

ANGER IS A GIFT: PROPAGANDA, PERFORMANCE E DOCUMENTÁRIO NOS *RAGE AGAINST THE MACHINE*

Luís Nogueira*

Resumo: Há cerca de 20 anos, e durante a década de 1990, os *Rage Against the Machine* não mudaram o mundo, mas esforçaram-se por provocar pequenos abalos estéticos (ao nível da criação musical) e éticos (ao nível da intervenção cívica). A produção visual que acompanhou a sua música apresentou-se tão ousada e invulgar quanto aquela: videoclips baseados em *found footage* e atuações ao vivo, filmes-concerto que procuraram captar a energia visceral da performance *live* e uma forte mensagem propagandística a atravessar quer a música quer as imagens que a acompanham parecem-nos aspetos dignos de nota e merecedores de reflexão. É disso mesmo que nos ocupamos neste artigo, de uma banda onde o cruzamento entre videoclip e documentário assume uma relevância nunca vista na indústria do entretenimento e na cultura musical contemporânea.

Palavras-chave: *Rage Against the Machine*, documentário, videoclip, propaganda.

Resumen: Desde hace unos 20 años, y en especial durante la década de 1990, el grupo *Rage Against the Machine* no ha cambiado el mundo, pero se ha esforzado en provocar pequeñas sacudidas estéticas (en lo que concierne a la creación musical) y éticas (en el ámbito de la intervención cívica). La producción visual que acompaña su música ha llegado a ser tan audaz e inusual como aquélla: videoclips basados en metraje encontrado y actuaciones en directo, películas-concierto que buscaban captar la energía visceral de las interpretaciones en vivo y un fuerte mensaje propagandístico que atraviesa tanto la música como las imágenes que la acompañan nos parecen aspectos dignos de nota y merecedores de reflexión. Es de esto justamente de lo que nos ocupamos en este artículo, de un grupo en el que el cruce entre el videoclip y documental asume una relevancia nunca vista en la industria del entretenimiento y en la cultura musical contemporánea.

Palabras clave: *Rage Against the Machine*, documental, videoclip, propaganda.

Abstract: About 20 years ago, and during the 1990s, *Rage Against the Machine* did not change the world, but endeavored to cause small aesthetic (at the level of music-making) and ethical quakes (at the level of civic intervention). The visual production that accompanied their music had become equally bold and unusual: videoclips based on found footage and live performances, concert films that sought to capture the visceral energy of live performance and a strong propaganda permeating both music and the images that accompany, seem to us aspects of note and worthy of reflection. This article is concerned with the intersection between documentary and music never seen before in the entertainment industry and culture in contemporary music.

Keywords: *Rage Against the Machine*, documentary, music video, propaganda.

Résumé: Depuis près de 20 ans, et au cours des années 1990, le groupe *Rage Against the Machine* n'a pas changé le monde, mais il s'est efforcé de provoquer de petits tremblements esthétiques (au niveau de la création musicale) et éthiques (au niveau de l'intervention civique). La production visuelle qui a accompagné leur musique était devenue

* Professor no Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior - UBI. Director do curso de Licenciatura em Cinema da UBI. E-mail: nog.luis@gmail.com

aussi audacieuse et inhabituelle que cette dernière : clips vidéo réalisés à partir d'images trouvées n'importe où et de spectacles, films de concerts qui ont cherché à saisir l'énergie viscérale du spectacle vivant comprenant un message fort véhiculé par des paroles engagées, font que la musique et les images qui l'accompagnent nous semblent dignes d'être notées et méritent réflexion. C'est de cela que traite cet article: d'un groupe pour lequel la combinaison entre le documentaire et clip présente une importance jamais vue dans l'industrie du divertissement et de la culture dans la musique contemporaine.

Mots-clés: *Rage Against the Machine*, documentaire, clip, propagande.

Introdução

Para aqueles que viveram a adolescência durante os anos 90, e que alinharam o seu *lifestyle* pela provocação e pela rebeldia, os *Rage Against the Machine* podem bem ter constituído uma bandeira, um mandamento e/ou uma atmosfera. Pura energia e contestação, talento e afronta. Contra o sistema, contra as instituições. Uma banda de causas e de raiva. Pareciam porta-vozes de uma luta difusa: uma contestação para alguns demasiado óbvia e ingénua; aos olhos de outros mesmo inconsciente e inconsequente. Mas, reconheça-se-lhes o mérito, estavam lá, no mundo real, na dura realidade, perto dos oprimidos, dos revoltosos, dos protestantes.

Passados vinte anos sobre o seu primeiro álbum, chegou o tempo dos indignados e precários, encontramos-nos perante um aparente vazio: ninguém grita a fúria dos indignados, ninguém canta a revolta dos precários, ninguém verbaliza a desilusão da austeridade. Não com a veemência e assertividade que eles fizeram no seu tempo. Em certa medida, uma questão se deve colocar: foram extemporâneos ou premonitórios? Como avaliar hoje, e à luz da conjuntura atual, o papel dos RATM? Terão sido um daqueles casos de desencontro com o *zeitgeist*, em que se tem razão antes de tempo, demasiado cedo?

Enunciemos o que, objetivamente, nos move nesta reflexão. Mesmo sem o brilhantismo que à sua música consensualmente é reconhecido, a

produção imagética que acompanhou a sua obra sonora não deixa de exibir aspetos muito relevantes que devem ser tidos em conta. Sobretudo, e é isso que neste contexto mais nos interessa, a presença do documentário (ou, se necessitarmos de ser mais precisos, de uma fórmula para-documental, o *found footage*) nos seus videoclips assume uma posição estrutural e criativamente incontestável e ímpar no contexto da indústria audiovisual. Nos nossos dias, nem no videoclip nem na música encontramos este discurso de vinco ideológico e revolucionário, de *slogan* e protesto. Se comparado ao trabalho (e ao barulho) dos RATM, o nosso parece um contexto de crise surdo, mais crente talvez na ironia e no viralismo *new media* do que no confronto e virulência *old skool*: a crise sindical é mitigada pelo *facebook*, as hordas de contestatários são substituídas pelos amigos e os *likes*. Novas crises com novas dinâmicas. Nada de extraordinário, sempre terá sido assim.

No seu tempo, os RATM assumiam um desejo de voz (e não a voz de um desejo típica do *pop*). Ainda se sentiam as vibrações e os ecos da anarquia do *punk*, pois este ainda era uma coisa arterial, cardinal; o *hip hop* ainda era inimigo público; o metal ainda era másculo e não *emo*. Não afirmamos ou acreditamos que a fúria juvenil cessou nos nossos dias, não é exatamente disso que se trata. Latente ou manifesta, ela está sempre por perto, em ebulição ou dormência (*Calm like a bomb*, título de uma canção dos RATM). Mas aquilo que distinguia os RATM era o seu sentido de compromisso político e ideológico num contexto, o da música *rock*, que tende a ser mais ocupado pelo lírico e pelo lúdico do que pelo político e pelo ético. Esse choque, e sabotagem, do sistema a partir do interior, esse jogo de aproveitamento das suas contradições, está bem patente na forma ambígua como inevitavelmente se terá de olhar quer os videoclips quer a situação contratual dos RATM: os primeiros são difundidos através de grandes corporações de media (e antes de tudo, da mais emblemática montra da cultura musical, a MTV); quanto aos seus serviços foram

contratualizados com uma das chamadas *majors*, a Sony. Tudo isto, e este é o irónico paradoxo, tratando-se de uma banda de protesto esquerdista.

