IVANA BENTES

Vídeo nos anos 90

(O meio é a *massagem*)

Do mesmo modo que o cinema foi, nos anos 60, o lugar mítico de uma modernidade revolucionária e utópica, sinônimo e possibilidade de intervenção política e de experimentação estética para toda uma geração, hoje é o vídeo (e, em certa medida, os filmes de curta-metragem) que vem, desde o início dos anos 80, suscitando questões decisivas sobre a produção audiovisual brasileira. É o vídeo que vem canibalizando, dialogando e, no limite, rompendo com a estética cinematográfica.

Planejados e produzidos na medida dos recursos possíveis e sob o impacto das novas tecnologias da imagem (efeitos eletrônicos, imagens digitais, computação gráfica), a produção de vídeo vive, simultaneamente, a euforia dos cinemas novos que explodiram no mundo inteiro nos anos 60 e 70 - agilidade e baixo custo de produção, desejo de experimentação - e, ao mesmo tempo, uma certa decepção no confronto entre as novas tecnologias da imagem, com recursos cada vez mais sofisticados, e o resultado na tela, na maioria das vezes, inócuo, descartável, efêmero.

É que não basta uma nova tecnologia para se produzir uma nova estética. Ainda são poucos os vídeos que sobrevivem a uma re-visão, ou suscitam o desejo

IVANA BENTES é crítica de cinema do suplemento "Idéias" do *Jornal do Brasil*.

de "ver de novo", como no cinema. Evanescimento e esquecimento que marcam a própria linguagem da televisão, meio do qual o vídeo se aproxima e se afasta. Um videoclipe, como um comercial de TV, funda-se numa repetição e reiteração mecânica: repetir o que já nasceu para ser esquecido. Esquecimento que chega até a autoria das obras, dentro e fora da TV. Ainda são raros no Brasil os *videomakers* conhecidos em nível nacional ou fora do circuito de festivais. O que existe são obras isoladas mais do que "autores".

Mas, apesar de todos esses limites (restrito a mostras e centros culturais, sem canal de difusão em larga escala, efêmero na sua estética), o vídeo se impõe como o lugar de uma revisão crítica do cinema brasileiro e do audiovisual. Revisão, *feedback*, que relaciona de certa forma o presente, o passado e o futuro da cultura das imagens. O vídeo, hoje, é o lugar do cruzamento das mais diferentes estéticas, propostas, formatos, diálogos. Lugar de uma heterogeneidade máxima que contrasta com a homogeneidade da produção da TV e com a recessão e apatia da produção cinematográfica. Alguns temas, técnicas e estéticas que marcam a produção independente dos últimos dois anos são exemplares das potencialidades e limites da relação cinema-TV-vídeo.

A década de 80 viu a ficção explodir nos curtas-metragens e vídeos independentes. Os dramas-de-sala-de-estar da televisão brasileira foram levados para o vídeo de forma irônica, mimética, ou como exercício de estilo. Mas, entre o mimetismo e a ironia, essas videoficções raramente alcançaram um diferencial. O uso de citações, a microdramaturgia, o pequeno *insight* de roteiro, a paródia aos gêneros clássicos, nada disso chegou a constituir uma estética marcante.

Mas, se a videoficção dos anos 80 ficou marcada por uma estética enfraquecida, mimética e citacional, assistimos, desde o início dos anos 90, a um verdadeiro renascimento da produção documentária em vídeo. Ou melhor, renascimento de uma ficção atravessada por imagens elaboradas da nossa realidade, que retoma e prolonga toda uma linha interrompida do cinema brasileiro dos anos 70, de caráter documental, antropológico e experimental.

Em *Boca de Lixo* (1992), vídeo sobre o cotidiano de catadores de lixo de um subúrbio carioca, Eduardo Coutinho diz que "o roubo da imagem alheia é o pecado original de todo documentário" . E, no entanto, vídeos como *O Espírito da TV* (1990) e *A Arca dos Zo'É* (1993), de Vincent Carelli, *A Coroação de uma Rainha* (1993), de Arthur Omar, e *Beijoqueiro* (1992), de Carlos Nader, são, em diferentes níveis, uma espécie de restituição, pela tecnologia e estética volátil do vídeo, dessas imagens roubadas.

