

Unesp – Universidade Estadual Paulista

“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Departamento de Comunicação Social

O FILME É DE TODOS

BARBARA DE ARO BENEVENUTO

DANIEL HILGROVE DUMIT SEWELL

GUILHERME DE ALMEIDA GONÇALVES

LUIZ FELIPE DE SOUZA MORAES

BAURU

2015

Unesp – Universidade Estadual Paulista

“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Departamento de Comunicação Social

## O FILME É DE TODOS

Barbara de Aro Benevenuto

121033546

Daniel Hilgrove Dumit Sewell

121030903

Guilherme de Almeida Gonçalves

121032981

Luiz Felipe de Souza Moraes

121032711

Projeto experimental apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Radialismo, ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, atendendo à resolução de número 02/84 do Conselho Federal de Educação.

BAURU

2015

Dedicado a todos os futuros consumidores dessa obra  
e a Manoel Luiz Gonçalves (*in memoriam*).

Agradecemos ao nosso orientador, Marcos “Tuca” Américo, por acreditar nesse projeto.

À banca por ter aceitado o convite.

Aos entrevistados, por serem tão solícitos e terem acrescentado muito em nossa visão de mercado.

À equipe complementar que nos ajudou a elaborar esse filme e a tirar proveito nas situações mais complicadas.

E, principalmente, aos nossos pais, por todo apoio e incentivo que nos leva a realizar nossos sonhos.

O mundo é um palco  
E todos os homens e mulheres são meros atores  
Têm as suas saídas e entradas  
E cada um no seu tempo representa diversos papéis.

WILLIAM SHAKESPEARE

## **RESUMO**

Esse projeto busca entender como funciona a relação entre produtores do audiovisual e seus respectivos consumidores, assim como desenvolver a questão da representatividade e da verdade disseminada por meios de comunicação como o cinema, a televisão e a internet. O documentário “O Filme É De Todos” aborda as questões dessas mídias, mostrando a convergência de ideias num mundo onde há cada vez mais facilidade de acesso às formas de expressão.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Audiovisual; Documentário; Prossumidor; Representatividade.

## SUMÁRIO

1.	Introdução .....	1
2.	Referencial Teórico .....	4
2.1	Atores Sociais.....	4
2.2	Identidade.....	5
2.3	Construção de Estereótipos .....	7
2.4	Documentário.....	8
3.	Referenciais Estéticos .....	11
3.1	Ficcionalizando a Narrativa .....	12
3.2	Invertendo a Interação.....	13
3.3	A Câmera como Personagem .....	15
3.4	Demais Aplicações.....	16
4.	Os Meios Audiovisuais No Brasil.....	17
4.1	O Rádio .....	17
4.2	A Televisão .....	20
4.3	O Cinema .....	25
4.4	A Internet .....	28
5.	Pré-Produção .....	31
5.1	Argumento Narrativo .....	31
5.2	Produtora e Equipe Complementar .....	32
5.3	Elaborando Entrevistas.....	34
5.4	Roteiros Ficcionalis.....	35
5.4.1	<i>Videoarte “Nós”</i> .....	36
5.4.2	<i>“O De Sempre”</i> .....	37
5.4.3	<i>“É Tudo Verdade” e “O Rádio É De Todos”</i> .....	37
6.	Produção.....	39
6.1	Equipamentos.....	39
6.2	Gravações.....	39

6.2.1	<i>A primeira entrevista</i>	41
6.2.2	<i>Consumidores, a busca por Bauru</i>	42
6.2.3	<i>Elizabeth Savalla, uma global como primeira grande entrevista</i>	43
6.2.4	<i>Roberta Alves, consumidora e pedagoga</i>	44
6.2.5	<i>Entrevista com Thaíde</i>	44
6.2.6	<i>A entrevista que não aconteceu</i>	45
6.2.7	<i>São Paulo: pré produção e contatos</i>	45
6.2.8	<i>O primeiro dia em São Paulo</i>	48
6.2.9	<i>Visita a TV Cultura, sentimentos e memórias</i>	49
2.9.10	<i>Dias com horários vagos? Preenchimento com entrevistas!</i>	51
2.9.11	<i>A tranquilidade de Cláudia e a eloquência de Thunderbird</i>	51
6.2.12	<i>Quinta feira, quarto dia em São Paulo</i>	53
6.2.13	<i>A sexta feira do caos e do prazer</i>	54
2.6.14	<i>Rádio Globo São Paulo e Rádio 96FM Bauru, o rádio num documentário sobre o audiovisual</i>	59
6.2.15	<i>O filme é das crianças também</i>	59
6.2.16	<i>Consumidores pela Avenida Paulista</i>	60
7.	<b>Pós-Produção</b>	61
7.1	<i>A Pré-Produção se tornando Pós</i>	61
7.2	<i>As Entrevistas</i>	63
7.3	<i>Vídeoarte “Nós”</i>	64
7.4	<i>Montagem das Ficções</i>	65
7.5	<i>Ligando a TV para Zapear</i>	66
7.6	<i>O futuro do Projeto</i>	66
8.	<b>Considerações Finais</b>	69
	<b>Referências Bibliográficas e Fílmicas</b>	71
	<b>APÊNDICE</b>	75



