



VERSOS ÍNTIMOS¹

Edem ORTEGAL²
Getúlio RIBEIRO³
Kely CARVALHO⁴
Natã FARIA⁵
Ricardo NOGUEIRA⁶
Stephânia LUIZA⁷
Georgia CYNARA⁸
Simone CAETANO⁹

RESUMO

O videoclipe aqui trabalhado logrou encaixar-se na categoria de transgressão do bem fazer da cinematografia comercial. Trabalhando com uma banda goiana, a Sangüínea que é conhecida localmente pela performática de suas apresentações, aliada a um ritmo musical já nascido transgressor, o Rock/Metal, e a letras que viajam pelas asperezas da alma e do comportamento humano, a história “jogada”, no sentindo de não ser narrada com início, meio e fim bem definidos, também encontra no plano dos sentidos a sua compreensão

PALAVRAS-CHAVE: videoclipe, cinema, música.

INTRODUÇÃO

O videoclipe aqui trabalhado logrou encaixar-se na categoria de transgressão do bem fazer da cinematografia comercial. Trabalhando com uma banda goiana, a Sangüínea que é conhecida localmente pela performática de suas apresentações, aliada a um ritmo musical já nascido transgressor, o Rock/Metal, e a letras que viajam pelas asperezas da alma e do comportamento humano, a história “jogada”, no sentindo de não ser narrada com início, meio e fim bem definidos, também encontra no plano dos sentidos a sua compreensão.

Desta forma, a narrativa feita para uma música cuja letra é o famoso poema Versos Íntimos de Augusto dos Anjos, mostra-nos o lado obscuro da mente humana que, maquiada pela perfusão de gestos humanos banais como a leitura de um jornal, ou o dedilhar de um instrumento musical, esconde sentimentos, “fantasmas”, e tormentos que facilmente transforma o nosso ser bem vestido em monstros. Como nos declama o próprio Augusto

O Homem, que, nesta terra miserável,
Mora, entre feras, sente inevitável
Necessidade de também ser fera. (ANJOS, 2001)

1

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Videoclipe

² Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social – Audiovisual

³ Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social - Audiovisual

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social - Audiovisual

⁵ Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social - Audiovisual

⁶ Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social - Audiovisual

⁸ Aluna Líder do Grupo e Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social - Audiovisual

⁹ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Audiovisual

¹⁰ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Audiovisual



OBJETIVO

Arlindo Machado costuma dividir os videoclipes em três categorias, que são basicamente os “clipes” meramente narrativos, os que são mais ousados em termos de reinvenção e transgressão do fazer audiovisual e por último aqueles que na visão de Machado é a “perfeita síntese de imagem e som”.

Com isso este trabalho teve como objetivos principais mostrar que nem sempre as regras da linguagem cinematográfica, do bem-fazer, têm que ser necessariamente e fielmente seguidas ao se trabalhar com produtos audiovisuais, como o videoclipe, que primam pela capacidade de transgressões e de experimentações que encerra.

E ainda a utilização de vários signos visuais que são muito presentes em filmes de terror, foi motivada exatamente para encaixar a identidade visual da banda ao clipe, e mais, serviu para prestar homenagem a este gênero que sempre ocupou um lado B na história do cinema.

Por fim, o que também permeou o processo de produção da obra foi a proposta mercadológica presente em qualquer obra audiovisual, no caso agradar a banda, incluindo no produto sua ideologia musical e também a estética que carrega em si, e também agradar ao público a que se destina, no caso aos amantes de Rock/Metal, não procurando render por completo às exigências comerciais e, no entanto englobando um tipo de profusão imagética que respeita ao gosto e à ideologia do cliente, no caso a banda Sanguínea.

JUSTIFICATIVA

A produção e a exibição de videoclipes, mais que serem tarefas essencialmente comerciais, uma vez que tal produto é fruto direto do que Adorno e Horkheimer definiram como indústria cultural, ou seja, um sistema de produção próprio da sociedade capitalista, que transforma os bens culturais em produtos, são ferramentas de experimentação e inovação estética das mais contundentes, uma vez que podem legar às diversas produções audiovisuais não só caminhos de catarse criativa como também grandes apreciações artísticas. Assim sendo, através dessa pequena obra o mundo, televisivo e cinematográfico pode encontrar um novo mundo de possibilidades visuais e rítmicas, transformando as narrativas quadradas em verdadeiras plásticas artísticas.



E ainda mais, com a invenção do Youtube e a chegada de tecnologias cada vez mais abrangentes, a “feitura”, a divulgação e o conhecimento dos videoclipes tornam-se caminho seguro, inovador de entrada no mercado de trabalho, uma vez que cada vez mais bandas se interessam pela utilização desse produto como forma de venda da sua imagem. Imagem esta que cada dia pede mais e mais experimentações artísticas possibilitadas por tal produto audiovisual, como já havia pensando grandes cineastas como Win Wenders e Michelangelo Antonioni, que em no início de suas respectivas carreiras passearam por esse maravilhoso mundo dos clipes musicais.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Quebrando com o que Arlindo Machado chamou de “velho clichê publicitário”, a “historinha” com começo, meio e fim herdadas do bem fazer da publicidade e do cinema comercial (MACHADO, 2001), foi abandonada e no lugar, baseamo-nos naqueles realizadores mais ousados do campo do Audiovisual, procurando aproximar da videoarte e deixando de lado os conceitos de continuidade narrativa. As imagens dessa forma são pensadas como estímulos visuais em que

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 (MACHADO,2000, p 182).