A alegria em frente da duplicação da imagem num espelho; o terror de ter a alma-

imagem aprisionada na caixinha preta do televisor; a vigilância diante dos fantasmas trazidos pela tela: eis três formas poéticas de dizer que o vídeo é, simultaneamente, um sistema de captação, de registro e de transporte de imagens. Funções aparentemente banais, mas que são descritas de um modo quase mítico pelos índios Waiápi e Zo'É nos documentários de Vincent Carelli e Dominique Gallois.

Ao levar uma televisão, um videocassete e uma câmera de vídeo para a tribo dos Waiápi, a equipe do projeto "Vídeo nas Aldeias" desencadeia uma reflexão originária sobre a função da imagem numa sociedade, captando a emoção e lucidez fulminante do grupo diante da esfinge tecnológica. "É bom conhecer os outros pela TV", diz um índio Waiápi diante das primeiras imagens que lhes chegam da tribo

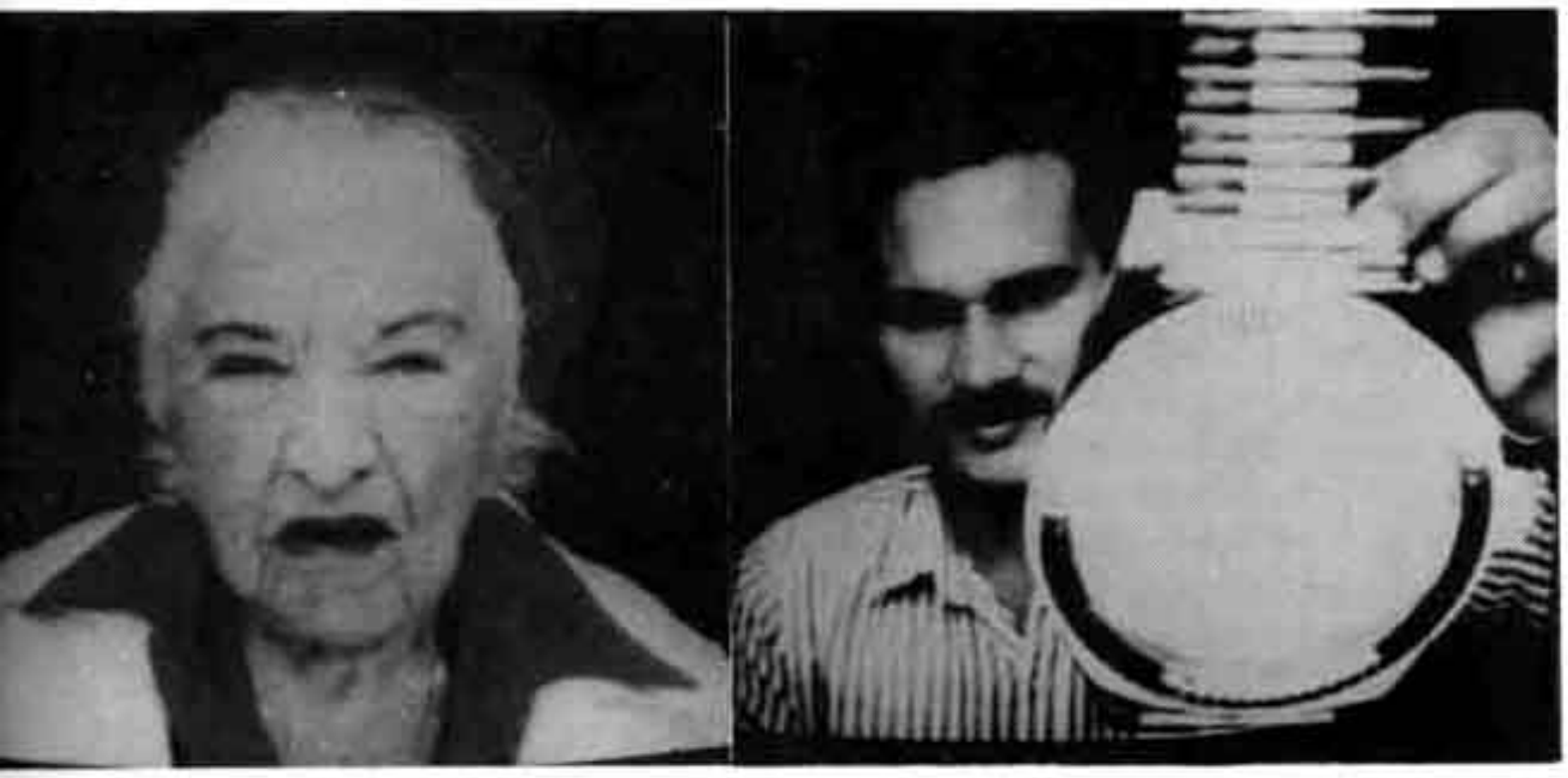
dos Zo'É, fundando, numa frase, a ética da poltrona e da janela eletrônica em que o mundo vem ao nosso encontro antes mesmo que o desejemos e com toda a segurança da mediação.