## Lista de Ilustrações

Figura 1 - Gravação com alunos do NER.....	13
Figura 2 - primeiro rascunho de organização temática .....	32
Figura 3 - Logotipo “What a Tape Produções” .....	33
Figura 4 - Formulário de Inscrição .....	33
Figura 5 - Respostas do formulário .....	34
Figura 6 – Daniel Sewell e Luiz Moraes nos estúdios do Programa Cartão Verde – TV Cultura .....	49
Figura 7 - Da esquerda para a direita: Daniel Sewell, Luiz Moraes, Dan Stulbach, Guilherme Gonçalves e Barbara Benevenuto.....	58
Figura 8 - Estrutura narrativa.....	62
Figura 9- Foto compartilhada na conta @niinasecrets que em 24 horas já possuía mais de 20 mil curtidas. Da esquerda para a direita: Nina Santana, Barbara Benevenuto, Guilherme Gonçalves e Maria Elisa Nascimento.....	68

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1 - Diário de Bordo.....	41
---------------------------------	----





## 1. INTRODUÇÃO

O projeto que se segue apresenta como conteúdo de sua análise os processos de relações existentes entre os produtores e consumidores do audiovisual, encadeando o que se pode chamar de “prosumidores”, que segundo tradução livre de Fátima Martinez Gutierrez (2014, p.28):

É a bidirecionalidade, a multiplicação de mensagem de ‘muitos a muitos’ que mais do que se converter a nova panaceia do século XXI, se transforma em uma fonte poderosa de distribuição de conteúdos, conhecimento e mensagens.

A atuação do prosumidor, sua característica de ser ao mesmo tempo objeto de produção e consumo de conteúdo, é o grande alvo de estudo deste projeto especificamente com olhar voltado a sua inserção no meio audiovisual, ou seja, nas mídias como cinema, televisão e internet. As discussões levantadas ao longo do produto se darão em torno de temas os quais a equipe acredita que são pertinentes no que diz respeito ao prosumidor no audiovisual: ética, construção do sentido da verdade, indagações econômicas e artísticas, projeções de entretenimento e informação, constituição de identidade pessoal e coletiva e, por fim, representação e inserção social.

Para tanto, o resultado da observação dos comportamentos e opiniões dos prosumidores será apresentado por meio de narrativa audiovisual que se dará em formato de documentário, construção narrativa que segundo artigo de Fernão Pessoa Ramos (2008):

1. parte-se do postulado de que, para alguns, o documentário busca, ou tem como objetivo, estabelecer uma representação do mundo; 2. na medida em que o postulado está estabelecido ("eu posso representar o mundo", diria necessariamente o documentarista), a ideologia dominante, hoje, sobrepõe facilmente a esta possibilidade o seu caráter especular e falsamente totalizante.

O projeto é classificado como longa-metragem, ou seja, produto audiovisual com duração acima de setenta minutos regulamentado pela ANCINE (Agência Nacional de Cinema), e foi formulado por meio de perguntas e conversas conduzidas pela equipe responsável junto a membros que posteriormente foram definidos.

Como produto final buscou-se obter um documentário de alta qualidade que possa servir como base de estudos para acadêmicos das áreas de Comunicação Social, Radialismo,

Audiovisual e Cinema, assim como para todos aqueles que têm interesse e curiosidade pelo cenário audiovisual, seja para se informar ou mesmo se entreter, já que o documentário tem uma linha de info-entretenimento tendo como uma das alternativas encontradas ao longo de seu processo de criação o experimentalismo e referências como Eduardo Coutinho, Orson Welles e outros nomes e meios a serem expostos abaixo.

Com essa orientação, a equipe gravou com especialistas do meio que se encontravam na região de Bauru, por ser logisticamente mais viável em termos de produção, e em São Paulo Capital, por ser uma capital nacional onde se encontra os maiores nomes do mercado audiovisual brasileiro, assim como algumas das maiores produtoras de conteúdo. A busca pelos consumidores se deu pelas mesmas localidades.

A lógica de mercado audiovisual é bastante complexa. Partindo de uma especulação hipotética do grupo, o audiovisual em suas mais diversas formas, seja no cinema, TV, rádio, Internet etc. apresenta suma importância direta na formação do cidadão, seja na exposição de informação, entretenimento, comunicação e identificação. O audiovisual busca ideais a serem transmitidos para diversas pessoas, desafiando o próprio espaço e tempo, atingindo emoções e sentimentos variados. É um meio desafiador, de forte diálogo com todos e fonte de exploração de todas as respostas que o ser humano pode buscar. E pode ser verdadeiro ou não na medida em que cada público preferir.

Estudos sobre o impacto do audiovisual na vivência social já existem desde a sua concepção, e muito já foi atingido. Porém, ainda paira um grande dilema, ainda em aparente mistério: como o audiovisual atinge exatamente seu público? O que leva um produto de comunicação de massa a ser de “massa”? O que faz um material autoral atingir determinada audiência mesmo com tantas peculiaridades? Se até hoje isso não foi inteiramente sanado por estudiosos da área, nossa justificativa não está em responder essas perguntas. Mas sim, enfatizá-las para todas as partes e tornar esse aspecto crível e considerável tanto para produtores, como para consumidores.

Com essa premissa, buscar-se-á a expectativa de um produtor audiovisual ao realizar seu material: o que ele deseja; quais as intenções; para quem ele está se direcionando; se isso realmente importa; qual a importância disso; seja no quesito ético, financeiro, artístico ou realista. Em contraponto, mostrar-se-á o ponto de vista da realidade audiovisual esperada de quem consome essas mídias nos aspectos sociais, de entretenimento e informação. A

consolidação da temática se dá no percurso narrativo criado pela Internet, evidenciando a junção de um ser com o outro, apresentando a geração tida como “prossumidora”.

Essencial como matéria de pesquisa de comunicação social, pois esclarece o diálogo direto que existe entre essas partes e a importância que o produtor deve dar a essa relação, como também é um exercício de renovação narrativa audiovisual, assumindo a metalinguagem e expandindo seu alcance através de seu formato documental, semelhante às características associadas ao denominado “cinema direto”, com o diferencial do conflito em si explicitado em recursos de montagem experimentais e abertura a ficção simbólica, intercalando noções definidas tanto pelo continuísmo do grande cinema ocidental como a edição ideológica propagada principalmente pelo cinema soviético. É o audiovisual buscando se explicar através de si mesmo.

Desde a teorização de acadêmicos da área até os índices de medição de audiência, muito é discutido sobre as maneiras de atingir o público alvo, em que medida o conteúdo influencia o espectador e vice-versa. Sabe-se que o fator cultural é de grande valor nessa assimilação, visto que um produto pode tanto ser mais atrativo para determinadas nações, classes sociais, faixas etárias ou gêneros como pode conseguir dialogar com todas as instâncias, com a possibilidade de divergir nas interpretações. O grande desafio, que vai além do próprio audiovisual, englobando aspectos sociológicos, psicológicos e filosóficos está na avaliação pelo indivíduo em si, na sua identidade perante um produto alheio, feito pelas mãos de outro, e a importância dessa relação tão íntima, porém ainda vista como distante, erroneamente. Aproximar essa relação é o ponto de partida.