Nesse sentido, a narrativa das imagens apresenta-se em sua horizontalidade (CARRASCO, 2003), ou seja, na sucessão de ações, uma após outra, mediante um contraponto que expõe na tela os dramas psicológicos que se encontram dentro de cada um de nós, mostrando os demônios que estão sempre presentes em nossa mente, mas que disfarçamos com nossa falsa pureza moral. Ao mostrarmos uma noiva preparando-se para o casamento, um enfermeira cuidando de seu doente, e em seguida mostrarmos essas mesmas pessoas em atos transgressivos de loucura e ódio, queremos mostrar o mal que os “rostos bonitos” também podem guardar dentro de si.

Na profusão desses dois tipos de ações, a montagem do videoclipe é pensada de forma a intercalar essas imagens de atitudes “moralmente comuns” e os gestos “ímorais” de forma a dialogar com o andamento da canção, ou seja, andamentos arrastados são cobertos, com o primeiro tipo de ações e os momentos mais intensos são permeados por imagens do segundo tipo.



A montagem presente no clipe foi pensada para dar maior dinamismo aos planos, casando bem com a alternância e com o movimento dos acordes musicais igualmente dinâmicos em seu ritmo e em sua textura polifônica. Com isso a chamada Montagem Rítmica foi amplamente utilizada, uma vez que foi a forma de construção de imagens que melhor se encaixou na estética da obra, pois, já muito comum em videoclipes, esse tipo de montagem trabalha exatamente com os “movimentos” da narrativa do produto audiovisual que se dá entre os planos, no caso do corte entre um plano e outro e dentro do próprio plano, no caso os elementos sonoros e visuais que conferem agilidade, tensão à cena. A montagem Rítmica, portanto confere ritmo à cena, alternando entre momentos fortes e fracos, e dando dinamismo ao filme.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O poeta Augusto dos Anjos costumava descrever em suas poesias todas as angústias, sofrimentos, alucinações porque perpassa a mente humana, através de seus diversos termos científicos, a obsessão pelo EU, pelo que somos pela a alma dos homens estava presente em cada um de seus versos. Neste caso a banda Sangüínea mantém essa ligação com o poeta através de suas letras e da forma com que trabalham a sua música, colocando em cada nota a mesma aura sombria que tão bem imaginava Augusto dos Anjos.

Diante disso a música escolhida para trabalharmos o videoclipe, transcreve os versos da literatura para a linguagem musical de forma a trabalhar essas particularidades do homem, alternando momentos mais arrastados, com momentos mais intensos, em que o cantor “explode”, em uma voz gritada em que contém toda a raiva que a letra esconde.

Através dessa constatação, a estética do videoclipe foi pensada de forma a trabalhar com esses momentos polifônicos da música, em que o contraponto se dá mediante a alternância dos momentos de tensão versus os momentos mais arrastados, mais lentos. A dinâmica das imagens foram feitas com intenção de mediar esses dois momentos, e o roteiro em si, foi motivado não pela “história” que o poema narra, mas sim pelo sentido maior presente tanto nas palavras do poeta, quanto na essência da banda.

CONSIDERAÇÕES

Á época do surgimento, por assim dizer, do videoclipe – nos idos dos anos 60 -, a linguagem deste produto era permeada por imagens amorfas e sem conteúdo sem que fosse



possível a descoberta de um verdadeiro trabalho artístico, a partir de Michael Jackson, porém tais produtos audiovisuais deixaram de ser meros pastiches de imagens para terem em sua essência uma aproximação com o cinema, bem como um nível produtivo de qualidade quase inquestionável.

Voltando alguns séculos antes do estouro do videoclipe e da sua fama salientada pela MTV, as tentativas de se criar uma nova forma de interação entre música e imagem, podem ser encontradas na década de 20, quando Dziga Vertov e Whalter Ruttmann começam a fazer pequenos filmes com o intuito de:

“Experimentar com a linguagem cinematográfica, desencaixando a montagem da linearidade narrativa importada da literatura e do teatro. (...)buscavam criar uma espécie de narrativa própria do cinema, sem se prender aos cânones importados das outras formas de arte. Uma narrativa onde a imagem contivesse em si mesma toda a mensagem que o cineasta desejava passar.” (SUSSI, 2007; CLEMENTE, 2007; MARTINS, 2007; FILHO, 2007; AZZOLINO, 2007.)

Diante disso o trabalho artístico que envolve o fazer “videoclipiano” é um dos mais proveitosos em termos de aprendizado e de experimentação. É partindo dessa possibilidade de uso das mais diversas formas de ângulos e movimentos de câmera, sem que haja uma regra geral do que se pode ou não pode, que podemos ter uma noção mais completa do melhoramento da artística de outros produtos audiovisuais, transformando assim, tanto a nossa forma de ver obras televisivas e cinematográficas, como a própria forma de fazer desses meios de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. 1º Edição, Goiânia: Editora Senac, 2000.
- CARRASCO, Ney. Sygkchronos: A Formação da Poética Musical do Cinema. 1º Edição, São Paulo: Fapesp, 2003.
- AZZOLINE, Adriana Pessate; LACERDA, Daize Carvalho; FILHO, Lucas Campagna; MARTINS, Kendra Luana; SUSSI, Juliano. Videoclipe estética e linguagem: sua influência na sociedade contemporânea. In: Intercom, 2007. Disponível em :<www.portcom.intercom.org.br>
- ANJOS, Augusto. Eu e outras poesias. 1º Edição, L&PM,2001.
- MARTIN, Marcel. A Linguagem Cinematográfica. 1º Edição, São Paulo: Brasiliense, 1990.
- SILVA, Daniel Ribeiro. Adorno e a Indústria Cultural. In: Quadrimestral Maringá, 2002. Disponível em: <http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm>