecer aqui no Brasil na década seguinte.

A MTV, canal que buscava ser a versão visual das rádios populares, era um canal livre; precisavam de conteúdo para uma programação, exibindo videoclipes que qualquer um enviasse, sem muitos critérios. O sucesso foi enorme, e logo se percebeu que os videoclipes ajudavam a vender discos. Em 1984, a utopia de um espaço livre, gratuito, para distribuição da música acabou: a direção da MTV exigiu que fosse cobrada uma taxa para exibição dos videoclipes. A produção independente, dissociada das grandes gravadoras, ficou excluída. Mas o que interessa aqui não é a exclusão destes grupos, e sim o surgimento de um novo *mainstream*, no qual a imagem se tornou tão importante quanto a música, algumas vezes até mais. O *glam metal*, gênero de rock pesado, cujos músicos tinham aspecto andrógino, frequentemente acusados de ligar mais para imagem do que para música, surge, não por acaso, nesta década. O predomínio da imagem musical – e não mais da música convertida em imagem – se iniciava. E, como nos clipes de Michael Jackson acima citados, muitos videoclipes foram realizados por cineastas, com o aparato de cinema, e, por vezes, intenções narrativas. O videoclipe é consolidado pela existência de um canal para sua exibição e pela criatividade de pessoas de cinema.

O interessante é notar que, na década seguinte, acontece um movimento oposto: diretores que trabalharam anos com videoclipes e com publicidade tornam-se diretores de cinema, realizando longa-metragens. Como exemplos, podemos citar o americano David Fincher, que fez alguns clipes da cantora Madonna, o mexicano Alejandro Gonzales, o inglês Guy Ritchie, e a brasileira Katia Lund. Podemos constatar nos filmes destes a presença do “Amálgama”. Claro que a existência do “Amálgama” não está restrita aos filmes de alguns autores, mas o interessante é justamente perceber que cineastas autores, cada qual com temáticas próprias, estão utilizando o “Amálgama”. Desta forma, o que diferencia os filmes destes e de outros autores não é mais a maneira de filmar, de se fazer e encadear imagens, mas sim o conteúdo. O estilo está nitidamente semelhante, pela presença do

“Amálgama”.

Será que isto acontece justamente pelo que mencionei acima, por alguns realizadores de videoclipes se tornarem cineastas? Afirmar isto seria limitar a própria visão, afinal alguns cineastas que se utilizam do “Amálgama” não tiveram o início de suas carreiras nos videoclipes. Alguns exemplos: Jean Pierre Jeunet (*O Fabuloso Destino de Amélie Poulain*, França, 2001), Darren Arre-



nofski (*Réquiem Para um Sonho*, EUA 2000 e *PI*, EUA 1998), Tom Tykwer (*Corra, Lola, Corra*, Alemanha, 1999), Ridley Scott (*Gladiator*, EUA 2000 e *Falcão Negro em Perigo*, EUA, 2000), Oliver Stone (*The Doors*, EUA, 1991; *Assassinos por Natureza*, EUA 1994; *Reviravolta*, EUA, 1997). O que acontece, portanto, é outra coisa. Por um lado, os executivos dos grandes estúdios contratam diretores de videoclipes por perceberem que existe uma demanda do público por filmes com a forma do “Amálgama”. Por outro, cineastas de carreiras consolidadas, ou que operam fora de Hollywood (livres, portanto, das interferências dos executivos em seu produto final) filmam de forma muito parecida. É o caso de se perguntar: o que está acontecendo?

A primeira resposta será dizer que o “Amálgama” “tem a ver com nossa realidade”, que “o mundo está mais rápido”. Há verdade nessas afirmações, mas elas são superficiais. Aprofundemo-nos, então, na superficialidade do “Amálgama”, na mistura sem conteúdo que ele é. Uma ressalva: estejamos conscientes de que esta forma de se fazer cinema, o “Amálgama”, não é a única forma contemporânea de cinema. Na Índia e no Irã, por exemplo, se faz um cinema bastante respeitado, influenciado em seu estilo pelo neo-realismo italiano, sendo, portanto, bastante diferente do cinema do “Amálgama”. Mundo

afora, cineastas como Takeshi Kitano e Luis Fernando Carvalho fazem um cinema muito mais lento e contemplativo e a coexistência destes com o cinema do “Amálgama” confirma o que costuma se dizer sobre nosso tempo: que vivemos em uma época de pluralidade e fragmentação.