A estrutura desse produto final é de impacto incerto e construção de narrativa simultânea, com um roteiro em constante mudança, feito em parceria com quem se integra ao projeto e se submete ao olhar de uma câmera. Tal impacto parte tanto da equipe realizadora, que leva o audiovisual frente a frente com as pessoas, instigando a reflexão e desenvolvimento pessoal dos envolvidos pela experiência direta, como dos próprios “entrevistados”, que revelam o lado pessoal e crítico do tema e trazem crescimento pessoal aos apresentadores, situados no meio de uma pesquisa de campo prática. Pensando na obra como Projeto Experimental de Conclusão de Curso, é uma plataforma incisiva no processo de transição dos formandos em profissionais de trabalho, servindo de influência futura aos que seguem o mesmo percurso.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Atores Sociais

Os seres humanos sempre tiveram uma necessidade física e emocional em representar, segundo Jean Duvignaud (1970). O sociólogo classifica o homem como a única espécie dramática, afirmando o pensamento de Monteiro (2010): “os momentos decisivos da nossa vida (...) são marcados por cerimónias” (p.18), desde o nascimento até a morte. Esse autor acredita, parafraseando o monólogo “As You Like It” de Shakespeare (1599-1606), que o mundo é um palco onde todos somos atores sociais.

O livro “Drama e Comunicação” (2010) traz inúmeras citações do filósofo norte-americano Kenneth Burke (1966) sustentando a ideia de que “Os humanos são os únicos animais que estruturam as suas ações em torno de sentidos simbólicos (...) Não se limitam a juntar-se: casam; não matam só por comida, mas também por deuses e nações; o território não é apenas defendido, é nomeado” (p.19). Desse modo, Burke (1966) acredita que os seres constroem sua realidade através de símbolos e explica com o exemplo de um artista que pinta um quadro de um modelo. Para ele, esse ato é considerado um “compromisso social” onde será registrada a imagem, não da representação do modelo, mas sim a imagem que o artista possui desse modelo. A atuação do ser social passa a ser, portanto, muito importante dentro de determinada sociedade.

Cada indivíduo tem o sentimento de vontade e necessidade de se ligar com os objetos sustentando, assim, o mundo das representações; é o que diz o filósofo Arthur Schopenhauer (2005). Para ele, a vontade é o que estimula as ações de um sujeito, cada movimento corporal é impulsionado por uma necessidade que envolve um objeto, algo externo ao corpo, visto que não existe um mundo onde esses dois elementos estão em desunião. Quando esses dois elementos interagem, ocorre a formação de uma representação, concordando com o pensamento de Burke (1996) de que os seres humanos agem em torno de símbolos e atuações.

A interpretação e a representação se tornou uma convenção moral para Goffman (1959). Isso leva a uma idealização da vida nas relações sociais e assim, surge uma atuação de “fachada” que seria uma camada na personalidade de uma pessoa que não nos permite saber com certeza o que é real e o que é atuação nos relacionamentos humanos. Goffman (1959) ainda reforça a



questão da manipulação das emoções no que diz respeito às regras da sociedade, pois o ser humano age de uma determinada maneira de acordo com cada situação, cada círculo social e até mesmo diante das câmeras.

Nos meios principais de comunicação como o rádio, televisão, cinema e internet, os espectadores muitas vezes duvidam se o que está sendo transmitido conta uma verdade. No artigo “A arte de representar como reconhecimento do mundo”, o autor Jorge Luiz Barbosa (2000) afirma que existe uma cultura mundial em acreditar apenas no trabalho científico, baseado em fatos concretos e comprovados matematicamente, como se não pudesse existir conhecimento e reflexões em outros meios de expressão como a arte, por exemplo.

Para Barbosa (2000), “a função da representação seria, exatamente, a de tornar presente à consciência a realidade externa, estabelecendo relações entre a consciência e o real” (p.73), contudo não se limita apenas ao objeto externo. A representação está ligada ao movimento e à criatividade para captar em uma imagem ou em um som o movimento do mundo.

Nesse sentido, podemos concordar quando Lefebvre (1983) afirma que as representações não se distinguem em verdadeiras ou falsas, mas sim em estáveis e móveis, em reativas e redundantes, tópicas e estereótipos incorporados de maneira sólida em espaços socialmente construídos. Do mesmo modo, as representações não podem reduzir-se nem ao seu veículo linguístico nem aos seus suportes sociais [e tecnológicos], porque são produtos intermediários entre o vivido incerto e o concebido elaborado, que guardam conteúdos inerentes às formas construídas pelas relações sociais (natureza e sexo, vida e morte, corpo e espírito, debilidade e poder, tempo e espaço). (BARBOSA, 2000, p.73)

## 2.2 Identidade

A identidade se constrói como forma de diferenciação entre os indivíduos, segundo Canclini (1999) no livro “Consumidores e Cidadãos”, e é dessa maneira que um território nacional toma forma e assim se desenvolve a cultura, os rituais, as cerimônias e as normas que esse grupo seguirá em sociedade. Além disso, Goffman (1988) ainda afirma que existe uma identidade virtual em cada indivíduo, o que se assemelha com a definição de “ator social” de Monteiro (2010), ou seja “ela tem como efeito afastar o indivíduo da sociedade e de si mesmo de tal modo que ele acaba por ser uma pessoa desacreditada frente a um mundo não receptivo” (p.20). É desse modo que cada pessoa se sente diferente e única em relação às outras.

Dentro do cenário artístico, Canclini (1999) desenvolve a ideia do multiculturalismo e garante que para produzir conteúdos inovadores é necessário segmentar um público e não tentar uní-lo, pois cada grupo de indivíduos possui uma identidade e não existe uma “heterogeneidade” dentro de uma nação. Além disso, a globalização permite que a esmagadora parte da produção artística crie conteúdos com uma veia desterritorializada. Partindo desse raciocínio, Canclini (1999) faz a seguinte indagação: “Se concebemos as nações como cenários multideterminados, onde diversos sistemas simbólicos se cruzam e interpenetram, a pergunta é: que tipo de cinema e de televisão pode narrar a heterogeneidade e a coexistência de vários códigos em um mesmo grupo e até em um mesmo indivíduo?” (p.173)

O autor ainda afirma que “grande parte do que produz (...) é projetada e decidida nas galerias de arte e nas cadeias de televisão, nas editoras e nas agências de notícias dos Estados Unidos e da Europa” (p.164, 165) graças à intensa globalização que une tecnologia com a imposição de culturas muito distantes das nossas que acabam ditando o consumo de arte nos países periféricos. Para a área cinematográfica nacional, Canclini (1999) fala de “uma tendência em acentuar esta transnacionalização eliminando-se os aspectos nacionais e regionais. Promove-se um “cinema mudo” que procura usar a tecnologia visual e as estratégias de marketing mais sofisticadas para conseguir se inserir num mercado de escala mundial.” (pag 168, 169).

Ao se levarem em conta os conflitos sociais que acompanham a globalização e as mudanças multiculturais, fica implícito que o que ocorre com as indústrias é bem mais do que aquilo que vemos nos espetáculos da mídia. Parece necessário, pois, precisar nossa afirmação inicial: a identidade é uma construção, mas o relato artístico, folclórico e comunicacional que a constitui se realiza e se transforma em relação a condições sócio-históricas não redutíveis à encenação. A identidade é teatro e é política, é representação e ação. (CANCLINI, 1999, p.175-176)

O cinema latino-americano se difere em partes do cinema norte-americano apesar de muitas vezes tentar seguir essa lógica e Canclini (1999) afirma que nos Estados Unidos, a indústria cinematográfica é mais um negócio com objetivos financeiros do que artísticos, em regra geral, devido ao retorno que as bilheterias arrecadam que acabam girando uma boa parte da economia do país. Diferentemente dos países europeus que buscam defender as mais diversas formas de arte como forma de registro e não produtos voltados para a venda. O autor conclui que “a crise do cinema já não pode ser vista como uma questão interna de cada país, nem isolada da reorganização transnacional dos mercados simbólicos. É parte integrante do debate sobre as tensões entre liberdade de mercado, qualidade cultural e modos de vida específicos.” (p.183).

### 2.3 Construção de Estereótipos

A sociedade está cada vez mais acostumada a vivenciar realidades diferentes através de meios de comunicação como o cinema, a TV e a internet. Desse modo, o que é transmitido nem sempre é uma visão verdadeira e de acordo com o sociólogo Stuart Hall (1997), isso acontece porque a sociedade Ocidental tem uma relação de exclusão com o outro, com o diferente. Ele ainda acrescenta que os estereótipos são criados para manter uma ordem social que rompe e divide os opostos, criando assim uma violência simbólica.

