

**Trilha musical: o Leitmotiv e a relação
com aspectos cognitivos de personagens**
***Film score: the Leitmotif and the relationship
with cognitive aspects of characters***

Palavras-chave: Música de Cinema; Trilha Sonora; Composição Musical; Cognição; Leitmotiv.
Keywords: Film Music; Soundtrack; Musical Composition; Cognition; Leitmotif.

Eloi Fernando Fritsch
UFRGS

Uma das grandes dificuldades do compositor está em criar um tema apropriado ao personagem de um filme com variada complexidade arquetípica. O leitmotiv é a técnica amplamente usada nestes casos e pode ser entendido como uma ideia ou pequena figura musical que aparece associada a algo extra musical. A técnica do leitmotiv é atribuída ao compositor Richard Wagner que associava aos personagens da ópera um tema musical específico. Quando o personagem estava em cena, ou era lembrado, seu tema era executado pela orquestra na versão original, fragmentos do tema ou variações (MATTOS, 2014). A representação de sentimentos ocultos de personagens pela música também já era utilizada antes do cinema. Michel Chion comenta a pontuação simbolizante pela música e exemplifica, na ópera de Wagner, a função psicológica do tema musical: “Já em Wagner, no tecido orquestral, um tema faz aparecer o inconsciente do personagem, anunciando aquilo que este ignora de si mesmo. Por exemplo, no primeiro ato de Valquíria, o motivo da espada que desperta, pela orquestra interposta, o inconsciente de Siegmund, antes deste encontrar a arma na cabana onde se refugiou” (CHION, 2008, p. 47). O emprego do leitmotiv guia a música para além de uma significação literal e imediata e auxilia a determinar o progresso do drama. A música tem a propriedade de “adotar” o significado daquilo que acompanha, por isso, o leitmotiv é muito utilizado no cinema em aspectos cognitivos como a utilização da música como ponto de marcação da memória (BAPTISTA, 2007). O leitmotiv torna-se símbolo ou arquétipo que, situando-se no plano da intencionalidade, remete à natureza do homem, o seu fundo emocional. Este não é controlado pela vontade consciente do espectador. O conteúdo inconsciente pode ser despertado enquanto o espectador assiste determinada cena de um filme ou escuta uma música. Na medida em que o filme vai narrando a história, o espectador tende a participar afetivamente, identificando-se com os personagens e os eventos. Senio (2019) explica a relação entre as cenas que surgem na tela acompanhadas pela trilha musical e as cenas que o público já possui na sua psique: “Quando essas cenas

coincidem em algum ponto, ou característica, é que a emoção surge. Dessa forma, o filme pode despertar um conteúdo latente dentro do espectador. Ambas as cenas são realidades distintas cujo ponto de encontro se dá na psique do espectador. Analisando o efeito emocional que o filme provoca na psique do sujeito é possível entender quais elementos inconscientes foram despertados” (SEINO, 2019, p. 2). Segundo Jung (2009), arquétipos são conjuntos de imagens primordiais originadas de uma repetição progressiva de uma mesma experiência durante muitas gerações, armazenadas no inconsciente coletivo. Os Arquétipos pertencem a nossa personalidade e estão presentes em mitos, lendas e contos de fadas. O arquétipo é um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção. Jung (2009) mostra que os arquétipos estavam representados, e que podiam ser encontrados nas mais diversas áreas, inclusive nas artes e nas formas narrativas como a literatura, a ópera e o cinema. Entre suas contribuições para as práticas narrativas está a conclusão de que a utilização de personagens arquétipos poderá conferir maior aceitabilidade à história uma vez que os personagens personificam imagens que fazem parte da totalidade dos processos psicológicos do público (CIECELSKI, 2017). Segundo Wadell (2006), Jung é também um filósofo oportuno, ele nos diz que o outro somos nós. O *self*, segundo Jung (2009) é uma imagem arquetípica da totalidade, do potencial pleno do homem ocupando a posição central da psique e diz respeito ao destino de um personagem. Wandell (2006) argumenta que os três conceitos principais que integram a psicologia analítica de Jung oferecem recursos para a análise da mídia visual: a) imagens comuns em sonhos, mitos e artes criativas são frequentemente projeções de padrões arquetípicos inconscientes; b) “inconsciente coletivo” onde esses padrões são constelados, ou seja, ativados; c) gradual desvelamento consciente dessas estruturas promove o desenvolvimento de um senso de *self*, de “si-mesmo”, mais consciente. Os personagens de histórias criados a partir de um único arquétipo serão mais previsíveis, estereotipados, sem complexidade e baseados em clichês. Por exemplo, o arquétipo “herói” poderá resultar em um personagem cujo o estereótipo seja valente, forte, ágil e determinado. Os personagens criados a partir de vários arquétipos resultarão em personagens mais realistas e complexos. Segundo Baptista (2007), a tarefa do compositor de trilhas musicais será definir o personagem com motivos musicais característicos e marcantes. A trilha musical não deve ser mais profunda e nem mais superficial do que o personagem é, por isso, o compositor deve buscar meios que o auxiliem a compreender as características desse personagem. Em alguns casos, ampliar o conhecimento sobre arquétipos de protagonistas envolvidos na narrativa fílmica, à luz da psicologia analítica poderá auxiliar o compositor a caracterizar personagens complexos.

Referências

BAPTISTA, A. *Funções da Música no Cinema: contribuições para a elaboração de estratégias composicionais*. Dissertação (Mestrado em Música) – Escola de Música da UFMG, UFMG, Belo Horizonte, 2007.

CIECELSKI, L. D. Uma leitura dos arquétipos nas personagens da narrativa literária Harry Potter de J. K. Rowling. In: INTERCOM SUL, 18., 2017, Caxias do Sul. *Anais...* Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2017.

CHION, M. *A Audiovisão: som e imagem no cinema*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

JUNG, C. G. *A Natureza da Psique*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MATTOS, E. *A arte de Compor Música para o Cinema*. São Paulo: Ed. Senac, 2014.

SEINO, E. *Batman: Arquétipos Numa Época Sombria*. Disponível em: <https://tcconline.utp.br/wp-content/uploads/2011/11/ARTIGO-BATMAN-ARQUETIPOS-EM-TEMPOS-DE-SOMBRAS.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2019.

WADELL, T. *Mis/takes: Archetype, Myth and Identity in Screen Fiction. Motifs and symbols in cinema and television*. Londres: Routledge, 2006.