Fragmentação é a palavra de ordem da pós-modernidade, segundo muitos autores. Os paradigmas que sustentaram as sociedades ocidentais durante tanto tempo têm sido questionados e relativizados, como, por exemplo, a família, o casamento, a existência de utopias para as quais poderíamos convergir (socialismo) e as opções sexuais. Aliás, o simples fato de se falar em “opção” sexual já é um indício de tal relativização. Stuart Hall e Fredric Jameson afirmam que o sujeito da pós-modernidade sente-se em descontinuidade em relação a sua história. Se o sujeito percebe que os valores de outrora não são mais sólidos e absolutos, não possui obrigação com a continuidade da tradição, tampouco sente que vale apenas o esforço de tentar prolongá-los, pois não há evidências de que isto encaminharia a sociedade para um futuro melhor. Sentimos as tradições como arcaicas, pois outras formas de viver foram aceitas, tirando dos valores antigos seu caráter absoluto e de validade para todos os homens. Assim sendo, ninguém cometerá a sandice de afirmar que o sujeito da pós-modernidade não saiba que existiu um passado ou que não tenha expectativas para um futuro: ele sabe disso, mas não se sente em continuidade com a linha do tempo. Desligado da obrigação de prolongar as tradições – passado – e de construir uma utopia – futuro – este sujeito cai num estado que Maffesoli chama de “presenteísmo”, e que Jameson, em idéia semelhante, chama de “presente perpétuo”. Importa o aqui e o agora, a ênfase é o tempo, o instante que perdura. Paul Virilio afirma ainda que a imagem não é mais vista em função de um suporte espacial – quadro, fotograma – mas sim em função de seu tempo. Rapidez de exposição, cada vez maior, que, segundo ele, é um “tempo de exposição que dá a ver ou não permite mais ver”. Há uma maneira muito fácil, na experiência empírica, de se comprovar isto, de que não mais se vê. Tente descrever o último videoclipe que você assistiu. Na melhor das hipóteses, você lembrará de duas ou três imagens marcantes, e terá uma sensação de que “acontecem várias coisas”. Mas está lá a sensação de dinâmica, de uma grande energia efêmera em ebulição. Trata-se do que Virilio chama de “energia cinemática, a que resulta do efeito do movimento e de sua maior ou menor rapidez sobre as percepções oculares, óticas e ótico-eletrônicas”. Uma energia de velocidade que vai se acelerando a ponto de beirar, ou mesmo ser, a inscrição subliminar em nosso aparelho perceptivo.

Conscientemente, não conseguimos verbalizar como é um clipe – mas nós o sentimos. O videoclipe é este “Amálgama” de imagens que não são feitas para serem vistas, mas para serem perdidas. Perdidas como nossas utopias e tradições, rapidamente vistas, lembradas, experimentadas até mesmo com intensidade, e depois esquecidas, em favor de uma nova sensação.

É outra faceta do presenteísmo: velocidade não mais como rapidez ou lentidão de deslocamento de A até B, rapidez que cria um tempo, mas sim velocidade de percepção. Uma vez que a tecnologia permite uma ligação que não depende mais do espaço (internet, telefonia móvel), o que é privilegiado é o tempo. Observe, de fato, que se mede a potência dos computadores por sua velocidade. Busca-se o imediatismo, a rapidez absoluta e imóvel. Abole-se, portanto, o espaço em função do tempo. Ora, se o que importa é apenas o presente, como não cair num certo hedonismo?

Com o presenteísmo e seu hedonismo característico e a ausência de utopias racionais que guiem para o futuro não existem mais grandes fatores de agregação social. Movimentos estudantis, grandes reivindicações e greves, embora ainda existam, são hoje mais expressões de determinados grupos do que manifestações de sociedades inteiras. O que significa dizer que não são mais fatores racionais, intelectuais, que juntam os homens. Estaríamos em um momento que, segundo Maffesoli, a união se dá por via da estética. Ele nota que o reconhecimento de si como pertencendo a determinado grupo acontece por meio da aparência. Esta, entendida como conjunto de roupas, modificações corporais, gestual e até mesmo a forma física, cria uma “erótica” dos corpos, erótica aqui entendida não como fator de sexualidade genital, mas sim como “aquilo que agrega”. Com a ausência de grandes tradições e projetos idealistas e/ou racionais, tudo se torna estético e a agregação das massas em tribos se dá por este viés. Diz-se que a arte morre, não por acabar, mas pelo contrário: por deixar de ser privilégio do artista, difundindo-se em toda parte.

Toda parte. Isto quer dizer que estamos afundados em estímulos dos mais diversos. Andar em uma metrópole significa ser inundado por informação, e seria tolo fazer desta constatação uma simples crítica da onipresença da comunicação publicitária. “Todo o ambiente urbano tornou-se excessivamente didático”, já dizia McLuhan, e isto se aplica mais do que nunca. Tudo nos informa: roupas, publicidade, veículos, mobiliário urbano, arquitetura, e, por que não, as fisionomias dos inúmeros tipos que existem na cidade. Mas teria a modernidade tornado o homem realmente “blasé”, como argumentou Sennet, e ficado indiferente a todos estes estímulos como

forma de proteção à incrível quantidade deles? Ou estariam eles atingindo-lhe da mesma forma que faz um clipe – algo que ele sente, mas não consegue verbalizar?

Seguindo ainda o pensamento de Maffesoli, esta impossibilidade de explicar, mas somente sentir, não seria uma derrocada para o irracional, mas, pelo contrário, um hiper-racionalismo. Para este autor, o sujeito contemporâneo é dotado deste hiper-racionalismo, que ultrapassa a lógica matemática cartesiana, mas é um conjunto “de uma sensibilidade estética forte de sensações, de emoções particulares, querer viver que, de fato, está o mais perto possível do que é a essência do conhecimento”. Junte esta sensibilidade estética apuradíssima, com o fato de o sujeito estar fragmentado, podendo a cada hora realizar uma nova identidade. Identidade não mais como dado *a priori*, mas sim como realização constante. Saltar de tribo em tribo. Nas palavras de Bauman “ter uma identidade que só pode existir como projeto não-realizado”. O presenteísmo, o erotismo, privilégio da estética em detrimento da racionalidade, compreensão não mais apolínea, mas dionisíaca do mundo, são o que caracteriza o sujeito pós-moderno. Aliás, compreensão talvez nem seja o termo. Não mais temos a ilusão de compreendermos o mundo: nós o experimentamos.

Voltando à crença generalizada de que toda arte é fruto – e, de certa forma, espelho – de seu tempo, fica claro que o videoclipe é a forma de arte por excelência da pós-modernidade. O videoclipe é indício artístico do fim das grandes narrativas, a fragmentação do sujeito e de sua estetização. O “Amálgama” é uma forma de se fazer imagens que só pode ser experimentada em sua plenitude por este sujeito contemporâneo, dotado de hiper-racionalismo. Por “hiper-racionalismo” entendamos uma capacidade de transitar na sociedade não somente através das antigas formas de interação social já consagradas. Adiciona-se a estas uma capacidade de entender as grandes representações coletivas através das aparências (roupas, gestos, alterações corporais) que distinguem as “tribos urbanas” umas das outras. É este sujeito hiper-racional que ou faz filmes, utilizando o “Amálgama”, ou tem prazer em assistir aos mesmos, pois ele se identifica com sua forma fragmentada. A utilização do “Amálgama” por cineastas de proposta autoral poderia parecer uma perda do estilo individual do artista, daquela marca que lhe faz único. O que vai diferenciar grande parte dos artistas, cineastas autores, hoje, é o conteúdo de suas obras, uma vez que, na forma, o estilo individual tende a desaparecer. Deixa de existir a diferenciação pelo estilo próprio, o “Amálgama” se tornando um grande caldeirão “imaginal”, no qual estão muitos autores. Não é a morte do autor, nem do cinema, nem da arte: assim como nas

roupas é uma sensibilidade estética que se dissemina. Assim sendo, o cineasta contemporâneo não é mais apenas um técnico, como afirmei no início deste trabalho, mas um sujeito sensível. Seu repertório não é só técnico mas estético, e, suas escolhas de como filmar, ainda passam pela pergunta básica do fazer cinema: “quais as melhores imagens para se contar determinada situação dramática, e como encadeá-las?”. Estas técnicas são semelhantes a um armário no qual a pessoa não possui nenhuma roupa do mesmo estilo: cada peça é diferente, e o sujeito utilizará a roupa certa para a ocasião certa. O que acontece é que, hoje, todos possuem o mesmo armário. Mas as roupas ainda vestem diferentes corpos.

Notas

* Mestrando em Comunicação Social na UERJ.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- SENNETT, Richard. **Carne e Pedra – o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- VIRILIO, Paul. **A Máquina de Visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- MAFFESOLI, Michel. **No Fundo das Aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos**, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 5ª edição.
- JAMESON, Fredric. **Espaço e imagem; teorias do pós-moderno e outros ensaios**. Org. e Trad. Ana Lúcia Almeida Gazolla. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll – uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- LUMET, Sidney. **Fazendo Filmes**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- The Internet Movie Database – www.imdb.com