Mesmo com os movimentos de inclusão social e racial do século XXI, ainda é extremamente comum ver, por exemplo, a representação de uma mulher negra nesses meios como sendo a empregada pobre. Hall (1997) explica que todo estereótipo tem a sua origem histórica; no caso dos negros no Brasil, pode-se afirmar que ocorreu por conta dos conflitos de dominação e escravidão na época do feudalismo que mantém seus traços até hoje. Além dos estereótipos raciais, no país ainda existem as diferenças regionais que acabam sendo representadas de maneira errônea, pois o maior polo de comunicação está no sudeste. Aos poucos isso está mudando; algumas obras cinematográficas conseguem fugir de certos estereótipos e algumas emissoras de TV já estão buscando atingir maior representatividade e ouvir seu público.

É certo que a representatividade integral das regiões e suas respectivas áreas municipais ainda está longe de ser alcançada. Mas há ao menos de se reconhecer o esforço em prestar contas de tal tentativa. A iniciativa da TV Brasil em responder ao questionamento de seu público sobre a temática serve de exemplo a outras emissoras públicas que devem pelo menos tentar alcançar a busca pelo interesse da maioria da população. (ARVELLOS, 2012)

Hall (1997) ainda afirma que estereotipar transforma um grupo em unidade, reduz e simplifica características essenciais dos mesmos. Como é visto na sociedade atual, isto é cada vez mais problemático, pois com a globalização, a liberdade de expressão, cada indivíduo está se tornando mais único e mais diferente.

Conforme surge novas gerações, fica difícil usar a lógica da separação do outro. De acordo com estudos realizados pela BOX1824 (empresa de pesquisa de tendências em consumo, comportamento e inovação), diferente das décadas de 60, 70 e 80, a geração Y não se divide em grupos sociais fechados. Essa geração é mais flexível e consegue se adaptar a vários círculos de amigos ou de trabalho além de lidar com indivíduos de culturas muito

diferentes. A tendência, de acordo com esses estudos, é que cada vez mais tenha uma individualização seja na publicidade ou nas obras ficcionais no cinema ou na TV.

## 2.4 Documentário

O formato documentário entra como elemento-chave na dissertação em cima dos estudos já apresentados. Esclarecido por Fernão Pessoa Ramos (2008): “Dentro desse eixo comum, podemos afirmar que o *documentário* é uma narrativa basicamente composta por imagens-câmera, (...) para as quais olhamos (nós espectadores) em busca de *asserções* sobre o mundo que nos é exterior, seja esse mundo coisa ou pessoa.” (p.22). Esse “mundo pessoa” se torna o objeto de estudo, o “ator social” da narrativa.

Segundo Ramos (2008), é possível categorizar o tratamento ético no documentário de quatro maneiras: *educativa*, com “forte presença de voz *over* ou *locução*, ausência de entrevistas/documentos, encenação em cenários ou locação, utilização de pessoas comuns como atores” (p.35); *imparcial*, em que “articula-se a partir da defesa da presença em *recuo* do sujeito que sustenta a câmera na tomada (o cineasta).” (p.36); *reflexiva*, “que sustenta a intervenção e interação do sujeito-da-câmera com o mundo” (p.37); *modesta*, onde “o sujeito que enuncia vai diminuindo o campo de abrangência de seu discurso sobre o mundo até restringi-lo a si mesmo.” (p.38). Perante essas características, Ramos (2008) expõe que a encenação pode se dar no âmbito da encenação-construída, encenação-locação e encenação-atitude, influenciando na relação do filme com as atitudes tomadas pela câmera.

Na junção dessas questões demonstradas, o autor recai na especificidade do documentário direto e das peculiaridades que apresenta, geralmente adotando um caráter ético *reflexivo*, calcado em encenações-atitude. Ramos (2008) ainda apresenta um panorama histórico da confusão entre a nomenclatura de “cinema direto” e “cinema verdade”, se aprofundando na natureza da linguagem de suas principais obras e, ao fim, considerando o termo *direto* como mais apropriado, pois “permite uma elaboração conceitual mais densa, sem que tenhamos de nos debater a toda hora com conotações implícitas na palavra *verdade*.” (p.280).

