A Forma Rítmica das Imagens de Michel Gondry[1]

Mário Gustavo COELHO[2]
Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP

Resumo

O objetivo deste artigo é delinear um dos recursos a que o diretor de cinema Michel Gondry recorre – o ritmo – em sua produção audiovisual, seja ela *spot* publicitário, videoclipe ou cinema. Para esta análise utilizarei três produtos audiovisuais dirigidos pelo diretor francês, um de cada área acima especificada: 1) Spot publicitário: *Levis – Drugstore* (1995); 2) Videoclipe: *Let forever be – The Chemical Brothers* (1999); 3) Longa metragem: *Tokyo!* (2008) – episódio *Interior Design*. Desta análise procura-se verificar que o *ritmo* é um dos fatores fundamentais que delineia a forma de sua produção audiovisual.

Palavras-chave: Cinema, ritmo, Michel Gondry

A história de Michel Gondry

Rosto de um menino e alma de doze anos com o desejo de jogar com o mundo dos adultos, Gondry é um exemplo de continuidade poética e técnica em seu trabalho ao longo dos anos, do clipe ao cinema e é seguramente um dos diretores mais citados como representante da influência do estilo do videoclipe no mundo do cinema, ao lado de Spike Jonze e David Fincher.

Nascido em Versalhes (França) em oito de maio de 1963, Michel Gondry passa alguns anos de sua infância frequentando um shopping center no subúrbio de Paris, o *Parly II*, que, aos olhos do diretor ainda criança, tem todas as características de um país das maravilhas: "duzentos negócios de vários gêneros, vidros fumês, alumínio, mármore, fontes de água em vidros, temperatura agradável, era como mel para o nossos sentidos"[3].

Passo a passo, os componentes de sua família encontram trabalho no shopping. A mãe foi a primeira que começa a trabalhar como secretária para uma loja (o BHV: Bazar de L'Hotel de Ville), enquanto, em um segundo momento, foi a vez do irmão Olivier se tornar

[1] Trabalho apresentado no GP Cinema do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestrando do curso de Comunicação Audiovisual da UAM - SP, email: mariocoelho2000@hotmail.com.
[3] Gondry, M. "I've been twelve forever" in *The work of diretor: Michel Gondry. A collection of music vídeos, short films, documentaries and stories*, volume 3, (DVD), UK: PALM Pictures, 2003.

responsável pela comunicação das promoções. Mais tarde, foi a vez de Gondry: "trabalhei em um setor de reclamações de uma loja de utilidades que se chamava Darty, mergulhava no meu estoque para recuperar coisas como secador de cabelos e rádios para os clientes[4]." Uma frase que demonstra de forma exemplar o quanto este lugar foi representativo na vida da família Gondry: "comíamos no Parly II, comprávamos de tudo no Parly II e sonhávamos com o Parly II"[5].

O shopping, mas também a genuína paixão do pai pela música (e em particular por Duke Ellington[6]) e a veia criativa e ao mesmo tempo científica do avô materno (proprietário de muitas patentes em química, eletrônica e telefonia e inventor em 1949, do *Clavioline*, um precursor dos modernos sintetizadores) nos parecem ser os primeiros evidentes modelos de sugestões artísticas do jovem Michel. Voltando a se referir ao instrumento inventado pelo avô, Gondry especifica:

> "É possível sentir claramente em *Baby you're a rich man* dos Beatles de 1969. Eu sempre pensei que fosse uma gaita de fole escocesa até quando eu percebi que se tratava do instrumento de meu avô[7]."

Após sua mudança para Paris nos fins dos anos 70, ele começa sua graduação nos estudos artísticos e entra para o grupo *Oui Oui* como baterista. É nesse grupo de rock progressivo que ele executa seus primeiros trabalhos com o videoclipe para as próprias musicas já nos anos 80, onde, movido pela MTV e pela necessidade da banda promover sua imagem, tais clipes começam a adquirir notoriedade nacional.

Pesquisando algumas entrevistas, encontramos referências entre o mundo da música e a família, e em particular, a figura paterna:

> Posso dizer que provenho de uma família de músicos [...] Meu avô tinha um negócio de órgãos para igreja que prosperou muito bem. Logo, todos os velhos órgãos a tubo foram substituídos por aqueles eletrônicos. Depois meu pai assumiu o negócio. Meu pai era muito mais dentro da cultura pop. Tinha começado a vender guitarras, era muito *cool.* Mas rapidamente ele faliu porque dava instrumentos. Se um jovem *hippie* realmente queria uma de suas guitarras ou teclados, mas não podia comprar, meu pai praticamente o dava de presente. [...]. Escutávamos muita música pop, *rhythm and blues*, e o meu pai era um grande fã do Duke Ellington. Não me interessei pela música por uma reação encadeada pelos meus pais. Não preciso usar

[4] Idem.
[5] Idem.
[6] Idem. "em casa Duke Ellington era Deus [...] Quando Duke morreu, em 1974, ficamos em silencia durante todo o jantar".
[7] Idem.

> da música para reclamar deles. Me deram muita liberdade de pensamento. Eu sempre pude escutar a música que me interessava. Antes de perder a loja, meu pai me presenteou com uma bateria, e ao meu irmão, com um baixo. Formamos algumas bandas juntos, tocávamos *punk rock*... ou talvez era mais *new wave*... E assim entrei para o mundo da música. Depois, quando deixei Versalhes para ir a escola de artes em Paris, formei a banda *Oui Oui*[8].

Estilo "gondryniano"

Uma vez visto um trabalho de Gondry, seja um videoclipe ou outro produto audiovisual, não é fácil esquecê-lo. Essa condição foi rapidamente observada pelos produtores das mais importantes companhias para as quais ele realizou comerciais: Adidas, Smirnoff, Nike, Air France, Gap, Polaroid, Levi's e muitas outras. Isso porque, de certa forma, o fio que une o clipe ao cinema, muitas vezes, passa pelo trabalho em publicidade. Os dois campos são contíguos, e os limites são incertos. E os diretores que frequentam o mundo da música sabem-no bem. Se o clipe, em geral, permite uma alta dosagem de experimentações, mas tem um orçamento limitado, e logo nem sempre adequados às invenções fantásticas de um diretor (ainda que não se encontre nenhuma queixa de Gondry sobres esses limites, mas sim, transformando essa limitação em estímulos para criar soluções diferenciadas), o *spot* publicitários leva consigo um orçamento muito mais relevante. Mas neste caso, o diretor autoral acaba sendo suprimido como um mero executor ou intérprete da marca. Para Gondry , a publicidade se tratou sempre de uma possibilidade tentadora, uma ocasião nova para colocar à prova sua inventividade.

Seu repertório é vasto e em nenhum momento Gondry se preocupa em esconder seus jogos visuais. Utilizando-se de técnicas vanguardistas como perspectivas forçadas, *stop-motion* e misturando-as a efeitos especiais modernos complexos, como efeito *Larssen* e imagens criadas em CGI[9], o jogo em sua produção é criar ao espectador um estranhamento explícito, não se preocupando em tomar parte de nenhuma linha histórica do cinema, mas simplesmente utilizando-se das formas fomentadas durante mais de 100 anos da arte cinematográfica.

Uso contínuo da câmera na mão (característica nata com o neo-realismo italiano), câmeras subjetivas, reversão de projeção, ou seja, a mistura de tudo o que for possível para construir os seus sonhos, com uma atenção especial ao contrato estabelecido no *audio* +

[8] http://www.director-file.com/gondry/
[9] Acrônimo de "computer-generated imagery". Se trata de um efeito especial obtido mediante o uso da computação gráfica.

visual, onde a montagem tem uma enorme atenção aos pontos de sincronização estabelecia por Gondry em sua produção.

Baseado em toda a sua história acima visitada, é visível que esta herança familiar (avô criador de instrumentos; pai proprietário de loja de instrumentos musicais, mãe pianista) somada à sua formação de baterista, tenha contribuído, não ao acaso, para que o ritmo começasse a se delinear como elemento fundamental em sua produção audiovisual.

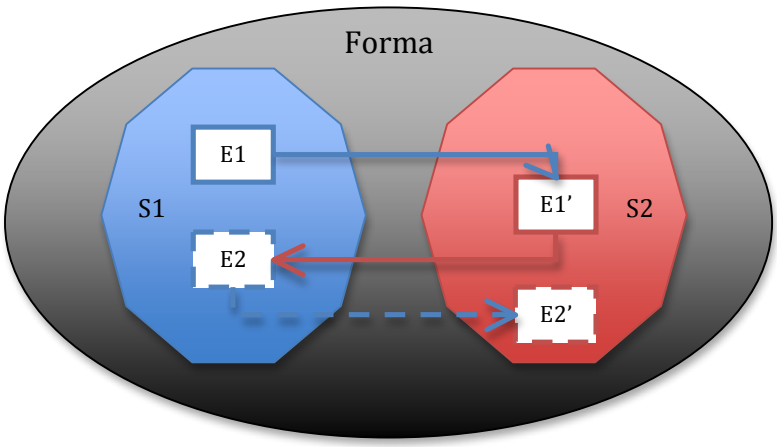
A Forma e o Ritmo

Para definir o conceito de forma, vou me apropriar do conceito proposto por Hans Ulrich Gumbrecht em seu trabalho "O Campo Não-Hermenêutico ou a Materialidade da Comunicação" (GUMBRECHT, 1998 p.148), onde ele propõe a seguinte definição: "forma é a unidade da diferença entre referência externa e interna". O autor quer denotar que todo o objeto tem simultaneamente, tanto uma referência interna quanto uma externa, sendo uma interdependente da outra. A linha que define esta forma é o ponto geométrico que representa a intersecção entre as duas referências (interna e externa), pois "não há como distinguir em seu contorno a parte pertencente à referência interna da parte ou o que lhe é exterior".

Prosseguindo com o conceito de forma, Gumbrecht destaca a necessidade também de um segundo conceito, que é o de *acoplagem* (MATURANA, 1997) desenvolvido por Humberto Maturana e Francisco Varela. Este conceito tem por objetivo verificar como acontece a passagem da substância do conteúdo à forma do conteúdo. O autor ainda cita a importância destes conceito para compreender a passagem da substância da expressão à forma da expressão, compreendendo-se assim como a forma do conteúdo e a forma de expressão se associam, engendrando o que denomina-se "representação". Esta teoria envolve dois níveis envolvendo sempre a presença de dois sistemas em processo de interação:

> A acoplagem de primeiro nível explicaria como, a partir de substâncias, formas podem emergir, isto é, como substâncias se articulam em formas. O processo da acoplagem seria o seguinte: dada a existência de dois sistemas, Sistema 1 (S1) e Sistema 2 (S2); se, no S1, verifica-se um Estado 1 (E1), este E1 condiciona no S2 um Estado 1' (E1'). Por sua vez se o S2 se encontra na situação do E1', então este E1' condiciona o S1 no Estado 2 (E2). Agora, se o S1 adota o E2, este passa a condicionar o S2 a um Estado 2' (E2') (GUMBRECHT, 1998 p.149).

Representando visualmente esse conceito temos:



O que diferencia os dois níveis de acoplagem é que o no *primeiro nível*, os estados dos sistemas envolvidos necessariamente voltarão a passar pela mesma sequência de estados, pois mesmo que venham a gerar um grande número de condicionais, nunca serão infinitos, ou seja, se repetirão, nunca sendo superado por nenhuma forma ou estado novo. O autor ainda define que tal acoplagem é designada também por "ritmo", pois sempre acaba voltando a sua forma inicial.

Já na acoplagem de segundo nível, a diferenciação é que esta engendra novos estados, previamente desconhecidos:

> A acoplagem de segundo nível diferencia-se por seu caráter produtor. [...] O número de estados pelos quais os sistemas passam é infinito. A linguagem humana constitui um perfeito caso de acoplagem de segundo nível. Do modo como a concebemos, a linguagem constitui uma acoplagem de segundo nível porque cada um de nós pode produzir continuamente enunciações jamais articuladas previamente. (GUMBRECHT, 1998 p.150)

Durante o artigo tentarei verificar em qual dos níveis de acoplagem sua produção se enquadra. Mas como o diretor possui um estilo definido e que se repete em sua produção, ainda que ela possua outras características que possam se confundir num primeiro instante (eu mesmo, no início de meus estudos, acreditei que ele tinha algo de novo a oferecer), ela acaba se repetindo utilizando um repertório já conhecido, engendrado durante toda a história do cinema. Mas o estudo do audiovisual do diretor francês nos permite delimitar um espaço onde pretendo demonstrar como o ritmo é uma forma que sua produção audiovisual acaba por ser fundamentada, independente do produto.

Uma vez determinado o conceito de forma, nos cabe então verificar um outro conceito: o ritmo.

> rit.mo[1]
>
> ***sm*** (***gr rhythmós***) **1** Série de fenômenos que ocorrem com intervalos regulares; periodicidade. **2** ***Mús*** Combinação do valor das notas, sob o ponto de vista do tempo e da intensidade. **3** ***Mús*** Modalidade de compasso que caracteriza uma espécie de composição. **4**

Metrif Sucessão, com intervalos regulares, de sílabas acentuadas e de cesuras, de acordo com um determinado padrão métrico; cadência. **5** Série determinada de sílabas ou de palavras, correspondentes a outra série semelhante. **6** Correlação harmoniosa entre as partes de uma composição literária ou artística. **7** ***Fís*** e ***Mec*** Movimento com sucessão regular de elementos fortes e elementos fracos. **8** ***Fisiol*** Proporção ou relação de intensidade entre as pulsações arteriais.

O objetivo de inserir a etimologia da palavra ritmo é verificar que sua significância vai muito além do conceito musical do termo. Se por um lado Gondry se apropria exatamente do sentido mais *lato* do ritmo na música, usando-o como compasso, combinando as imagens no tempo da música criando partituras visuais (como em muitos dos seus videoclipes e publicidades, em especial naqueles ligados a música eletrônica), o diretor cria também um estilo pessoal que agrega outras características a fenômenos que ocorrem com regularidade em sua produção (ou devemos chamar de ritmo?).

Robert Jourdain, em *Música, Cérebro e Êxtase* (JOURDAIN, 1998) cita essa importante divisão semântica do ritmo oferecendo duas ideias bem diferentes. A primeira é ligada aos padrões de batidas acentuadas, o que é um padrão bem familiar ao pensar em uma representação de ritmo, ideia a qual é referida pelos musicólogos como *metro*. Esta representação é claramente visível na produção de videoclipes e publicidades do diretor como acima citado.

