

FERRAMENTAS DE TRABALHO

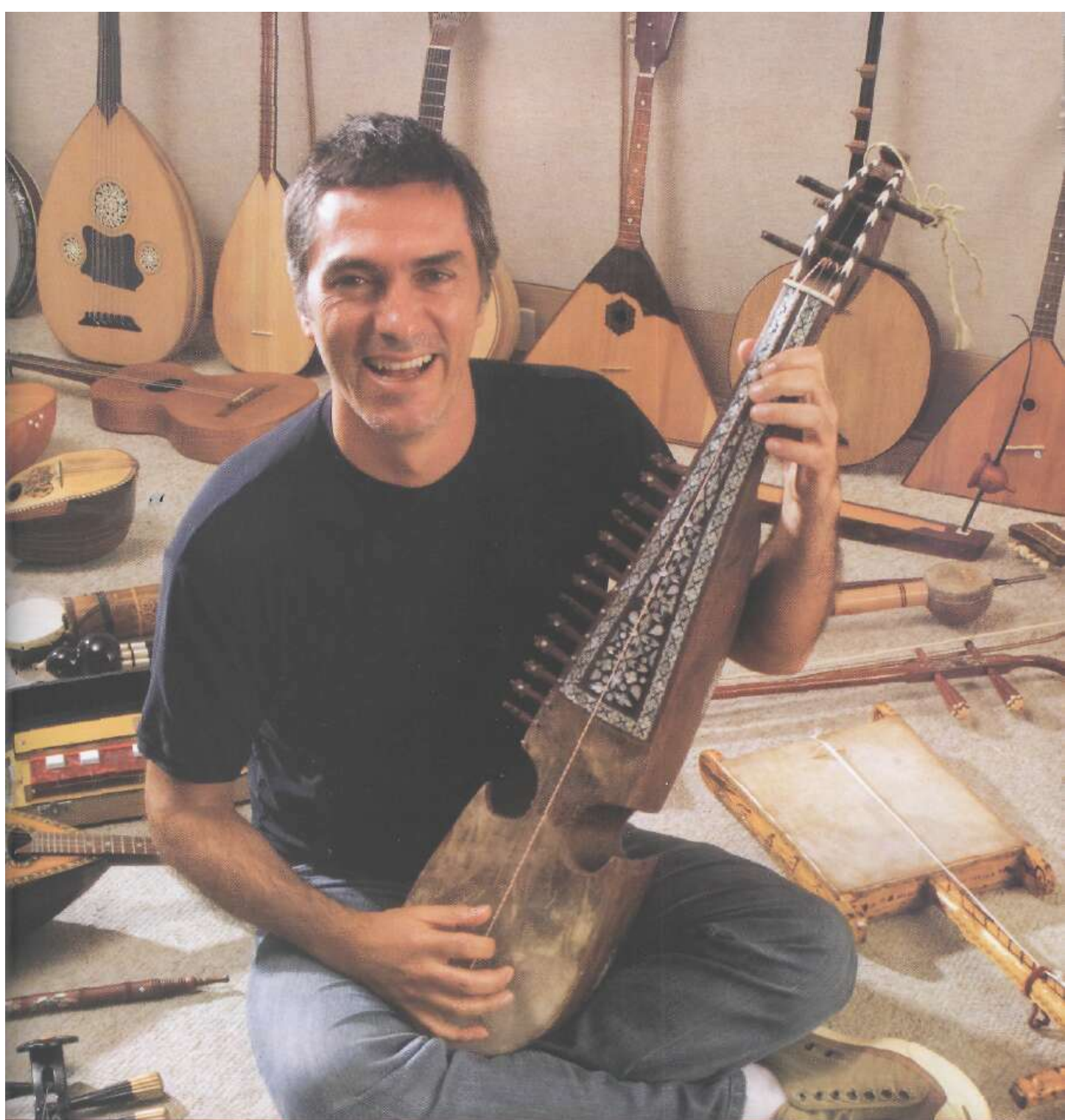
Disposta a elevar a qualidade de seus trabalhos, a Tesis estrutura acervo de instrumentos étnicos para uso associado às novidades tecnológicas de composição musical

Desde 2003, o diretor musical Silvio Piesco, sócio da produtora de som Tesis, tem se dedicado, em cada viagem que faz mundo afora, a adquirir instrumentos étnicos curiosos. Conseguiu montar nesses cinco anos de pesquisa e coleta um acervo formado por aproximadamente 50 peças diferentes. "A curiosidade por timbres e arranjos variados, própria da minha profissão, levou-me a comprar os primeiros instrumentos. Sempre que possível, utilizo os sons extraídos de alguns deles em trabalhos realizados para campanhas publicitárias", conta Piesco, "Não estamos substituindo os softwares disponíveis por instrumentos étnicos, Eles nos servem apenas como uma ferramenta de trabalho adicional, somando detalhes aos recursos tecnológicos. Também estimulam a criatividade. Acredito que a publicidade segue isso: busca de elementos para a produção criativa," Exemplos práticos do uso desses instrumentos em propaganda já puderam ser vistos na televisão. Em comercial da AlmapBBDO para a Pepsi, denominado "Deserto", peças do acervo da Tesis adquiridas na região do Magreb (Marrocos, Saara Ocidental, Argélia e Tunísia) foram usadas. "A idéia original era a de fazermos algo meio 'Lawrence da Arábia'¹, com orquestra. Mas oferecemos também outra solução, mais customizada. Essa última é que aca-

bou indo ao ar", revela o diretor da produtora de som. No ano passado, a campanha do Skol Beats, da F/Nazca Saatchi & Saatchi, foi outra a ter uma trilha composta a partir de instrumentos étnicos, nesse caso, importados da Ásia por Piesco.

Entre as peças disponíveis nesse acervo - que não fica em exposição na sede da Tesis por se tratar, segundo o diretor musical, de instrumentos de trabalho e não elementos decorativos - estão o charango, de países da América Latina, o banjo, dos Estados Unidos, o bandolim, da Europa, o rababe, da África, entre outros. Se no início a composição do acervo se deu de forma despreziosa, hoje Piesco planeja com antecedência suas compras em viagens programadas, "Antes de embarcar já verifico onde encontrar os instrumentos que gostaria de ter comigo", conta. Mas isso também não o impede de deparar-se com surpresas. Recentemente, enquanto trafegava entre vilas do Marrocos, identificou uma série de instrumentos diferentes que trouxe para o Brasil. "Lá as pessoas têm o costume de tocar na porta de suas casas."

Essa é a segunda vez que a produtora Tesis inova. No fim do ano passado iniciou o projeto Banco de Vozes, recrutando centenas de pessoas "comuns" para serem usadas em peças publicitárias, o que dá legitimidade às campanhas.



“ Desde que comecei a viajar pelo mundo reservava algum tempo para pesquisar CDs de músicas étnicas e instrumentos curiosos de uso comum em cada região. Hoje tenho cerca de 50 peças diferentes. Muitas delas são raras, como um rebab, do Afeganistão, que comprei de uma família quando estive na Turquia. Feito à mão, estava exposto como item de decoração de uma tenda de mercado ”

Silvio Piesco,
sócio da Tesis