Dentro desse tratamento cinematográfico, residem os mais diversos desafios que refletem a “realidade” em que o documentário se enquadra. O termo “documentário” em si costumeiramente carrega uma visão para o espectador de que o que está sendo posto diante de

seus olhos é uma representação verídica dos fatos. Há o julgamento de que o que passa pela tela é e deve ser verdadeiro. Como o próprio Ramos (2008) já explicitou, tornar a *verdade* um conceito é algo bastante relativo, ainda mais no formato documentário, exposto às indagações dos responsáveis pela sua realização, os *sujeitos da câmera*. Lidar com o documentário entra em contextos ainda mais delicados, que remetem à relação que deve ser construída entre o sujeito que disserta e o objeto que é estudado na narrativa. Consuelo Lins e Cláudia Mesquita tornam claros os desafios perante esta situação, exemplificando através da filmografia de Eduardo Coutinho:

O momento da filmagem tem para o diretor uma dimensão quase mística. Ali, no encontro com o outro, é tudo ou nada. Coutinho mantém uma escuta ativa e procura se abster de qualquer julgamento moral diante do que dizem as pessoas filmadas, que constroem – na “cena” provisória da entrevista – seus auto-retratos, sendo responsáveis pela elaboração de sentidos e interpretações sobre sua própria e singular experiência. Não correspondem a “tipos” com um perfil sociológico determinado, não fazem parte de uma estatística, não justificam nem provam nenhuma tese do diretor. Ambiguidades e sentidos múltiplos não são “resolvidos” na montagem; contradições não ganham uma síntese, mas são postas lado a lado.” (LINS, MESQUITA, 2011, p.18 e p.19)

Esse é um efeito que se deu ao longo da exploração do formato e do desenvolvimento dos estudos sobre a linguagem fílmica. No caso, o documentário assume essa postura (referência direta vista também na obra de Coutinho) principalmente na apresentação de questões e conflitos sociológicos. No cinema brasileiro, essa temática ganha força especialmente nos anos 60.

A forma do documentário brasileiro nos anos 60 é, portanto, bastante híbrida, dividindo-se entre o projeto de “dar a voz” (através de entrevistas) e a proposta de totalizar e interpretar situações sociais complexas, manifestada sobretudo pelo comentário do narrador, pelo uso da música, pelas entrevistas com especialistas e autoridades, e também pela montagem trabalhada de modo retórico.” (LINS, MESQUITA, 2011, p.22)

São por esses meios que o documentário se firma como linguagem relevante e presente até hoje, impregnando toda a evolução narrativa oriunda desses processos de auto avaliação. O maior desafio de um documentário pode se tornar seu trunfo, e esse foi o mote principal que possibilitou que o projeto apresentado aqui se tornasse viável. Dentre pouca acessibilidade a equipamentos de qualidade técnica, distância dos polos de maior desenvolvimento audiovisual, restrição a diversos fatores por caráter universitário, o que foi apresentado daqui em diante

demonstra que o documentário, em sua essência, se caracteriza por esses conceitos, mais uma vez apresentados por LINS, MESQUITA (2011).

Ao contrário de roteiros que temem o que neles provoca fissuras e afastam o que é acidental e aleatório, os dispositivos documentais extrairiam da precariedade, da incerteza e do risco de não se realizarem sua vitalidade e condição de invenção.”  
(p.57)

### 3. REFERENCIAIS ESTÉTICOS

Pensar em estética documental é pensar em narrativa, visto as diversas influências que a interação com câmera, entrevistador e cenário podem causar no objeto de estudo, o entrevistado, da forma apresentada por Ramos (2008). Com essa base, o direcionamento referencial parte de documentários cinematográficos e televisivos com abordagens diferenciadas. O intuito é aderir a linguagem audiovisual ao perfil do entrevistado, dialogando diretamente com a proposta do conteúdo exibido e buscando conexões entre esses perfis para propiciar a construção de uma unidade narrativa.

Ao abordar a relação entre produtores audiovisuais e seus consumidores, o tema em si passou a ser o protagonista da narrativa. O audiovisual é o personagem. Dentro dele estão inseridas as figuras humanas que compõem sua personalidade. Todos são feitos de audiovisual nessa narrativa, impreterivelmente. São submetidos ao seu olhar e julgamento e retrucam seus próprios pensamentos. Os realizadores da obra também estão subordinados ao seu próprio produto. Dessa forma, justifica-se a escolha de interação com cada entrevistado. Poucas vezes se questiona sua própria personalidade ou suas origens, a não ser que seja em detrimento da figura maior que é o audiovisual. Eles estão lá para dissertar suas opiniões sobre o tema e é assim que suas identidades vão sendo reveladas. O audiovisual vai exibir seus físicos, trejeitos, manias, anseios, críticas e *personas* em prol de ressaltar as falas sobre si mesmo. O filme estabelece um diálogo com seus objetos de estudo ao permiti-los falarem sobre ele próprio. Cabe ao espectador passivo analisar essa relação e aplicar um veredicto, se sentir necessidade.