Ainda assim, parece intocável a sua autenticidade ética e o seu compromisso: contra a doutrina e o poder dominantes, em orgulhosa desobediência e desafio. Do *Rebel without a cause* (James Dean) passa-se ao *Rebel without a pause* (*Public Enemy*), e depois ao *anger is a gift* dos RATM. A revolução permanente está em curso, a mobilização é insistente, a devoção inquestionável. O que se pretende é mudar, pretensão muito marxista: “*something must be done*”, ouve-se em *Know your enemy*. É como se a banda se encontrasse a olhar o futuro de uma encruzilhada: entre a vanguarda (que procura mudar o futuro no presente) e a ficção científica (que procura mudar o presente no futuro).

Uma encruzilhada que, noutro sentido, os seus videoclips deixam igualmente transparecer: “*the thin line between entertainment and war*”, ouve-se em *No Shelter*, e quase podíamos dizer que se trata de uma auto-descrição, uma banda e uma música que se dividem entre o hedonismo e o panfleto. Uma música que faz de cada concerto uma espécie de *fight club* ou de celebração anarco-dionisíaca, e de cada grito um apelo visceral, até ao último fôlego, aos valores cruciais: “*justice*” ou “*freedom*”. É essa visceralidade ideológica, esse radicalismo contestatário, que origina o hino de desobediência de uma geração: “*f*** you, I won't do what you tell me*”. Este é o epítome de toda uma atitude geracional, um momento de apoteose perfeita, seja no término da canção homónima, seja em qualquer espetáculo da banda.

Que as imagens dos videoclips e concertos dos RATM nem sempre tenham conseguido estar à altura, artisticamente, da música que ilustram ou promovem pode desgostar-nos, mas não nos surpreende. O tempo das imagens sobrecarregadas ideologicamente conheceu a sua época mais potente nos anos 30 e 40. Este imaginário é retomado em alguns dos videoclips aqui apresentados e analisados: lá estão as claras referências aos

símbolos e à montagem do cinema comunista soviético. O objetivo, mesmo que criativamente mais humilde, é o mesmo dessa era: dar voz a quem não a tem. Daí, entre outros exemplos possíveis, que uma música se chame *Voice of the voiceless*. Ou que a certa altura ouçamos em *Calm like a bomb*: “*And the riot will be the rhyme of the unheard*”.

Podemos então falar de *noise with a cause*, de uma banda no limiar da energia pura, da explosão pela convicção. É dessa forma que olharemos para os seus videoclips e os seus concertos e analisaremos a presença do documentário nos mesmos, com três grandes questões centrais: Como se filma a propaganda? Como pode a mediação cinematográfica responder à visceralidade da *performance*? Como se harmonizam ambiguidades e paradoxos, a estranha proximidade entre o niilismo e a utopia, entre a propaganda e o mercado? O que propomos é por isso uma mimetização e um risco: se os RATM levaram a política para o *rock*, porque não trazer o *rock* e o videoclip para a academia?

Propaganda: *in-your-face*

Se há aspeto que se evidencia nos videoclips dos RATM é seguramente a presença, em todos eles, de uma posição de claro compromisso político-ideológico. Há um envolvimento claro com causas, intervenientes e valores de forte incidência social e cultural, e poderíamos dizer mesmo, civilizacional. É a presença de uma mensagem bastante explícita que nos pode levar a questionar em que medida estes videoclips se afastam na sua função, nos seus pressupostos e nos seus propósitos dos videoclips comuns. Parece-nos que a singularidade estilística (recorrendo frequentemente a imagens *reais*, de arquivo) e temática (verbalizando o descontentamento e a denúncia) é relevante, mas não escamoteia um facto: a qualidade artística e criativa dos videoclips dos RATM está, entendemos nós, longe da qualidade artística e criativa da sua música. Quer isto dizer

que cumprem bem o objetivo de disseminação ideológica e propagandística, mas perdem na riqueza estética que se desejaria, ou mesmo se esperaria.

Ilustremos esta consideração com uma evocação: é fácil encontrar – sobretudo ao nível da montagem, mas também da simbologia mostrada – referências aos mestres da vanguarda cinematográfica soviética como Eisenstein ou Pudovkin; no entanto, parece-nos, em momento algum os videoclips dos RATM (sejam os da autoria de Peter Christopherson, sejam os do conhecido documentarista Michael Moore) ultrapassam ou sequer igualam esse legado. Não encontramos aqui invenção de uma nova estilística ou sequer a expansão de premissas criativas já nossas familiares. Tal significará, então, que a mensagem foi sempre privilegiada em detrimento da estética; o que não deixa, contudo, de ser irónico, tratando-se a área do videoclip de uma das que revelaram maior frêmito inventivo, ao nível técnico e estético, ao longo dos anos 90. Mas quando vista sob outro prisma, a questão da (ausência de) criatividade pode ter outra leitura: por se tratar de uma proposta incomum, convocar o *found footage* para matéria-prima de base destes videoclips acaba por introduzir um sinal de diferenciação (de autenticidade, digamos) num campo onde o artifício e o polimento das imagens é a norma.

Este desejo de autenticidade retórica e de firmeza ideológica pode ser verificado e atestado noutro contexto que não apenas o dos videoclips: falamos dos filmes-concerto editados em DVD – *The battle of Mexico City* e *Live at the Grand Olympic Auditorium* – onde a comunhão com o público se aproxima da plenitude, mas também, e sobretudo, da escolha da convenção do Partido Democrata americano em Los Angeles que é aproveitada pela banda para fazer uma espécie de concerto-*happening* em jeito de contra-campo ideológico, bem como da escolha da bolsa de Wall Street para a rodagem do videoclip de *Sleep now in the fire*. Há nestes dois últimos casos uma nítida intenção de provocação que parte de uma estratégia, se assim podemos dizer, situacionista, de escolha simbólica dos lugares das atuações.

Como se escuta em *No shelter*, “*the frontline is everywhere*”, a luta pode travar-se, e deverá ou terá de se travar, no coração do próprio sistema. A qualquer lugar se leva a contestação e, eventualmente, a afronta, mesmo ao seio dos poderes vigentes e dos símbolos institucionais. Há um lado bélico e atentatório inegável na pose e na atitude da banda que os videoclips e os filmes-concerto procuram captar. E nesse sentido, estes videoclips e filmes são mais do que dispositivos promocionais ou testemunho e passam a ser documentos de sinalização e veículos de propaganda político-ideológica.

Tanto podemos falar de propaganda como de contra-propaganda, dependendo do local de onde olhemos: propaganda pela evidência com que a mensagem é exposta e transmitida; contra-propaganda pelo modo como se opõe aos valores e mensagens do *establishment* capitalista. Esta (contra) propaganda está presente tanto nas letras de Zack de la Rocha como nos videoclips. Ela é gritada e hiperbolizada de modo muito evidente. Há uma espécie de urgência inadiável, de premência incontida. Estamos aqui bem longe dos modos do discurso musical e cultural comuns: não encontramos nada do lirismo *hippie* (nenhuma utopia escorrida de um céu de diamantes), nada do diletantismo *dandy* e das reminiscências de uma pose aristocrata (o aprumo impoluto da *crooner* é substituído pelo *cool* da rebelião), nada do hedonismo da *dance music* (os corpos aqui libertam-se, mas em raiva, não em deleite), nada do erotismo do *r'n'b* (esta é uma música assexuada, puramente ativista, sem glamour, apenas militante), muito pouco da pose de *rockstar* (a vaidade não é invocada, nem o charme, nem a beleza), nada da leveza da *pop* (esta é uma música pesada, feita de investidas metálicas e elétricas, de gritos avassaladores e por vezes estridentes).