Mas a segunda concepção de ritmo é completamente diferente, que a primeira vista pode-se considerar que nada tem a ver com ritmo. E este é o ritmo do "movimento orgânico" que geramos em nossa vida. Ele cita:

> É o ritmo do corredor e do saltador com vara, o ritmo da água numa cascata e do vento que geme, o ritmo da andorinha voando e do tigre saltando. Também é o ritmo da fala. Esse tipo de ritmo não tem acentuações repetitivas, uniformemente compassadas, do ritmo medido. Na música, ele é construído por uma sucessão de formas sônicas irregulares, que se combinam de várias maneiras, como as partes de uma pintura, algumas vezes demorando-se num apurado equilíbrio, outras unindo forças para girar, mergulhar ou redemoinhar. Por falta de um termo padronizado, isso é chamado de *fraseado*.(JOURDAIN, 1998, p.167)

A relação harmoniosa que Gondry utiliza para as transformações de seus sonhos em cinema é sempre abastecida pelos seus jogos contínuos e conhecidos, mas que sempre provocam um inicial estranhamento, sabendo-se assim, a quem pertence aquele ritmo audiovisual.

Esta organicidade "gondryniana" acaba se transformando em uma forma rítmica que se estende muito além do sincronizações de *beats* e planos, e se apropria das formas históricas do cinema, ao ritmo dos jogos criados por seus sonhos. Mas de qualquer forma é importante constatar como a formação musical de baterista contribui de maneira significativa para a sua formação como diretor cinematográfico em qualquer um dos três produtos analisados. Talvez porque tendo o total controle do ritmo *metro*, brincar com o *fraseado* no audiovisual é tão simples, que se torna rítmico em sua produção.

Os produtos audiovisuais

1) Spot publicitário: *Levis – Drugstore* (1995).

O comercial em questão é para a marca de jeans Levi's denominado *Drugstore* (1995)[10]. América, anos da grande depressão. Da janela de um carro vemos uma paisagem urbana de uma pequena cidade: uma longa estrada periférica, a ferrovia, etc (fig. 1). O carro se aproxima de uma *store* (fig.2). Um rapaz desce do automóvel e entra na *drugstore* (farmárcia) para comprar preservativos, entre a vergonha e a desaprovação dos clientes presentes na loja. O proprietário da loja passa a latinha com os profiláticos, servindo-lhe o produto. Corte e já e noite. O rapaz dirige então o carro até uma casa e toca a campainha.

Figura 1

Figura 2

O mesmo senhor, o proprietário da *drugstore*, abre a porta ao rapaz que irá sair com sua filha. Os dois se reconhecem e o homem tenta obstruir a saída da filha mas já é tarde demais: a mesma o ignora e o saúda, saindo contente com o namorado à noite. O conceito irônico do spot é centrado no famoso bolso pensado inicialmente para relógios de bolso e que agora é também útil para esconder os preservativos (fig. 3 e 4). O comercial realizado para a Levi's é um dos primeiros feitos por Gondry e talvez o mais famoso, principalmente pelos numerosos prêmios colecionados nos vários festivais dedicados à publicidade. Sobretudo o prestigiado Leão de Ouro ganho no Festival Internacional da Publicidade de Cannes.[11]

[10] Produto: Levi's Jeans, modelo 501. Agência: BBH London.
[11] O spot foi inserido no *Guinness World Records 2004*, Little Brown & Co., 2003, p. 177 como o spot mais premiado de todos os tempos.

Figura 3

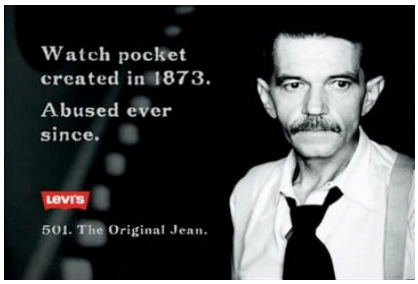


Figura 4

Fotografado em um branco e preto granulado e denso, o spot, a uma primeira leitura, pode parecer entre os menos gondrynianos, se excluir o uso do *steadycam* como instrumento privilegiado para a subjetiva ou as tomadas das janelas do carro (do para-brisas) como janela ou abertura (autoreflexiva) sobre o mundo (da mise-en-scène).

Mas exatamente aqui, na realidade, estão as marcas do diretor francês, nestas figuras do regime do olhar e em igual medida na estrutura circular da mise-en-scène. O spot é disseminado do início (saída do escuro da garagem) ao fim (saída noturna da entrada da casa da namorada) de portas ou limites que o jovem protagonista atravessa, ou de janelas e reflexos através dos quais ver até a subjetiva na qual para olhar dentro da *drugstore* o rapaz é obrigado a se aproximar da vitrine da loja mostrando na sombra sua própria forma de fantasma (fig 5).

