

O BOOM DO ZOOM

O VÍDEO OU A ARTE

BERNARDO CARVALHO

No começo dos anos 80 houve um "boom" de videastas e da chamada produção independente. Hoje, a impressão é de que todas as promessas de conquistar e revolucionar a linguagem da TV foram esquecidas e as expectativas de oito anos atrás se esvaneceram. Com a disseminação da imagem eletrônica por toda parte, como uma nova realidade que vai desrealizando aquilo que se estava acostumado a chamar de realidade, qualquer pretensão autoral ou "independente" passa a correr o risco de se tornar anacrônica. Hoje já é complicado separar as imagens anônimas das televisões ou dos circuitos fechados do que se autodenomina videoarte ou produção independente. "O processo é mais importante que a produção", diz Arlindo Machado, 40, professor de Comunicação e Semiótica na PUC-SP, observador atento das imagens contemporâneas e autor de "A Arte do Vídeo" (Brasiliense, 1988). "A videoarte é um conceito ultrapassado. Era uma tentativa de fazer TV de vanguarda. Hoje, as duas coisas se misturam. O vídeo contaminou tudo."

Desde que Nam June Paik e Wolf Vostell, do grupo Fluxus, ligaram seus monitores nos anos 60, muita água rolou. O caso do vídeo é problemático. Já de cara a sua imagem é qualitativamente inferior à do cinema e isso num mundo tecnologicamente bem mais avançado. O mercado determinou as regras e soube escolher essa imagem menos definida em nome dos baixos custos e da facilidade de espalhá-la por toda a sociedade. A nova percepção eletrônica foi ganhando espaços até tornar-se onipresente. Hoje, no vídeo, é cada vez mais difícil manter idéias que se sustentavam no cinema ou na fotografia, como a noção de estilo ou de autoria. É difícil saber o que é autoral e o que não é num mundo onde a autoria de verdade está cada vez mais nas mãos de cientistas e dos produtores de tecnologia. O caso recente do videasta polonês Zbigniew Rybczinski, que acusou a Rede Globo de plagiar seu "A Quarta Dimensão" (excepcionalmente realizado em filme) na abertura da novela "Tieta", é significativo. Rybczinski só pode acusar alguém de plágio e não se incomodar mais com isso porque trabalha na tecnologia, sua autoria é dentro do próprio meio, não é apenas a invenção de uma nova forma, mas a criação tecnológica de sua possibilidade. O que a Globo faz é apenas usar essa forma — e da maneira mais brega possível, sem nenhuma criação —, assim como um pai de família pode utilizar o recurso de uma nova câmera em seus fins-de-semana.

O vídeo vai tomando o lugar do mundo; apesar de sua "deficiência" de definição, vai se tornando uma imagem hegemônica. Ele está presente nos aparelhos de segurança de lugares públicos, produzindo imagens anônimas e simultâneas, está nos metrô e até em igrejas, em circuitos fechados, acoplado à informática etc. No início dos anos 80, os videastas interpretaram o novo meio como se fosse cinema, queriam ser sobretudo artistas. "Começamos querendo inserir nossos trabalhos artísticos no mercado, fazer videoarte e sobreviver com

essa atividade", diz Marcelo Machado, 31, da produtora Olhar Eletrônico. Hoje, sobrevivem uns poucos com esse título. O vídeo impôs a sua própria realidade, que é sobretudo a de um fenômeno de transformação da percepção em massa de todo o mundo. Não há dúvida, por exemplo, que, mesmo esteticamente, a transmissão mundial e simultânea do primeiro homem pisando na lua em 1969 é bem mais forte e importante do que uma autodenominada produção artística, também mundial e simultânea de Nam June Paik em 1988 ("Wrap Around the World"). No vídeo, o autoproclamado artista está sempre no limite da ingenuidade, porque a arte virou o próprio meio.

Mesmo assim, alguns conseguem criar verdadeiros acontecimentos autorais. E o caso do já citado Rybczinski, operando dentro da própria tecnologia, e dos americanos Bill Viola ou Vito Acconci. No Brasil, o número de nomes significativos na videoarte não é maior, nem acompanha o crescimento contínuo da produção. No VídeoBrasil deste ano, festival organizado pela Fotóptica que começa na próxima terça-feira, houve 157 vídeos inscritos e 41 selecionados, mas no máximo três conseguiriam passar por um crivo realmente rigoroso. "Fico fascinado com o primitivismo e a liberdade de alguns primeiros trabalhos em VHS [fita não-profissional]. É importante essa variação do VídeoBrasil. Acho que é dessa coisa bruta que acontece com a produção em VHS que podem surgir coisas realmente novas", diz Marcelo Machado, que coordena os encontros entre produtores, emissoras e distribuidores nacionais e internacionais no festival.