Esta prevalência da mensagem, da retórica e da propaganda pode ser constatada na quantidade anômala, neste contexto, de inscrições gráficas e de frases de denúncia que podemos encontrar nos videoclips dos RATM. O objetivo parece-nos evidente: a doutrinação, a necessidade de vincar a mensagem, de a reiterar, de a reforçar, de a explicitar, de a divulgar. Quase

parece que não pode haver dúvidas sobre o propósito da música e de todos os aparatos e contextos que a envolvem, sejam os videoclips, as atuações *live*, as capas dos discos ou o *merchadising*. A mensagem transmitida é quase alienígena, ideologicamente monstruosa, no contexto da indústria do entretenimento e em especial dos videoclips; daí o recurso frequente à escrita, o mais sofisticado e objetivo meio de comunicação disponível. É como se nenhum equívoco pudesse sequer ameaçar a ortodoxia e a hermenêutica doutrinárias. Encontramos frases de denúncia e de mobilização e palavras de ordem em vários videoclips: em *Bombtrack*, em apoio do líder do Sendero Luminoso, Abimael Guzman; em *Freedom*, como forma de apoio ao povo indígena ameríndio e aos condenados Leonard Peltier e Mumia Abu-Jamal; em *People of the sun*, tomando o partido da causa zapatista. Nesta retórica da escrita não podemos deixar de sentir o palimpsesto ou o eco de palavras de ordem do cinema soviético, e podemos em especial recordar o final da primeira longa-metragem de Eisenstein, *A Greve*, com o seu apelo à luta proletária, ou o início de *Linha Geral*, do mesmo realizador, com a sua mensagem de denúncia da opressão, da exploração e da desigualdade.

Trata-se, portanto, de música com mensagem, com consciência, com uma teleologia inegável. Como se diz em *Know your enemy*: “*Now action must be taken / We don't need the key, we'll break in*”. Os sons, as palavras e as imagens estão viradas todas num sentido: transformar o mundo, se necessário, ou necessariamente, nos nossos dias da *sociedade do espetáculo*, a partir do seu interior (daí a vantagem da pertença à Sony, um dos *pivots* da indústria da música e do entretenimento). Dominar o sistema para o subverter poderá ser a estratégia. A comunicação visual do videoclip, usualmente inofensiva e sedutora, torna-se aqui retórica complexa: semiótica + ideologia + teleologia + pragmática. Os signos são politizados para cumprir determinados fins e provocar determinados efeitos. É como se de algum modo se recuperasse o *modus operandi* belicoso, militar, agitador,

da cinematografia soviética para lhe acrescentar a adrenalina contemporânea: convulsão e energia, combate e vertigem, trepidação e furor, hipérbole e convicção.

É preciso mudar o mundo? É preciso igualmente mudar mentalidades. Não fosse o primeiro álbum do início da década de 90, podíamos dizer que se trata de uma música (ou melhor: de uma atitude) mais urgente que nunca, nestes tempos de crise que vivemos, com o mundo ocidental em aparente colapso ou, pelo menos, redefinição. Onde podemos constatar isso? Na sátira ao consumismo e à frivolidade que encontramos em *Guerrilla Radio* com a denúncia do trabalho infantil e mecânico. Nos anúncios e apelos de apoio às causas defendidas pelo grupo que surgem no final dos videoclips. No poema que encontramos no site da banda dedicado ao movimento *Occupy*. No eco que sentimos destes videoclips nos documentários de denúncia da situação atual na Grécia. Mesmo nas referências muito presentes à *street art*, essa forma urbana e contemporânea de contestação e manifestação do descontentamento. Ou nas referências à tradição dos panfletos impressos e colados nas paredes. Comentário paralelo que se impõe para colocarmos as coisas *up to date*: na *street art* e nos panfletos que aqui encontramos, talvez possamos ter agora um certo sentimento de arcaísmo: é que este discurso politicamente comprometido parece, em anos recentes, ter migrado para as redes sociais e encontrado aí a sua tribuna e a sua *agora*, agora já não sofisticada, mas viral. Também por isso, estes videoclips são um mostruário das mudanças ocorridas nas últimas décadas.

Hoje, a juventude está em marcha no ciberespaço. Onde antes o comunismo tentava criar legiões de jovens pioneiros doutrinados na causa comunista e com eles inventar ou inaugurar um novo mundo, como nos mostra Vertov no conjunto de curtas *Kino-Eye*, de 1924, agora são núcleos ou tribos de jovens mobilizados *on line* (que substituiu o alinhamento militar) e em rede que reconfiguram o espaço social, político e cultural a

cada momento. Os *posts* na internet parecem rivalizar com as bandeiras antes empunhadas com fervor irreprimível (e quantas vezes faccioso ou míope) como se vê, em jeito de homenagem e emblema, no videoclip de *Bulls on parade*. A bandeira empunhada e transportada pela força da convicção que aqui surge recorda-nos filmes como *A mãe* de Pudovkin ou *Outubro* de Eisenstein ou as icónicas fotografias de Yevgeny Khaldei e de Joe Rosenthal em Berlim e em Iwo Jima, respetivamente, captadas em plena II Guerra Mundial. Levar e elevar a bandeira ao topo é ainda um momento de exaltação irrecusável para qualquer manifestante ou resistente; é isso que nos parecem dizer os RATM, mesmo nestes tempos digitais.

Falámos de resistência. É muito disso que se trata aqui. Exemplo claro: as imagens de *found footage* de um grupo de rebeldes resistentes empunhando armas no ar, que encontramos no final do videoclip de *Bombtrack*, sobre as quais se inscreve a frase: “o povo continua a sua luta heróica”. Muitas vezes, o motivo da resistência torna-se difuso. Estão presentes muitas imagens de tumultos, de revoltas, de *cocktails-molotov*. Há como que um culto (ou será uma denúncia?) do bélico e da luta armada. O conflito parece inexorável: “*the frontline is everywhere*”. Falaríamos com propriedade se disséssemos que se trata também de uma nostalgia e de uma apologia do guerreiro? É que o discurso (das letras das canções, como das imagens dos videoclips) não tem nada de conciliador, de amenizador. Pelo contrário, ele assenta na típica fratura amigo/inimigo, num tom de hostilidade e demonização. Há aqui demagogia, certamente. E luta de classes. E desprezo ou ódio ao *status quo*: as corporações, os media, os políticos. E lá temos sempre o *found footage* como material de sinalização dos factos, de denúncia das ofensas, de identificação ou acusação dos responsáveis.