Figura 5

Trata-se de um spot realizado como um clipe, sendo mudo e editado sobre uma base *techno* com uma montagem atenta aos pontos de sincronização imagem-som e gravado em boa parte em câmera subjetiva. Um exemplo é o momento que a música eletrônica acelera a batida com a inserção de mais um *beat* grave e forte, na caminhada do rapaz em direção a casa de sua namorada, a montagem é sincronizada com a passagem da maria fumaça em alta velocidade.

Esse som *techno* (composta pelo Novelty Waves) é completamente dissonante com as imagens da época, afinal a ideia é representar os anos de 1920, mas a montagem eficiente faz o anacronismo passar completamente desapercebido ao espectador, já habituado com o ritmo eletrônico moderno. A namorada que sai da casa também possui um certo

anacronismo, já que não aparenta ser dos anos 20, nem com seu visual e nem com sua atitude.

Na tentativa de tornar aquela sensação do uso do jeans tão orgânico como o ritmo do sexo que a propaganda transmite, não será ao acaso que a música *techno* escolhida tem o nome de *Biosphere* (biosfera). Afinal na língua portuguesa, biosfera é definido como "os organismos vivos juntos com seu ambiente". É como se o jeans tivesse vida e tomasse as decisões por si só.

Mas o anacronismo segue o ritmo da marca de jeans que nasce em 1853 e se atualiza durante a sua história se tornando a mais famosa marca de roupas do gênero de todos os tempos, nunca perdendo o ritmo da sociedade. Ritmo o qual Gondry também não deixa desaparecer e oferece a marca uma publicidade que demonstra o quanto o jeans se adaptou durante seus 150 anos de vida até o presente, sendo um produto em uso até os dias de hoje.

Trata-se sempre de um olhar participativo, subjetivo e diegético ao mesmo tempo, dirigido à identificação com o espectador que graças a este movimento autoreflexivo vem estimulado a uma visão múltipla e analítica suportada e dobrada de uma sincronização som-imagem que induz a uma sinestesia da própria visão como nos seus melhores trabalhos de "clipeiro".

2) Videoclipe: *Let forever be – The Chemical Brothers* (1999)

> "Quando eu comecei a fazer vídeos, eu não entendia as letras em inglês. Então, eu olhei para os ritmos, e eu repetia uma abstração, o que fez meus vídeos ficarem mais perto do que os músicos normalmente queriam dizer no início. Eu nunca poderia ser exato no meu trabalho, e isso foi uma coisa boa."[12]

Este trecho da entrevista de Gondry para o New York Times, é de grande importância para minha hipótese de que toda a produção audiovisual do diretor vem fomentada pela sua formação musical, em particular de baterista. Trata-se de vídeos musicais no verdadeiro sentido do termo, baseados nos ritmos e suas visualizações. E mesmo dentro de um campo da música eletrônica, ausente da bateria acústica como instrumento é que Michel Gondry exaltou ainda mais essa sua característica.

É claro que, no ano da produção do vídeo para o grupo *The Chemical Brothers*, o inglês do diretor já era fluente (ou razoavelmente, pois é bem difícil entender o inglês com a pesada carga de sotaque de francês), mas ainda assim, tal característica não impediu de cada

[12] http://www.nytimes.com/2006/09/17/magazine/17gondy.html?pagewanted=2&_r=2

vez mais procurar a sinestesia entre música e vídeo. Formada por Tom Rowlands e Ed Simons, a dupla surgiu em meados da década de 90 e é apresentada para o mundo como a nova face da música, isto é, a eletrônica.

Ed Simons nasceu em Londres em 9 de junho de 1970 e estudou História Medieval na Universidade de Manchester onde conheceu Tom Rowlands, nascido em 11 de janeiro de 1971. Ambos foram influenciados em suas adolescências pela som de artistas eletrônicos como *New Order, Heaven 17* e também bandas como *The Smiths*.

A partir de 1992 começaram a trabalhar juntos como Dj's no clube *Naked Under Leather*, inicialmente com o nome *The 237 Turbo Nutters* e posteriormente por *The Dust Brothers* em referência a uma dupla de produtores musicais famosos pelo trabalho com o *Beastie Boys*. A dupla terminou a faculdade e em 1993, fazendo mixagens, completaram o EP *14th Century Sky* que tinha a música *Chemical Beats* que marcou o gênero da banda definindo o gênero *Big Beat* que foi seguido por outros famosos músicos como *Fatboy Slim*. Em outubro de 1994 se tornaram Dj's residentes em clubes influentes de Londres, centro da música eletrônica da época, como o *Heavenly Sunday Social Club*, cujos frequentadores regulares incluíam Noel Gallagher, Paul Weller e Tim Burgerss. Em março de 1995 a dupla começou a sua primeira turnê internacional, que incluía os Estados Unidos e festivais pela Europa e então o grupo *Dust Brothers*, o qual eles haviam usado como referência para o seu nome, os ameaçaram de processo, levando-os a mudar o nome para *The Chemical Brothers*. Em junho deste mesmo ano, eles lançaram o quarto single da dupla, o primeiro com a nova identidade denominado *Leave Home*.