É desse confronto tecno-antropológico que, em *O Espírito da TV*, as mais diferentes funções da imagem e do registro eletrônico vão surgindo com sua lógica própria. "Não tive imagens dos meus parentes; agora, com a TV, os jovens verão os velhos." O registro do vídeo é um suplemento de memória, meio de transporte "que traz a pessoa e sua fala". A televisão, verdadeira terapia e vício entre nós, também tem entre os Waiápi uma função mágica: *poltergeister* doméstico, canal aberto que trasporta o corpo e os espíritos da tela para a realidade e vice-versa, invadindo nosso imaginário. Assistindo a um ritual mágico de outra tribo, o pajé Waiápi se apressa em montar guarda diante do aparelho de TV dizendo: "Eles [os espíritos] não vão passar daqui, vieram pela TV, mas não vão passar".

O zelo pela sua imagem, a intuição de sua importância, também mostra-se crucial para o grupo filmado. "Não queremos que vejam as imagens dos índios bêbados"; "Não é bom mostrar que somos poucos"; "É bom mostrar que ficamos perigosos quando bebemos, que arrancamos e comemos cabeça de branco, bem gostoso". A imagem é investida e vivida em todos os níveis, meio de reconhecimento e de estranhamento do outro. Diante das imagens dos Zo'É, os Waiápi forjam parentescos e distâncias: "Têm a mesma fala, a mesma pele, mas os lábios são diferentes". A função pedagógica da imagem, de registro e transmissão de rituais, mitos e histórias, também mostra-se fundamental: "Não deixem de usar o arco e a flecha, é assim que seremos perigosos para os brancos". Em *A Arca dos Zo'É*, segundo documentário da série, o vídeo torna-se instrumento antropológico e elo decisivo no processo de pensamento e conhecimento. Os Waiápi decidem encontrar-se com a tribo que conheceram pela TV, os Zo'É, e levam o vídeo para documentar e confrontar ritos e mitos, numa meta-antropologia em que o grupo passa de objeto a sujeito de conhecimento.

Rompendo com o que considera "sociologismo mecânico-paternal-defensivo" de grande parte dos documentários cinematográficos, o vídeo *A Coroação de uma Rainha*, de Arthur Omar, também transita entre o antropológico e o poético. O experimentalismo antropológico de Carelli é elaborado, por Omar, ao nível da própria linguagem, pondo a informação e o documento a serviço de uma lógica audiovisual. A cerimônia de coroação de uma rainha negra da confraria do Congo num subúrbio industrial de Belo Horizonte é o ponto de partida de Omar, que vai operar a passagem entre dois registros singulares: a vida cotidiana de uma senhora negra da classe média baixa e sua entronização num espaço sagrado de esplendor e admiração entre "súditos" e vizinhos.

O que poderia ser mero folclore e exotismo - um ritual tradicional de origem africana encenado como missa católica em que os participantes usam paramentos coloridos, acompanhamento musical de tambores pesados e canções ancestrais de glorificação, lamento e exaltação da raça negra e de seus reis e rainhas celestes - torna-se uma "antropologia gloriosa" em que a cons-



VIDEOCABINES DE SANDRA KOGUT

trução audiovisual, econômica e elíptica do vídeo cruza com a "densidade" da imagem cinematográfica.

Videoclipe folclórico? O fotógrafo Walter Carvalho, que já filmou mais de 50 filmes documentários nos mais diferentes estilos e propostas, lembra que a desvantagem do folclore e da cultura popular na TV passa pela pressa do vídeo: "O telespectador tem pressa, quer chegar logo ao fim da narrativa e um ritual é repetição, tem um tempo interno". Este talvez seja o maior desafio do vídeo: produzir imagens que possam durar, injetar tempo nas imagens descontínuas, fragmentadas, excessivamente leves, sustentadas muito mais por confeitos do que por conceitos visuais.