Mesmo que não confundamos documentário e propaganda, a verdade é que, ao longo da história do cinema, num ou noutro momento, a proximidade foi nítida. De forma não-exclusivista ou não-definitiva,

poderíamos traçar uma diferença de propósitos entre o filme de propaganda e o documentário neste sentido: onde um se ocupa de indicar uma (ou a) ação de transformação do mundo e das mentes, o outro dá gravidade ao estado do mundo e sugere uma reflexão. Podemos, por isso, dizer que, em algum momento, os dois se podem encontrar e mesmo complementar, pois o limiar que os separa pode ser bem ténue. O documentário desde há muito se ocupou com o *mal de vivre*, essa dificuldade em aceder à harmonia universal, à paz perpétua. Há uma doença civilizacional, latente ou patente, que precisa ser sinalizada e exposta. Esta incursão pela denúncia poderá aproximar o documentário da propaganda, no momento em que o espírito de missão se ocupa do trabalho cinematográfico.

Poderíamos a propósito deste *mal do mundo* evocar o *spleen* baudelaireano, essa melancolia sem motivo aparente, que teria na *teenage angst* uma espécie de equivalente juvenil contemporâneo. E poderíamos contrapor-lhes a ideia de mobilização, de transformação mais ou menos radical do mundo, em que poderíamos falar de *teenage anger*. O desencanto ou a resignação *blasé* contra a revolução permanente. Dois polos, portanto: por um lado, uma resposta emocional à *angst*: o suicídio, esse lugar-comum do drama juvenil, negro na sua tragédia inescapável, cínico no seu *pathos* frágil; por outro, uma resposta política à *anger*: a hostilidade, a dualidade amigo/inimigo em versão libidinosa e pulsional, descarga de testosterona (*your anger is a gift*, sussurra De la Rocha). Se intelectualizamos o desconforto e a oposição ao mundo e ao sistema e ao regime e à civilização temos atualizações da teoria crítica da escola de Frankfurt. Se proletarizamos e urbanizamos a oposição e a crítica, teremos o *parental advisory*, o seu equivalente pulsional e genuíno contemporâneo. Os RATM encontram-se numa espécie de ponto de confluência destas duas abordagens. Uma vez articulam um discurso político e cultural de conceitos, teorias e ideologias latentes ou manifestas claramente refletidas. Outras vezes a sátira ou o sarcasmo são a estratégia. Ora temos o cinismo

ora a contundência, ora a revolta ora o afrontamento. A urgência da raiva torna-se convulsão visceral. Há algo de xamânico, feito de transe e vertigem, como se vê nas atuações ao vivo; e há algo de iconoclastia e idolatria, próprias de todo o radicalismo, contexto em que facilmente se harmonizam. Há um grito de liberdade bem audível (veja-se a apoteose com que finalizam as interpretações *live* de *Freedom*) que parece mergulhar-nos (ou fazer-nos emergir dos) ideais republicanos e revolucionários. Há um clamor de justiça (ouça-se o fim de *No Shelter*) que nos lembra a luta de classes, as reivindicações proletárias, os clamores dos desfavorecidos, as queixas dos plebeus, o silêncio dos desfavorecidos, a militância dos indignados.

Analisando mais especificamente essa vontade de propaganda nos videoclips, podemos verificar o discurso fortemente radical e demagógico de *Testify* ou o discurso fortemente cínico e paródico de *Sleep Now in the Fire*. Não deixa de ser eloquente que estes dois videoclips sejam realizados por Michael Moore, o agitador cineasta de *Bowling for Columbine* e *Fahrenheit 9/11*.

Em *Testify*, podemos notar o sarcasmo com que são brindados os candidatos George Bush Jr e Al Gore através da paródia do imaginário de *sci fi* de série B e da montagem manipuladora de *found footage*. No primeiro caso, aqueles políticos são tomados como clones (*He appears as two but speaks as one*, pode ler-se) de um mesmo mutante que acaba por ser eliminado quando a nave que o transporta explode, acabando assim a retórica e a ameaça que aqueles políticos representam. No segundo caso, a montagem de *found footage* permite manipular o significado das imagens na boa velha tradição soviética: o juramento torna-se hipocrisia; Bush é ridicularizado quando é justaposto a um primata; Bush *escandaliza-se* (efeito-Kuleshov em ação) perante um beijo lésbico. Ao longo de todo o vídeo encontramos ainda um desfile de motivos visuais de um *lifestyle*

alienante em montagem rapidíssima: marchas militares, vida de casino, valas comuns, corridas de *monster trucks*, ataques nucleares.

Em *Sleep now in the fire* encontramos, numa das narrativas paralelas que vão sendo desenvolvidas, a sátira do célebre concurso televisivo *Quem quer ser milionário?*, expondo até ao ridículo, ou mesmo ao absurdo, a ignorância e o conformismo dos concorrentes (que funcionam como sinédoque óbvia do povo americano). Na outra narrativa, encontramos a atuação *live* dos RATM em frente à bolsa de Nova Iorque, com esses momentos simultaneamente paradoxais e evidentes de empatia entre os corretores (aqueles que integram e servem o sistema) e os RATM (aqueles que atacam o sistema). É um momento moral e ideologicamente arrepiante, comparável à marcha plebeia que escolta o capturado Emiliano Zapata no filme de Elia Kazan ou o impulso de liberdade e integridade comovente e mobilizador de Victor Laszlo ao som da *marselhesa*, em *Casablanca*, perante a insolência nazi.

Não há, como dissemos, clemência ou docilidade no discurso musical e visual dos RATM. Nem disfarce da propaganda: as ideias ou os ideais são assumidos na sua integridade e frontalidade. Há um desejo de autenticidade e de compromisso como não se vê em muitas outras bandas. Que a razão não acompanhe necessariamente os valores, as causas ou os métodos é uma questão de importância menor neste contexto. O que nos interessou analisar aqui foi, antes de mais, o inusitado trabalho de disseminação ideológica levado a cabo através dos videoclips dos RATM.

Performance e mediação

Cenário 1: uma audiência aos gritos quando os RATM entram em palco: “Rage! Rage! Rage! Rage!”. Cenário 2: interpelação (academicamente chamar-lhe-íamos, segundo Jakobson, função fática) do público pelo vocalista no início ou durante muitas canções (exemplo:

Yeah! Come on! The militant poet in once again, check it, diz De la Rocha em *Freedom; To tha young r to tha e tha b to tha e tha l / Never give up, just live up / Mic Check, Ha Aha, I'll be the anti-myth rhythm rock shocker*, em *Mic Check*). Está assegurada a empatia, a sinergia, a simbiose, a partilha, a comunhão, como se queira chamar, entre banda e fãs. Partilha total: nos gestos, nos ecos, no coro, no *look*, na convicção, na réplica. Ora, esta quase religiosidade coloca uma questão profunda à teoria da mediação em moldes que talvez não tenham ainda sido ponderados e enunciados: como é possível captar esta energia brutal, esta espontaneidade, esta convulsão, esta performance, de modo a restituir em *diferido* técnico aquilo que é fenómeno *direto*?

