

Publicidade sem limites

Para o diretor Edouard Salier, da Paranoid US, advento do 3D dá mais liberdade, mas aumenta muito o trabalho das equipes de pós-produção

JONAS FURTADO

Amantes das produções publicitárias internacionais, guardem este nome: Edouard Salier. Isso se você ainda não ouviu falar no diretor francês de 33 anos que faz parte do time da Paranoid US e é cultuado por bandas como o Massive Attack e o Air, para quem costuma transformar belas músicas em imagens enigmáticas.

Apenas três anos após ter feito seu debut em filmes publicitários, Salier já construiu uma considerável reputação no meio, muito em razão dos efeitos fantásticos e do acabamento primoroso das peças por ele realizadas para Smirnoff, Nike e Coca-Cola. Curioso é que, embora seja destaque por suas incursões drásticas e precisas ao mundo da pós-produção e, mais recentemente, ao 3D, o diretor — formado numa escola parisiense de Artes Gráficas e Design — garante não dar muita importância às novas tecnologias e classifica como “chato” o trabalho em frente ao computador. Salier falou ao **Meio & Mensagem** no mês passado, quando esteve no Brasil pela “sexta ou sétima vez” — algumas a passeio, outras a trabalho, como quando filmou o vídeo da música Já Sei Namorar, dos Tribalistas.

Meio & Mensagem — Vivemos no mundo da pós-produção?

Edouard Salier — Acho que sim. Particpei de alguns grandes projetos que envolveram muita pós-produção. Gosto de pós-produção, mas não gosto apenas de vídeos que envolvam pós-produção. Entretanto, quando você começa

em uma certa categoria, as pessoas passam a impor classificações. É como se você fosse preso a um rótulo. Por isso, sempre me chamam para filmes que envolvem grandes efeitos, sou visto como um diretor de vídeos que tenham bastante pós-produção. Mas os efeitos apenas dão suporte à história. Venho de uma escola de arte, e o que eu mais gosto na pós-produção é que ela permite transformar seus sonhos, seus fantasmas, em uma imagem. É fantástico.

M&M — Sente falta de produzir vídeos como antigamente?

Salier — Às vezes, sim (risos). Aprecio todas as fases de filmar um vídeo. A primeira parte está relacionada ao cérebro, a desenvolver uma ideia, imaginar os cortes das cenas. Depois vem o ato de filmar em si, que é bem físico. Em seguida, você tem que editar, que é o meu momento favorito, quando junto e organizo tudo o que tentei filmar. E depois tem a pós-produção, que às vezes pode ser bem maçante, especialmente quando se trabalha em um centro de digitalização, cheio de pessoas, e se passa longas horas em frente ao computador.

M&M — O que muda nos métodos de criação e trabalho em vídeos de pós-produção? É preciso pensar em tudo o que será introduzido graficamente na cena?

Salier — Depende. Se você está filmando um comercial, não há como improvisar muito, há um script a ser seguido, assim como outras pessoas com as quais você tem que lidar. Nesse caso, a preparação é muito importante. Já em um vídeo de música, como meu trabalho com o Massive Attack, é mais uma pintura: às vezes você começa a pintar e não sabe ao certo aonde quer chegar. Há muito mais experimentação.

M&M — E sobre o 3D? Das no-

vas possibilidades abertas por essa tecnologia quais você mais aprecia?

Salier — É como a pós-produção: você pode fazer o que quiser. No comercial para a Coca-Cola, por exemplo, há um estádio saindo de dentro da terra, simplesmente porque eu queria que ali houvesse um estádio saindo da terra. Às vezes é um pouco complicado trabalhar com essas tecnologias em comerciais, porque tudo se torna possível. Quando se lida com imagens reais, a limitação

A tecnologia digital permitiu que eu experimentasse possibilidades sozinho.

M&M — Todo esse hype em torno do 3D é merecido?