Com um mínimo de elementos explicativos, o vídeo de Arthur Omar constrói uma estética do êxtase e da beleza em meio a um cenário de depauperação econômica e social. Esta desconcertante emergência de um mundo aristocrático e solene num cenário urbano decadente beira a ironia e a derrisão, que Omar sabe transformar em afirmação vigorosa de um desejo de beleza e *pathos*, êxtase audiovisual que combina o doméstico (cozinheiras, senhoras de rolinhos na cabeça, gestos cotidianos e despojamento) com um mundo mítico de pompa e circunstância, de tensão e *pathos*, que vai do solene e do êxtase ao patético: a cerimônia da coroação, os objetos rituais, a feijoada cósmica, os fogos de artifício, o fantasmagórico cortejo de dezenas de reis e rainhas pelas ruas do bairro. Figuras glauberianas de um mundo em desaparição, que cantam, perguntando pela sua identidade: "quem somos nós?"

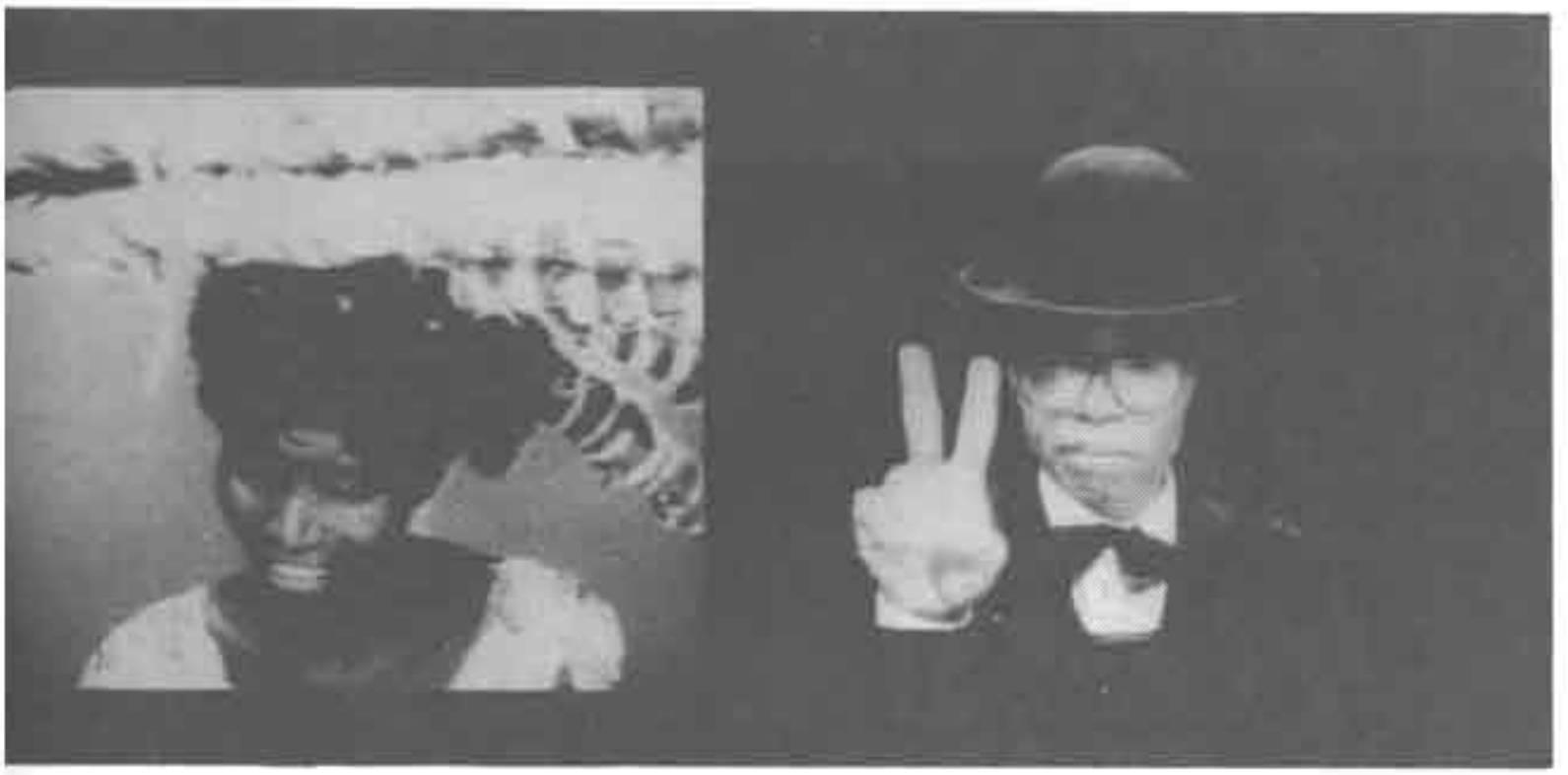
É nesse tempo interno que o vídeo mergulha. Tempo mítico, em que todo o aparato tecnológico, a agilidade e quase intimidade proporcionada pela tecnologia do vídeo, é posto a serviço de um olhar "originário", eufórico e melancólico. A ingenuidade não é a maior crítica? "Inocência", envolvimento que contrasta com a ironia, o pastiche e o citacional que marca a maior parte da produção de vídeo atual e constitui uma forte tendência e tentação da "antropologia urbana" feita pela nova geração de *videomakers*.