Responder a esta questão deve passar desde logo por uma caracterização dos RATM. Podemos vê-los como uma espécie de auge e epítome da música de protesto urbana: nela confluem elementos do *thrash metal*, do *punk* e do *hip hop*, unidos numa espécie de alquimia musical magicamente criada, indo bem para além do *pastiche*, e inventando uma identidade musical de inquestionável singularidade. É uma música que se apropria de convenções e sobre elas inventa texturas musicais inauditas. Podemos constatar isso, sobretudo, no extraordinário trabalho de exploração sónica e estilística efetuado por Tom Morello com a guitarra elétrica e nas vocalizações de Zack de la Rocha. O que aqui temos é junção da interpelação do *rap/hip hop* com o grito do *punk* devidamente amplificados pela energia avassaladora do *metal*. Este grito não podia estar mais longe da sensualidade do *jazz*, do lamento do *blues*, do virtuosismo do *bel canto*, do lirismo da canção, do romantismo da balada. Aqui as palavras são antes um espasmo, como no *punk*, ou uma *rhyme battle*, como no *hip hop*. Pretendem ser diretas e poderosas, no limite da fluidez discursiva; balas e murros mais do que vocábulos. Em certo sentido, elas procuram centrar-se e remeter para o essencial: antes de tudo, concentrar e disseminar energia, neste caso

retórica e argumentativa. Essa concentração no essencial pode muito bem colocar as palavras ao lado do *riff*, do *scratch*, do *noise* ou do *loop* como matérias e formas de apropriação da anomalia estética e técnica (estratégia tão típica da arte do século XX), trazendo para a cultura musical popular um sentido do risco poético que nela não costumamos observar.

É nestes elementos que se baseia a espessura e a textura e a energia das atuações dos RATM e é neles que se introduz um outro fator de performance: a ideia de movimento. É nesta ideia que assenta toda a trepidação performativa dos RATM, mas também a sua identidade musical e política; movimento em sentido duplo, portanto: na ligação a movimentos políticos de reivindicação e resistência e nos movimentos convulsos e anárquicos em palco. Depois, ainda a propósito do movimento, há um efeito de espelho nos videoclips e filmes: a montagem torna-se também ela convulsa, impositiva, contundente e contudente (como se replicasse essa espécie de *montagem militar* que fez o nervo do cinema soviético dos anos 20, cultura da montagem que não foi alheia à cultura de luta que política e ideologicamente se vivia na época), os planos tornam-se rápidos e a câmara inter (ou híper) ativa, como se se procurasse majorar o impacto das atuações da banda ou a urgência da mensagem. Um som, uma palavra, um gesto podem corresponder a um plano que mal o chega a ser, tal a sua brevidade: incisão e vertigem é o mandamento estilístico. Estaremos por isso bem perto da ideologia/estética futurista do início do século XX, esse movimento de rutura mais do que de progressão, de devastação mais do que de reforma, feito de premissas e princípios e declarações de amor à velocidade e à violência.

Para entendermos a mediação da performance na música *rock*, podemos igualmente convocar a estreita ligação histórica do cinema, e em particular do documentário, bem como dos *media* em geral, a este tipo de expressão artística. Em particular, referiremos aqui o *cinema direto*, e o documentário *Gimme shelter*, porque nos parece um marco importante

naquilo que poderemos designar por fenomenologia do *lifestyle*, ou seja, uma vontade de representar cinematograficamente o *ao vivo*, a partilha entre performers e audiência, os momentos de delírio ou os momentos de empatia, o *aqui e agora* e o *estar lá*. A música *rock* torna-se, por essa altura, a partir dos anos 60, um fenómeno popular quase de natureza etnológica. No caso dos RATM, esta dimensão etnológica transmuta-se e é mesmo exponenciada numa dimensão política inédita, como se pode comprovar no registo da atuação na Convenção do Partido Democrata em 2000. A propósito desta peça, valerá a pena referir a forma como cinematograficamente se tentou apresentar a vertigem da audiência: através de imagens de *handycam*, captadas no meio do público, numa forma de *mediação* pré-telemóvel, esse aparelho que trouxe para o público uma nova oportunidade de testemunho e de partilha das suas experiências de espectador. Consideração paralela a este propósito: valeria a pena arriscar, em ocasião futura e oportuna, uma teoria da portabilidade que nos permitisse constatar como das duas mãos, ou de uma pega, fomos passando para uma única mão no manuseio dos aparatos de captação, e como no futuro nos adivinhamos sem mãos, *handless*, depois do *wireless*, ligação direta retina-cérebro, *jacking in* ciborgue; toda uma nova relação com o espaço e o tempo, o aqui e o agora, a mediação e a subjetividade que se entrevê.

Esta (a)mediação da performance pode ser refletida igualmente numa espécie de metáfora que é possível construir através do contraste entre as ondas e saltos do público e os tumultos e confrontos que encontramos nos excertos de *found footage* de manifestações e protestos espalhados pelos videoclips. É como se uma energia bruta, selvagem, incontida, desregrada, ligasse como um fio invisível os espectadores e os manifestantes, ainda que, naturalmente, com causas e implicações distintas. Se quisermos estender ainda mais a metáfora, podemos comparar igualmente estas manifestações de força e adrenalina às ondas do mar ou ao tremor de terra. O que está em

questão é precisamente como captar essa energia simultaneamente mental, visceral e mesmo telúrica que se desprende das atuações dos RATM, sendo que dar forma à energia sempre foi um problema físico na origem de toda a existência. E parece-nos que aqui estamos precisamente no cerne da teoria da mediação, ou da sua impossibilidade, e, de algum modo, da mediação da violência ou da vontade, questão que remonta pelo menos aos futuristas. Ou seja: como se representam, repercutem e reverberam os gritos e urros de Zack de la Rocha, os *riffs* e o *scratch* de Morello? Como levamos os espectadores para o sentimento de perda de gravidade e de enraizamento que caracteriza a vertigem e que se manifesta no *stage-diving*, no *mosh* ou no *headbanging*? Se Zack de la Rocha consegue fazer do microfone um megafone, se as guitarras de Morello são como tanques avassaladores, se a energia é exponenciada pela amplificação elétrica, como fazemos sentir ao espectador doméstico a brutalidade desta desta deriva e convulsão? Resumindo: como se faz a mediação de um tremor de terra ou de uma tempestade?

Parece-nos que a resposta, nos objetos em análise, poderá passar parcialmente pela incorporação da estilística do videoclip na filmagem e montagem dos filmes-concerto: montagem rápida, planos curtos, ritmo incisivo. De algum modo é como se houvesse aqui uma espécie de dialética: se as gravações de concertos e espetáculos ao vivo funcionaram como uma espécie de predecessor do videoclip, o videoclip acabou a influenciar a estilística dos filmes-concerto. Ou então podemos pensar que se as palavras e os decibéis são disparados como projéteis, melhor explicação do que a semiótica ou a linguística, seria a balística... mas isso era toda uma outra abordagem.

Ora, o que é interessante no trabalho dos RATM (e de muitas bandas *rock*) é que as coisas acabam por se (con) fundir, e isso mesmo constata-se no facto de a banda estar presente em todos os videoclips, à exceção de *Renegades of Funk*. A identidade visual e a identidade musical não se

estranham, mas implicam-se: a banda é a música e a música é a banda. O caso do videoclip de *Killing in the name* é elucidativo. Trata-se do primeiro clip da banda, realizado por Peter Gideon, um aluno de Tom Morello, integralmente composto por imagens ao vivo, e é, de certo modo, o mais imperfeito e ingênuo, mas também por isso valioso, na medida em que será aquele que talvez capte melhor a essência da banda: a *mise en scene* torna-se entrópica, pulsional, incontrollável, ou seja, a performance substitui a *mise en scene*. Mas atenção à ideia de essência: é que se o objetivo era documentar o momento e a entrega de músicos e plateia, é verdade que isso lá está; mas o tratamento visual revela-se desde logo artificioso: imagens breves que não se fixam, mas se atropelam, *slow-motion* enfático, filtros e grandes angulares que procuram restituir o dinamismo do espetáculo. Mediar não é, pois, mimetizar, sabemos bem.