O primeiro encontro entre Gondry e *The Chemical Brothers* acontece com o clipe sob análise, em 1999 e recupera o psicodelismo, tornando-se um vídeo marcante para o gênero por essa repetição do eletrônico. Jogos de perspectiva, obsessão, clareza linguística e complexidade teórica, um mecanismo que se (auto)reproduz em uma epifania de coreografia caleidoscópica. O clipe é uma verdadeira apoteose, um jogo para os olhos e para a mente, um cubo de Rubik, uma engrenagem perfeita, autoreflexivo e espelhante (características que já vimos, cujos efeitos, como sempre se preocupa Gondry, não são (somente) digitais, mas reais). Uma protagonista feminina que se multiplica graças a sete versões idênticas e reais da mesma que se movem entre o

Figura 6

Figura 7

infinito jogo de perspectivas em um tipo de efeito "Larsen" recriado artesanalmente (fig. 6). Tudo isso sincronizado perfeitamente com cada *beat* da música eletrônica, e ainda espelhando, um segundo personagem – um baterista (ou na verdade 7 bateristas) o qual o diretor fez questão de encenar um deles em uma sinestesia simétrica e rítmica (fig. 7). Característica esta que permeia toda a produção dos videoclipes de Gondry.

O videoclipe foi gravado como se fosse um único plano sequência onde os cortes entre as cenas são feitos por meio de efeitos especiais digitais que dá a sensação de continuidade a cena. Com isso, a sensação é que a protagonista não sabe mais onde se encontra em realidade ou sonho (característica comum na produção de Gondry), se confundindo em suas múltiplas personalidades no espaço e no tempo.

A música, apesar de ser eletrônica, possui uma batida identificável de bateria acústica que é apresenta diegéticamente em vários momentos do clipe, dando o ritmo a montagem, a qual Gondry minuciosamente trabalha. Essa sincronização explora o lado mais *metro* do ritmo, lado o qual Gondry se diverte ao trabalhar. As fusões do efeito Larsen artesanal são aplicados por meio de computação gráfica (fig 8), mas absolutamente sincronizadas ao extremo com cada ruído secundário de transição dos refrãos da música, seguindo a risca a música eletrônica, transformando os mais diversos ruídos em imagens tão psicodélicas quanto o próprio ritmo.

Muitos outros assuntos poderiam ser discutidos sobre o videoclipe em análise, mas aqui o objetivo é demonstrar que, diferente do comercial analisado anteriormente da Levis, onde a sincronização dos *beats* e planos é acentuada pela narrativa rápida e necessária de um spot de curta duração, o clipe já apresenta um pouco mais de narrativa da personagem, unindo não só o ritmo *metro* que Gondry perfeitamente sincroniza, mas também o ritmo orgânico (*fraseado*), verificando-se assim uma outra característica comum das produções do

Figura 8

diretor, onde a personagem não evolui em nenhum sentido psicológico durante a narrativa, característica que permeia também a maioria do cinema por ele produzido.

3) Longa metragem: *Tokyo!* (2008) – episódio *Interior Design*

Tokyo! é uma obra composta por três média metragens dirigidos por Bong Joon-ho, Leos Carax e Michel Gondry. O último assina o primeiro capítulo, chamado *Interior Desing*. Trata-se de um filme no qual os personagens são submetidos a situações de dificuldade próprias de nossa época contemporânea, e analisadas como um cientista faria com ratos em laboratório (em alusão ao primeiro longa metragem de Gondry – *Natureza quase humana* de 2001[13]).

Interior Desing parece assumir este assunto contando a história de um jovem casal em busca de um apartamento e de trabalho na megalópole Tokyo. O rapaz – Akira (interpretado por Ryo Kase) – consegue construir uma profissão (de embalador de presentes e também como diretor de cinema), ao mesmo tempo que a moça – Hiroko (interpretada por Ayako Fujitani) – ao longo da trama, sempre mais a confiança em si, ficando cada vez mais passiva nos confrontos da espontaneidade com a qual o companheiro tece relações sociais e profissionais. Ela terminará por anular-se como pessoa para virar um verdadeiro objeto: uma cadeira. Objeto simples, humilde e de serventia mas ao mesmo tempo essencial, seja do ponto de vista do design ou de sua própria função.

Há muito o que ser discutido sobre este filme mas o objetivo deste artigo é verificar a forma rítmica que Gondry proporciona a sua produção. E mesmo sendo cinema (e não mais o videoclipe ou a publicidade), a marcação da música também é de extrema importância em *Interior Design*.