Beijoqueiro (1992), de Carlos Nader, é um exemplar dessa vertente paródico-irônica do vídeo, em que o documental está a serviço de um suplemento de "esperteza" do realizador, que sabe brincar com seu objeto, manipulá-lo, para construir menos uma relação de envolvimento com ele do que ganhar a cumplicidade do espectador. Vertente inaugurada com o "jornalismo-mentira" de Marcelo Tass levado para a televisão, com sucesso, em programas como o *Programa Legal*. O vídeo de Nader sobre o *serial kisser* João Alves de Moura, o Beijoqueiro, explora todo o patético, a esquizofrenia e o humor de seu personagem que "beija na impossibilidade de comer um pedaço do ídolo". Com "agenda lotada" e disposto a viajar por todo o Brasil à cata de celebridades, o Beijoqueiro investe toda sua vida no personagem que encarnou, constrói uma história de obstáculos a serem superados (seguranças, polícia) e de metas (beijar Frank Sinatra, o Papa, George Bush). Investe no beijo como um executivo investe em ouro, como única forma de reequilibrar uma vida dilacerada pelo

desemprego, miséria e insatisfação generalizada. Na impossibilidade, talvez, de construir um "personagem" ficcional saído do papel (como, mal ou bem, fazem as novelas), o vídeo tem buscado personagens "cinematográficos" no próprio cenário urbano. É só assim que consegue penetrar, documentar a ficção tantas vezes delirante da realidade brasileira.

O ciclo da "vídeo-antropologia" se abre ainda para projetos como as séries *Videos Cabines* (1990) e *Parabolic People* (1991), de Sandra Kogut, diretora que se volta para a aldeia global e a gente televisiva do mundo inteiro em projetos que lembram de certa forma um grande comercial da Benneton festejando as diferenças culturais, raciais e religiosas através da alta tecnologia. "Fraternidade, igualdade e liberdade" *hight*

tech trabalhadas com uma sofisticação e inteligência visual que sustenta proposições e paradoxos *lights*. A partir da idéia de cabines fechadas com uma câmera de vídeo onde qualquer um pode entrar e deixar sua imagem-mensagem, uma série de situações e comportamentos são "colhidos" e reelaborados numa rede planetária de reações em frente da câmera: "o que você diz, o que você mostra, no que você acredita, o que está acontecendo aqui?" são algumas proposições usadas para recensear os parabólicos do mundo inteiro. "Qual a diferença entre a janela e a TV?" "O que você pensa que o povo pensa que o Brasil é?" Falsamente profundas, profundamente falsas, rapidamente sérias ou seriamente rápidas, essas perguntas e afirmações confrontam-se com imagens espantosamente homogêneas de crianças, velhinhas, negros, amigos, mães, japoneses, *nerds*, *bad boys*, turistas, estudantes, etc. diante da câmera. Banalidade cotidiana em pessoa captada em nível planetário e elaborada visualmente de maneira primorosa através de superposições, janelas dentro de janelas, retículas, cruzamento de imagens e edição eletrônica que iguala todo o planeta, num efeito talvez oposto ao da heterogeneidade pretendida.



Retomando um antigo trocadilho poderíamos concluir dizendo que "o meio é a *massagem*", e o vídeo, hoje, pode tanto massagear apenas o ego e tornar-se bobo, chato, gratuito, como excitar o cérebro e se afirmar como um instrumento poderoso no processo de conhecimento e pensamento, como instrumento na criação de uma estética e sensibilidade contemporânea.