Continuando uma breve análise da presença da banda nos videoclips, verificamos que em *Bullet in your head* os planos são relativamente longos, tratando-se de uma atuação nos estúdio da BBC, com uma abordagem mais próxima do *show* televisivo do que propriamente do videoclip. Já em *People of the sun*, lá temos uma montagem rapidíssima da performance dos RATM. Em *Guerrilla Radio*, a vertigem da cadência torna-se ainda mais acentuada, com a alusão a trovões e tempestades, imagens caleidoscópicas, *rear projection* instável e sobreposições várias. Quer os vanguardistas soviéticos quer os impressionistas franceses do início do século XX não andam longe enquanto referências ou influências visuais. Em *Sleep Now in the Fire*, a abordagem situacionista é materializada na montagem e afronta de olhares cruzados e desafiadores entre a banda e as forças policiais, mas também na paródia e sátira que desmascara o cinismo e recobre de sarcasmo concursos televisivos como *Quem quer ser milionário?*. Como já aludimos a outro propósito, os surpreendentes laços de simpatia que se criam entre alguns corretores da bolsa e a banda não deixará de evocar o contágio que

encontramos em clássicos do cinema como *Casablanca* ou no ideologicamente mais familiar *Viva Zapata!*.

Detenhamo-nos agora nos filmes dos concertos. Em *The battle of Mexico City* podemos encontrar uma *intro* em fulminante montagem *soviet-style*. Depois, lá temos a típica recepção e aclamação da banda em uníssono: “Rage! Rage! Rage!”. E o enfoque muito frequente na audiência (umas vezes em plano próximo, outras em plano zenital, umas vezes em convulsão, outras em *slow motion*) procurando expor a simbiose entre músicos e público. Bem paradigmáticos desta simbiose são os momentos de descontrolo incontido no início de cada música ou, mais emblematicamente, o final da interpretação de *Freedom*, autêntica explosão frenética de raiva e convicção que tem em Zack de la Rocha o epicentro de um tumulto apoteótico.

Pelo meio do filme do concerto, encontramos a banda mais uma vez em aproximação íntima às suas causas através de um mini-documentário em cinco partes que, em jeito de breves interlúdios, nos mostra as manifestações em Seattle (1999) ou em Washington (2000) contra a WTO, o FMI, o poder corporativo em geral, ou, ainda, a apologia do subcomandante Marcos (este com direito a uma entrevista própria como extra do DVD). São estes os dois lados da banda: o discurso incontido em palco e o compromisso cívico-ideológico em público.

Em *Live at the Grand Olympic Auditorium* encontramos o mesmo, mas também diferentes abordagens: lá temos o delírio da multidão (mas agora ainda com mais planos no meio do público). Lá temos a iconografia esquerdista revolucionária: a imagem emblemática de Che Guevara nas colunas, a estrela zapatista no braço de De la Rocha, no bolso de Morello ou na *t-shirt* de Wilk. E encontramos também outros aspetos de relevo: o uso de filtros na imagem (grão, por exemplo), os efeitos visuais, a lente olho-de-peixe. Encontra-se igualmente muito público feminino. Temos também a indiferença dos *stewards* no meio de toda aquela energia em vórtice e

vertigem, espécie de contraponto zen à feérie da banda e da audiência. Temos De la Rocha em *stage diving* na interpretação de *War within a Breath* e o final apoteótico de *Freedom*. E temos a aparelhagem elétrica como extensão (e potenciação) do ser humano: através da eletricidade amplificam-se os gritos, os jogos de luzes, a revolta. É como se a eletrificação da música a tivesse feito apanhar o ritmo do século XX: velocidade, contundência, imersão.

Por fim, na *batalha* da Democratic National Convention, que surge como extra do DVD de *Live at the Grand...*, parecem congregar-se todas as causas de contestação vigentes à época, enquadradas por um preâmbulo ao som de *Take the power back*, anunciando uma espécie de objetivo genérico (e utópico) da luta, e por um epílogo ao som de *Killing in the name*, que sublinha os tumultos e confrontos ocorridos. Pelo meio temos o espetáculo da banda, cercado pelas forças da autoridade numa montagem paralela que não esconde o contraste entre a convulsão e o caos da audiência e o hieratismo e a seriedade das forças policiais. Nesse sentido, quase poderíamos dizer que a montagem procura sublinhar um jogo de forças entre a desordem e a contenção (que, no limite, e julgamos não nos enganar, a banda gostaria que víssemos como um micro-estado-de-sítio ou um perímetro de *concentração*). É uma espécie de *happening* que procura o grito *in-your-face*. E é esta tensão que se torna quase impossível de perpassar cinematograficamente, como se houvesse sempre uma fuga de energia difícil de estancar e de veicular através da mediação audiovisual. É que se o nome da banda nos fala de raiva contra as máquinas, na música e na performance dos RATM não há nada de campestre ou bucólico. Há metal, agressividade, um tom que diríamos mesmo industrial, que a própria montagem parece querer refletir nos videoclips e nos documentários. Nesse sentido, quase poderíamos aqui introduzir a ideia de *montagem elétrica* como resumo dessa vontade de mediação e restituição áudio e visual das

ondas (metáfora natural) de choque (metáfora tecnológica) vividas pelo público e pela banda.

Documentário vs videoclip

É muito provável que em nenhum outro momento uma banda rock se tenha aproximado tanto do documentário como o fizeram os RATM, sobretudo e paradoxalmente, através dos seus videoclips. Não falamos aqui da mera inserção de imagens de atuações ao vivo nesses mesmos videoclips, prática comum a outras bandas, ou da simples ilustração ou citação que se perde entre o televisivo e o documental. Aqui estamos perante uma apropriação de imagens de arquivo que funciona quase como estrutura dos videoclips dos RATM e os torna identificáveis na sua particularidade. O que encontramos neste caso é uma mistura improvável de videoclip e documentário, em que ambos os registos se parecem simultaneamente conflitar e potenciar, na medida precisamente em que conseguem imbricar formas, valores e efeitos aparentemente inconciliáveis: a propaganda política e o *showbuiseness* industrial.

Foi precisamente esta relação estreita entre videoclip e documentário nos RATM que conduziu à presente reflexão. A questão pode ser colocada de forma dupla: será este o momento na história do videoclip em que este mais se aproximou do documentário e respeitou a sua certificação de veracidade? Ou tratar-se-á do momento em que o documentário mais se apoderou do videoclip e aproveitou a sua capacidade de sedução e disseminação? Nesta via dupla de influência e partilha não é fácil dar uma resposta definitiva. Tendencialmente, seríamos tentados a responder que o que está em jogo é o que se formulou na primeira questão: tratar-se-ia de uma mera apropriação de elementos visuais do documentário como fator de ilustração quase didática ou de caução do discurso e da posição ideológica da banda. Esta seria uma interpretação que salientaria a ilustração,

meramente. Mas há necessariamente aqui um jogo de forças: as implicações do recurso ao videoclip para veicular tais imagens e mensagens não podem ser desconsideradas. É que resulta certamente diferente a lógica do documentário, sempre destinado a nichos mais ou menos minoritários, e a lógica do videoclip, cujos propósitos de universalidade da audiência são indesmentíveis. Trata-se de uma questão de escala, certamente, mas também, note-se, de uma questão de intensidade: se o videoclip resume e incide na sua mensagem, o documentário expõe e explica. Onde um procura a sedução, o outro procura a persuasão, onde um procura a diversão, o outro procura a reflexão. Podemos por isso dizer, tentando ser justos, que há aqui uma apropriação deliberada do videoclip por parte do documentário, mas igualmente o inverso.