No início o diretor utiliza uma música de suspense amplificando essa sensação com o diálogo em voz *over* entre Akira e Hiroko, que conversam sobre um futuro apocalíptico. A conversa termina na observação da menina, que diz: "Morreremos todos!". O seu namorado a corrige, dizendo: "Não, vamos sofrer mutações!". E é esse mesmo o destino que Gondry propõe, e não só na narrativa, mas também no próprio ritmo que acompanha a trama, com mutações musicais do mesmo tema. A primeira vez que se ouve a música tema mutante do filme (até que em seu final vem desvendada, deixando de ser extra diegética e se transformando em diegética, pois os músicos aparecem juntos na cena final tocando),

[13] O filme *Human Nature* abre a primeira cena com dois ratos caminhando pela floresta e durante a trama se entende que os animais eram antes cobaias de laboratório onde um dos protagonistas, o Dr. Nathan, tenta domesticá-los ensinando regras de etiqueta.

acontece logo em seguida ao diálogo supra citado quando Akira pergunta à sua namorada: "estamos indo na direção certa?" (fig. 9).

Figura 9

Assim, durante todo o filme, a mesma melodia vem tocada de fundo – sempre extra diegética – em todos os momentos em que Hiroko, predestinada a se transformar em uma cadeira, enfrenta discussões que põem em dúvida a sua existência. O mesmo ocorre no momento da discussão com seu namorado sobre o relacionamento (Akira a acusa de não ser ambiciosa – fig. 10), ao caminhar na megalópole, pela rua, à procura de um apartamento para alugar (tarefa que, após visitar muitos apartamentos, não consegue cumprir – fig. 11), na busca de seu automóvel no pátio municipal (que vem apreendido por estar estacionado em local proibido pelo seu esquecimento – fig. 12) e finalmente durante a sua mutação do estado humano ao estado objeto (fig. 13). Aos poucos, a personagem vai sendo tomada pela passividade ao confrontar tais problemas, e pouco a pouco, a "mutação" sugerida por Akira no início da trama, vai acontecendo. Ao mesmo tempo, a música também vai sofrendo transformações (mutações), elevando a tensão do drama, e durante a metamorfose para o estado objeto, ganha dimensões fantasiosas (como se fosse um desenho animado[14]) até voltar a um estado de relaxamento e plenitude, no momento em que Hiroko encontra uma utilidade para a sua existência como cadeira, para um músico que realiza um ensaio, transportando a música para a diegese.

A cena final termina em um close em uma das colagens que Hiroko faz na casa do músico enquanto eles ensaiam, tendo ao seu lado um metrônomo[15] que dá o ritmo aos músicos. E creio que não só para os músicos mas também para o diretor Michel Gondry (fig. 14).

Figura 10

Figura 11

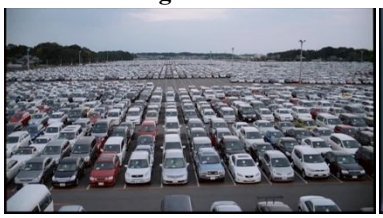


Figura 12

Figura 13

[14] Vale lembrar que o filme é uma adaptação de um *cartoon* de Gabrielle Bell – *Cecil and Jordan in New York*.

[15] Metrônomo é um relógio que mede o tempo (andamento) musical produzindo pulsos de duração regular para fins de estudo ou interpretação musical. Fonte: www.wikipedia.org.

Figura 14

Mais uma vez é visível a presença rítmica na produção do diretor, mas esta, diferente do videoclipe e do spot publicitário analisados anteriormente, não se vale com tanta prioridade da sincronização *beat*/plano, mas sim do ritmo orgânico que o diretor cria no filme.

Gondry se aproveita dos sonhos da protagonista de encontrar um objetivo para a sua vida e transforma este sonho em realidade a materializando em objeto simples e útil – a cadeira. Uma reflexão um tanto quanto amarga como tenra, sobre o equilíbrio do casal imprevisível nos êxitos, onde o diretor renuncia à bricolagem, típica de seus trabalhos mais conhecidos para se aproximar ao CGI.

Mais uma vez o diretor francês empresta sua própria sensibilidade a um filme que parece um experimento dentro de um experimento, jogando sobre os espaços agonizantemente pequenos que a cidade oferece aos seus habitantes, com pequenos apartamentos e becos, como gaiolas as quais se devem tentar fugir, tema que permeia também o cinema por ele produzido, se tornando mais uma cifra dos ritmos que ele produz em seu cinema.

Considerações Finais

Verifico neste artigo que os filmes do diretor Michel Gondry apresentam uma recorrência – a importância dada ao ritmo – em toda sua produção audiovisual. Essa recorrência acaba por assumir uma forma (e lembro que outras também podem ser analisadas) que o diretor se baseia continuamente, como um porto seguro, pois sua formação de músico o faz entender que a sinestesia entre música e imagem é um eixo que permite uma exploração contínua. Mas, ainda assim, é importante voltar um pouco à teoria proposta por Gumbrecht sobre a forma, lembrando que esta possui dois níveis de acoplagem. Esta recorrência do ritmo, não só no sentido *lato* do termo, mas também no empregado por Maturana e Varela *na acoplagem em primeiro nível*, transforma o cinema de Gondry em um número limitado de estados, ou seja, uma repetição que permeia a produção do diretor.