Salier — Sem dúvida. Fui ver Avatar no cinema e pensei que estávamos dando o mesmo salto de quando o cinema passou do preto e branco para as cores. Avatar é apenas o começo de tudo, aposto que daqui a cinco anos olharemos Avatar como algo ultrapassado. Acabo de receber o projeto de um comercial

Foto

está nas imagens que foram captadas pelo diretor, o cliente tem que trabalhar com elas. No que se refere ao trabalho no computador, esse limite não existe e é provável que muito mais noites sejam gastas na frente do computador.

M&M — É preciso manter uma mente mais aberta e criativa para trabalhar com essas tecnologias?

Salier — Provavelmente. Há dez anos, nunca poderíamos imaginar tudo o que está sendo feito hoje. Nunca fiz uma faculdade de cinema, e esse salto tecnológico permitiu que caras como eu pudessem filmar sem ter que levar seu filme para uma sala de cinema.

a ser filmado em 3D. É o começo de uma nova era.

M&M — O que os publicitários e produtores têm a aprender com o sucesso de séries de TV como Lost?

Salier — Nos últimos cinco anos, as séries de TV estão muito mais criativas do que os filmes para cinema. Há scripts sensacionais e que não se preocupam em ser politicamente corretos, há muita liberdade para experimentação. Para mim, séries como Breaking Bad e Lost funcionam como uma espécie de sopro de ar fresco de inspiração.

M&M — Como começou a trabalhar como diretor?

Salier — Comecei a filmar víde-

os de música. Não filmei muitos comerciais, tenho feito apenas de três anos para cá. Meu primeiro comercial foi para a Smirnoff. Pouco antes eu tinha feito um trabalho interessante para a MTV, talvez isso tenha levado o meu nome ao pessoal da campanha da Smirnoff. Também tinha feito um curta, Flesh, que fez sucesso no Festival de Sundance. Logo no começo estabeleci que só filmaria artistas dos quais eu gostasse da música. Também tento ter regras para filmes comerciais — aceito fazer aqueles que me tragam novos desafios, novas propostas. Se me pedirem para fazer algum vídeo parecido com o comercial da Smirnoff, por exemplo, não toparei.

M&M — Esse apetite do público por vídeos virais é a prova de que as pessoas estão se cansando do formato tradicional dos comerciais de TV?

Salier — Acho que sim, a televisão está morta, é um objeto do século passado. Na França as crianças não assistem mais TV. Elas só têm olhos para o monitor. Os vídeos virais são maneiros, mas, pensando como artista, ainda acredito no poder do cinema. Você não assiste a um filme no cinema do mesmo jeito que em sua casa, no DVD, ou mesmo no YouTube, em que você avança o vídeo para ver o final. O cinema deveria ser a experiência máxima em termos de som e imagem. Gosto de navegar e procurar por vídeos originais na internet, que sejam inspiradores. Mas há um outro lado nisso: com a globalização, os vídeos de hoje são muito parecidos em todas as partes do mundo. O que é um pouco triste porque eu aprecio as diferenças culturais e de experiências. Não sei se é bom ou ruim. Mas é assim que é.

M&M — São Paulo inspira você como cenário?

Salier — Estou louco para filmar em São Paulo. Quero filmar na Praça Roosevelt e aquele cenário futurístico tipo Blade Runner. Não conheço muito bem a cidade, mas tenho certeza de que há mais lugares por aí assim. Imagino que Nova York era parecida nos anos 70, original e rude. O grafite nas paredes também é sensacional, é uma energia renovadora, a arte às vezes vem do underground. Fui seduzido por esta cidade e adoraria fazer aqui um filme pessoal ou um vídeo musical.

Veja comercial de Smirnoff dirigido por Salier

1. No browser do seu celular, acesse o site www.phdmobi.com
2. Faça o download do leitor de tags
3. Abra o aplicativo e use a câmera
4. Mire ou fotografe esta imagem
5. Assista ao vídeo