Esta encruzilhada de discursos, valores e objetivos ganha dimensão ainda mais extraordinária se pensarmos na ambiguidade e no paradoxo que nela se transporta: é que o videoclip deve estar ao serviço da comunicação de massas, de uma indústria discográfica que pretende promover as canções dos seus artistas. E isso certamente também acontece aqui. Mas o mais relevante parece-nos ser a promoção feita de causas minoritárias ou marginalizadas, de nítida ideologia esquerdista, situadas precisamente no lado oposto das pretensões de hegemonia e homogeneidade das indústrias culturais massivas. Aqui, o videoclip promove a canção que promove a mensagem – há um nível ético-político de reflexão e revolta que é introduzido e que usualmente está ausente desta forma de manifestação cultural. Aliás, note-se que a vontade e a premência da mensagem são tão urgentes que, por vezes, quase geram uma espécie de cacofonia, ruído, invisibilidade e ininteligibilidade, como ocorre em *Freedom* ou em *People of the Sun*, com excesso de informação ou fulminância da mesma. Nestes casos, o espectador não sabe, muito frequentemente, ao que atender. Ou então pode atender ao que bem entender. De qualquer modo, dificilmente se inteira de tudo o que é mostrado ou verbalizado.

Se eticamente algumas inquietações podem ser suscitadas nesta apropriação do videoclip pelo documentário, ou o inverso, tal não conduz, porém, e lamentavelmente, a qualquer tensão criativamente relevante. Não se encontra muita inventividade nestes trabalhos. Aquilo que poderia ser uma potenciação do *found footage*, e através dele, do videoclip, e, em última instância, do documentário, não conduz a reinvenções substantivas, como sucede nas boas práticas de cineastas experimentais como Bruce Conner ou Peter Tscherkassky, para citar apenas dois exemplos. Aquilo que poderíamos designar por *montagem-alteridade*, conceito com que pretendemos designar a capacidade da montagem para sempre ir buscar, inventar e revelar novos significados, fazendo inapelavelmente algum acrescento ou variação semântica ou algum acrescento ou revisão retórica, não chega a acontecer. Parece-nos mesmo que o património audiovisual associado aos RATM nunca consegue descolar do seu nível de ilustração e complemento da música (que naturalmente deve assumir, entenda-se) e fica longe da riqueza sónica que os quatro elementos da banda conseguiram inventar a partir de géneros e utensílios pré-existentes. Riqueza, aliás, caucionada e reforçada em cada edição discográfica ou videográfica pelo aviso: “all sounds made by guitar, bass, drums, and vocals”; com o *funk* da guitarra, o *groove* do baixo, o *metal* da percussão e o cru da voz reinventaram não uma, mas várias tradições musicais. Este compromisso de autenticidade é, ainda assim, aquilo que mais perpassa e caracteriza, também, os videoclips da banda, pois a caução discursiva vem precisamente do recurso às imagens de arquivo. Onde a estética é deficitária, a ética é incontestável.

Ora, esta autenticidade das imagens de documentário e televisão não pode deixar de remeter para uma questão sempre na ordem do dia da *imagofilia* que ocupou o espaço mediático pelo menos desde o surgimento do cinema, depois da televisão, e posteriormente da internet: todas as imagens se equivalem? É que, aparentemente, videoclip e documentário

colocam-se, no espectro audiovisual, em polos opostos no que respeita a questões de valores, de propósitos ou de cânone. Há uma ontologia, uma ética e mesmo uma semiótica que parece bifurcá-los: onde um preza a autenticidade, o outro enaltece o artifício, onde um pugna pela veracidade, o outro elege a sensualidade, onde um insiste no referente e no imanente, o outro propõe o fantasmático ou o hedonista. Podemos dizer, então, que, ainda que, infelizmente, nos RATM notemos mais uma fusão do que uma colisão (entre videoclip e documentário), este encontro, esta hibridação de estilos e formatos, acaba por, apesar de tudo, se revelar uma singularidade na cultura visual de entretenimento que, mais não fosse, nos obriga a olhar para todas estas imagens de um modo novo.

Na cultura popular, constatamos, então, que o valor e a função das imagens se transmutam de diversos modos: tudo pode ser documento e tudo pode ser espetáculo, tudo pode ser testemunho e tudo pode ser fantasia. O vídeo de *Renegades of Funk* é a esse título ilustrativo: os arquivos do imaginário urbano são objeto de um *refresh* que traz ou traduz a tradição e o *old skool* para o *cool*. Nos videoclips dos RATM, imagem-documento e imagem-sensação, imagem-vertigem e imagem-panfleto parecem encontrar-se num vórtice de discursos fragmentados e híbridos, amalgamados e expelidos, um caleidoscópio de referências, formas e fontes que junta tudo numa pulsão e numa compulsão de contorcionismo visual e montagem-*mosh*.

Montagem-*mosh*, na qual os planos se parecem atropelar e colidir, num misto de lúdico e potência, seria um termo que poderia rebatizar os reflexos nos dias de hoje das práticas e dos ensinamentos da montagem soviética (e já agora dos impressionistas franceses). Os videoclips dos RATM seriam um bom exemplo: lá encontramos a prática da remontagem e manipulação, sobretudo em *Testify*, mas, mais relevante, uma proximidade à experimentação, e ao cinema experimental, que passa por uma quase taticidade das imagens, por uma texturização através de cortes abruptos e

fulminantes. *Re-editing*: fragmentar, recontextualizar, recompor, forçar significados. É este o procedimento: forçar mensagens através da montagem-*mosh*, reinventar signos e sentidos através da híper-potência semiótica.

Reinventar pode passar igualmente pelo modelo do *do-it-yourself*, introduzindo um novo sentido de autenticidade: o *lo-fi* e a *fandom* apropriando-se do *found footage*: vídeos domésticos feitos para o *youtube*, recuperando imagens existentes de concertos ou de videoclips oficiais para clips alternativos feitos por fãs do grupo. Esta seria então uma espécie de atualização conceptual e prática do *found footage* para os dias que correm. Aliás, deve notar-se, os próprios videoclips oficiais dos RATM parecem muito *DIY*, algo artesanais, não muito virtuosos, mas muito evidentes, mais denotados do que conotados, comprometidos numa ortodoxia política mais do que numa quimera criativa. E a este propósito, em face desta humildade estilística, depois das vastas referências ao cinema vanguardista dos anos 20 que efetuámos, quase nos apetece perguntar: como seriam hipotéticos videoclips dos RATM realizados por cineastas com o talento de Abel Gance ou de Sergei Eisenstein?