Os números confirmam a disseminação da produção e o lugar realmente exiguo que a videoarte ocupa dentro dela. "Há novos produtores no VHS tão primários quanto os que surgiram há sete anos. No VHS o acesso é mais fácil, todo mundo pode fazer", diz Solange de Oliveira, 32, que coordena o VídeoBrasil desde a sua criação em 83, quando foram consagrados os primeiros trabalhos do Olhar Eletrônico.

No meio disso tudo, há sempre as revelações e os consensos. Um deles é o mineiro Eder Santos, 29, que participa deste VídeoBrasil com uma instalação, "Rito e Expressão". Santos começou no VHS em 83, quando criou com mais quatro pessoas a produtora Emvídeo em Belo Horizonte, e passou para o Umatic [sistema de vídeo semi-profissional] em 85. Hoje é considerado quase que por unanimidade "o" videomaker brasileiro. Ganhou cinco prêmios no VídeoBrasil, um no FestRio, três no Rio Cine e o Casa de las Americas em Cuba. Seus trabalhos "Uakti" e "Mentiras e Humilhações" são pequenas obras-primas. "Se você fizer vídeo pensando em vídeo, há uma infinidade de coisas. Não pode comparar com cinema. Também fazemos propaganda. A gente consegue realizar coisas bem diferentes de cinema e isso com um efeito bastante particular", diz Santos. Em Belo Horizonte, pelo menos, é conhecida a maneira inusitada como a



O "Independente" Tadeu Jungle é hoje o diretor dos programas "TV da Tribo" e "Diário da Tribo", que serão exibidos a partir desta semana na Bandeirantes

Emvídeo consegue vender os produtos de seus clientes (inclusive prédios de apartamentos) quase que instantaneamente com os vídeos mais esdrúxulos.

O problema das produtoras é um capítulo à parte. "Quando surgiu a produção independente, o objetivo era chegar à televisão. No começo, o circuito foi paralelo, mas a TV acabou absorvendo esse pessoal e suas intervenções. Por isso a impressão de que não existe mais produção independente", diz Arlindo Machado. Absorvidos ou não, os videomakers tiveram que abrir novos caminhos para sobreviverem como empresas. "Conseguimos influenciar muita coisa na televisão. A 'TV Pirata', por exemplo, é consequência da irreverência e do humor do vídeo. Tivemos muito reconhecimento em relação aos talentos, mas nenhum retorno comercial. Por isso, nos voltamos na direção do mercado. Hoje, 35% da nossa produção é em filme, para publicidade. Tivemos uma mudança de rota pelas exigências do mercado", diz Marcelo Machado, do Olhar Eletrônico, empresa que hoje, além de faturar US\$ 100 mil (cerca de R\$ 520 mil) por mês, tem acrescido ao seu logotipo um novo e providencial significado: cine-TV. "O vídeo é uma espécie de suporte de várias fontes de geração — computação gráfica, cinema etc. Podemos produzir em filme e continuar veiculando em vídeo."

Para Tadeu Jungle, 33, diretor dos programas "TV da Tribo" e "Diário da Tribo" (que irão ao ar pela Bandeirantes a partir dos próximos dias 30 e 25, respectivamente), "aconteceu o óbvio: o sonho se realizou em parte, muita gente que começou brincando no vídeo nos anos 80, hoje é profissional. A produção independente na TV é questão de tempo". Tadeu criou a TVDO em 80, com Walter Silveira, Ney Marcondes e Paulo Priolli, "para fazer vídeo como uma banda de rock". Hoje, está às voltas com a produção dos dois programas para a

Bandeirantes. O primeiro ocupará o antigo horário do Faustão, durante uma hora aos sábados, e o segundo será exibido em três blocos diários de três minutos.

Solange de Oliveira, do VídeoBrasil, também defende a entrada da produção independente na TV: "Existe uma proliferação de produtoras independentes, fazendo publicidade, vídeo institucional e empresarial. Mas o verdadeiro espaço do vídeo é na TV. Fora do Brasil, as emissoras já compram grande parte de seus programas. Na Europa, o Channel 4, o Canal Plus e a Rádio TV Belga chegam a comprar produções de vanguarda. Aqui, há muita resistência às inovações de linguagem. A grande oportunidade das produtoras independentes é a lei que cria emissoras regionais. É preciso que essas televisões percebam que não precisam ser produtoras, que podem ser apenas transmissoras". Nessa linha, a TV Manchete parece estar dando um passo à frente: está abrindo um departamento só para cuidar da produção independente, incluindo aí os vídeos mais ousados, os chamados "experimentais".

De qualquer jeito, a chamada produção independente, num mundo onde o vídeo está em toda parte, só é "independente" pelo fato de ser muitas vezes, como empresa, marginalizada pela TV. Trata-se de uma marginalização mercadológica. No mais, no que diz respeito às imagens em si, não é mais possível pronunciar esses termos (independente, videoarte) com o mesmo sentido que tiveram nos primórdios da disseminação do vídeo. Para sobreviver, os "independentes" procuram seguir as rotas do mercado, enquanto a videoarte permanece, a rigor, na mão e na cabeça de uma parcela ínfima de artistas. Como em toda arte.