Se Gondry nasce e inicia seus trabalhos dirigindo videoclipes – 1993[16] – (S1) e logo em seguida para a publicidade – 1995 – (que aqui ainda considero S1 pois o tratamento que

[16] Dato videoclipes como 1993 pois é neste ano que junto a Björk, Gondry realiza o primeiro videoclipe de repercussão e notoriedade internacional com *Human Behaviour*. Mas lembro que o primeiro videoclipe

ele dá aos seus spots são, ao meu ver, o mesmo aplicado nos videoclipes), acaba criando um estado rítmico a suas imagens (E1) que é levado posteriormente para a outro sistema (S2), o do cinema – em 2001[17]. Logo este estado da forma rítmica condiciona dentro da grande tela um estado E1', gerando um novo olhar poético de "clipeiro" dentro do cinema.

Mas é possível observar que em sua produção de videoclipes realizados ulteriormente aos seus longa metragens acabam por herdar certos aspectos que estão condicionados a essa nova experiência da grande tela, ou seja, seguindo a lógica da acoplagem, verifica-se como sua produção de videoclipes se condiciona a entender e misturar ambos os códigos (E2 criado em S1 devido a combinação dos estados nos sistemas). Se nos videoclipe e no spot publicitário, o ritmo *metro* funde as imagens sincronizadas no som, o tema de ambos os produtos acabam também por se refletir na sua produção para grande tela.

No spot realizado para a Levis, *Drugstore*, temos uma personagem que quer fugir do espaço de sua casa para obter a liberdade fora dela com seu namorado, com ou sem o consentimento de seu pai. Já no videoclipe *Let Forever Be*, mais uma vez a protagonista tenta correr e escapar, lutando contra o trabalho para usufruir de sua liberdade do modo que lhe convém e lhe faz se sentir feliz. Em *Interior Design*, mais uma vez essa busca da liberdade, fugindo dos espaços claustrofóbicos da grande metrópole de Tokyo é levada ao extremo, sendo necessário uma readaptação ao mundo para obtê-la, na metamorfose do estado humano para o estado objeto.

Com essa sequência é visível um ritmo, ou seja, uma repetição de estados que Gondry apresenta em sua produção. E assim vemos que o ritmo do diretor ultrapassa a simples e familiar ideia de padrões do contrato audiovisual da montagem, unindo *beats* e planos, sendo muito mais amplo, se tornando um estilo repetido pelo diretor, configurando-se assim em uma acoplagem em primeiro nível, delineando a forma rítmica audiovisual de Michel Gondry.

Apesar deste processo se configurar como não produtivo, segundo os Varela e Maturana, por se tornar um sistema repetitivo, é por ele que é possível entender como o diretor Michel Gondry transforma as substâncias de seu audiovisual em formas de expressão, criando assim um estilo de autor, proporcionando com propriedade uma fusão

assinado pelo diretor é *Junior Et Sa Voix D'Or* em 1987 para sua própria banda *Oui Oui* e que entre tais trabalhos produziu outros 32 videoclipes.

[17] Em 2001 Gondry dirige seu primeiro longa metragem *Human Nature* mas antes disso já havia produzido 5 curta metragens que possuem também esta forma autoral.

rítmica de sonhos e realidade, infância e jogo em temas e tabus levantados em sua produção audiovisual. Autoridade que somente um diretor-baterista terá, sabendo o ritmo que sempre deverá seguir.

Bibliografia

BERARDINI, Matteo. Interior Design: a Midnight Nation, In: PROTANO, Emanuele (org.). **Michel Gondry – L'eterno dodicenne**. Piombino: Edizione Il Foglio, 2012.

CHION, Michel. **A Audiovisão – Som e imagem no cinema**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. O campo não-hermenêutico ou a materialidade da comunicação. In: **Corpo e Forma**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998, pp.137-151.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

JOURDAIN, Robert. **Música, cérebro e êxtase – como a música captura nossa imaginação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998

MATURANA, Humberto, VARELA, Francisco. **De máquinas e seres vivos. Autopoiese, a Organização do Vivo**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MATURANA, Humberto, VARELA, Francisco. **A árvore do conhecimento – as bases biológicas do conhecimento humano**. Campinas: Editora Psy, 1995

MENARINI, Roy. Michel Gondry e lo statuto del cinema, In: PROTANO, Emanuele (org.). **Michel Gondry – L'eterno dodicenne**. Piombino: Edizione Il Foglio, 2012.

REZENDE, Marcelo. **Ciência do sonho: a imaginação sem fim do diretor Michel Gondry**. São Paulo: Alameda, 2005.