Na impossibilidade de comprovar tal especulação, voltemos a uma espécie de micro-teoria da imagem para nos interrogarmos sobre o que seria uma teoria da imagem pobre (a qual poderia, ainda que não necessariamente, conter ou aludir a uma teoria pobre da imagem, e seria, de algum modo, uma teoria genuinamente materialista e marxista da imagem) que, de algum modo, ainda está por fazer, e que hoje se parece impor, numa época em que todas as imagens se afiguram possíveis de produzir, por mais exíguos que sejam os meios. Esta ideia de uma imagem plebeia, do povo, humilde, despojada, ingénua, sincera, passaria certamente pelos *fake trailers*, pelos *fake music videos*, pelos filmes de telemóveis, mas também por uma tradição longa de suportes e formatos (ou mesmo géneros inteiros como o documentário ou o cinema experimental) depreciados ou

secundarizados: o preto e branco, o 8mm, o 16mm, o vídeo, o grão, mas também, nos nossos dias, a baixa resolução e o pixel. Aqui estaríamos a investigar já não a sofisticação tecnológica e o seu congénito glamour e espanto, mas o *kitsch*, o *trash*, o banal, o vulgar, o doméstico, o tosco, o ingénuo, mesmo o envergonhado. E, no entanto, ainda estaríamos no campo do *valor* das imagens, da sua axiologia e da sua estética, mas igualmente do seu amorismo e muitas vezes do seu amor. Como sucede nos clips dos RATM, estaríamos certamente mais perante profissões de fé, momentos inolvidáveis e defesas de causas do que ousadias estéticas.

Nesta teoria da imagem pobre poderíamos ainda encontrar alguns dos dispositivos que os RATM juntaram ao documentário e demais imagens de arquivo como matéria fundamental dos seus videoclips: o motivo visual dos *outdoors* em *No shelter*, o *enlatado* televisivo de *Quem quer ser milionário* em *Sleep now in the fire*, a paródia caleidoscópica em *Testify*, o teatral e o minimalismo do fundo monocromático em *Guerrilla Radio*, a projeção/vídeo-arte em *People of the sun*, a *street art* e os panfletos em *Bulls on Parade*, as mensagens escritas em *Freedom*, a instalação-cela em *Bombtrack*. Ou o *who's who/hall of fame* de ativistas devotos e músicos inspiradores das causas abraçadas pela banda e da sua musicalidade em *Renegades of Funk*. Mas também devemos dar atenção às capas dos discos, as quais denotam que a mensagem política é transversal e constante em todos os materiais e formas de expressão produzidos pela banda. Para já não falarmos da estrela vermelha adoptada como símbolo pelos RATM, ligada aos movimentos de esquerda e aos zapatistas em particular, símbolo comunista, logo símbolo do povo, sempre envergada em cada atuação.

Esta teoria pobre da imagem tornar-se-á tão mais interessante quanto vivemos euforicamente o maravilhamento da crescente definição das imagens, das imagens mais próximas e mais imediatas, como se cada novo suporte se apresentasse como auge da mediação tecnológica para, logo depois, ser novamente ultrapassado. Podemos constatar isso mesmo em

diversos eixos: no percurso que levou da pintura à fotografia; ou no que conduziu do VHS ao DVD, e deste ao Blue-ray; ou no mais controverso de todos, o que foi da película ao digital. Em conclusão: as imagens empobrecem. E envelhecem. Existe uma depauperação e uma geriatria da imagem. Aristóteles lançou a suspeita de que as tecnologias enganam os sentidos. Por nós, adiantamos a crença de que as imagens sofrem. Mas também vivem: ganham novos significados em novas montagens, o que, em certo sentido, nos fará dizer que, nos casos mais felizes, a sua semântica é inesgotável e, logo, a sua vida é eterna.

Conclusão

Sob o pretexto de pensar o lugar, determinante e invulgar, do documentário nos videoclips dos RATM, acabámos por questionar igualmente a importância da propaganda na sua música e no material audiovisual e gráfico produzido, e a dificuldade da mediação da performance, essa quase impossibilidade de restituição da aura do *aqui e agora*, do *live*. A conjugação de todas estas interrogações demonstram bem como a banda pode ser vista enquanto caso único na sua relação quer com o imaginário quer com a política das últimas duas décadas.

É isso que nos leva a questionar o seguinte: olhando para o papel dos RATM, será que nos falta uma banda, ou mesmo uma iconografia, para o nosso tempo de crise? Como se constrói um imaginário da crise, das suas tensões e dos seus resistentes? Estamos em crer que seria possível, e desejável, efetuar uma arqueologia icónica da convulsão, da revolta e do protesto, indo do mítico Prometeu ao movimento Occupy, passando pelas *Vinhas da ira* ou pelas parábolas que nos dizem cândida ou abnegadamente *It's a wonderful life*. Centenas ou milhares de livros, filmes, quadros, fotografias, cartazes, bandas desenhadas sobre a resistência, a revolta, a contestação ou a raiva foram criados ao longo da história das artes. De

algum modo, podemos (e gostamos de) ver os RATM como o cúmulo dessa linhagem, os mais recentes arautos de uma tradição que se apropria da arte ou dos média como púlpito de causas, de assuntos, de factos, de ideias e de ideais. Eles proclamaram, exibiram e defenderam: uma mensagem de alerta, uma montagem mobilizadora, uma causa abraçada. E se, eventualmente, foram os derradeiros e brilhantes arautos dessa tradição, talvez seja porque, de modo singular, conciliaram o talento com a ideologia, a convicção com a imaginação. E se a produção visual não equipara com a obra musical, a excelência desta sustenta bem a humildade daquela.

Neste tempo de manifestações e protestos, o documentário de denúncia parece ter ganho relevância cada vez maior e presença cada vez mais disseminada. Intervir, agir, protestar, tornaram-se práticas comuns e mesmo impulsivas. Mas faltam-nos imagens fortes, momentos de *agit-prop* arrojados. Há Banksy, mas é pouco. Perante o frívolo, o fútil, o vácuo e o conforme, perante as desigualdades gritantes, as legiões de desprotegidos e a comoção dos vulneráveis, talvez se esperasse mais abrangência mediática e profundidade artística dos protestantes. No seu momento, os RATM fizeram a sua parte. Mudaram algo? Parece que não (mas esperava-se que mudassem?). Mas responderam a um repto dos *Public Enemy*, uma das suas maiores influências: *make some noise*. Quem grita e (ar)risca hoje a convulsão? Quem a filma, quem a ilustra? Os documentaristas? Michael Moore? Há ainda lugar, nos dias de hoje, para o confronto ideológico em plena MTV, para um choque do sistema que se faça de triunfo estético e convicções férreas? E precisamos de reconverter imagens ou de inventá-las, se queremos que elas sejam autenticamente vistas?

Filmografia

- A Greve* (1924), de Sergei Eisenstein.
- A Mãe* (1926), Vsevolod Pudovkine.
- Arsenal* (1928), Alexander Dovzhenko.
- Couraçado Potemkine* (1925), Sergei Eisenstein.
- Kino-Eye* (1924), de Dziga Vertov.
- Linha Geral* (1924), de Sergei Eisenstein.
- Outubro* (1927), de Sergei Eisenstein.
- O Homem da Câmara de Filmar* (1929), de Dziga Vertov.
- Rage Against the Machine* (2000), de *Rage Against the Machine*.
- The Battle of Mexico City* (2000), de *Rage Against the Machine*.
- Live at the Grand Olympic Auditorium* (2003), de *Rage Against the Machine*.
- Revolution in your Head – RATM and the Art of Protest* (2009), de *Rage Against the Machine*.
- Tempestade sobre a Ásia*, (1928), de Vsevolod Pudovkine.
- Terra* (1930), Alexander Dovzhenko.