Filmes que estudam sua própria linguagem em aspectos metalinguísticos são referências notáveis como auxílio na realização desse projeto. Partindo especialmente de “Chronique d’un été [Crônica de um verão]” (1961), dirigido por Jean Rouch e Edgar Morin, tomou-se como essência a inovação narratológica que o filme usou. O início, em um cunho bem próximo ao jornalístico, se desenvolve em entrevistas de pessoas aleatórias na rua. Logo depois, denuncia que aquilo foi um pretexto para arranjar objetos de estudo para uma narrativa documentária. De um lado aparentemente observador, acompanhamos o modo de vida das pessoas escolhidas. Do outro, temos a influência clara dos diretores e da câmera na construção de opinião e julgamentos, expondo a posição de filme que a obra assume e de representação da realidade.

Mesclar essas linhas de personalização do ser e da câmera é um dos elementos principais para o funcionamento da trama.

A simplicidade e imediatismo da filmografia de Eduardo Coutinho devem ser ressaltados. Pegando o trajeto cronológico que vai de “Cabra marcado para morrer” (1984), até “Jogo de cena” (2007), percebe-se a evolução do diretor no quesito representativo da imagem e o que se manteve por todo esse tempo em seu lado autoral. Desde a construção constante e gradativa através de junção de materiais brutos vista em “Cabra marcado para morrer” até o minimalismo cênico e fotográfico de “Jogo de cena”, a busca pela emoção da cena, independente de sua veracidade, é referência para o produto final.

### **3.1 Ficcionalizando a Narrativa**

A partir do momento em que o documentário se revela como não detentor da verdade em si, a liberdade criativa para representa-la ganha seu devido espaço. Muitos dos depoimentos registrados para o produto exigem criatividade do espectador para imaginar e visualizar as asserções que cada entrevistado passa com suas exemplificações. Em determinadas deixas, a intenção de levar o público para um passo além se faz possível pelas ficções, que complementam através do olhar influente dos realizadores da obra. A ideia não se baseia em oferecer conclusões sobre os subtemas discutidos, mas oferecer possibilidades quanto à dimensão dos mesmos.

Essa mesma questão se decorre no escracho entre documentário e ficção em “F for fake [Verdades e mentiras]” (1973), de Orson Welles. A distorção de fatos e a ambiguidade clara na interpretação de informações tornam essa experiência crucial na compreensão de como é tratada a verdade no audiovisual. O próprio diretor se submete a aparecer em frente às câmeras, não se reprime em exibir os equipamentos de filmagem ou a sala de montagem e usa o próprio roteiro para justificar suas supostas falhas. Uma obra inteligente que funciona ao parodiar seu próprio conceito de existência. Elementos semelhantes foram apropriados pela equipe para reverenciar alguns dilemas da linguagem audiovisual no filme produzido aqui.

Os quatro principais realizadores do filme surgem durante a trama, trazendo interferências de forma variada, seja se misturando com o perfil dos entrevistados ou se apresentando ironicamente como detentores de influência no julgamento narrativo. Uma segunda câmera usada nas gravações foi direcionada a expor a ambientação completa em que



o entrevistado se situa, tanto no espaço total como na postura da equipe que interage e o escuta. A montagem se exhibe e é escancarada ao retratar a manipulação que a fala de um entrevistado está sujeita, exemplificada em uma falsa entrevista.

A metalinguagem é uma constante no exercício de linguagem pelo próprio tema que alavanca as discussões, sendo também reforçada em experimentações que levam o filme a não só falar do audiovisual, como também falar do próprio filme. Isso é ilustrado por transgressões narrativas, em que o filme convida o espectador a aceitar um novo formato (em uma iniciação a relação do rádio com a imagem) ou teoriza os alcances que o filme como produto pode alcançar, quebrando a temporalidade da obra ao simular uma reunião de apresentação do produto pronto.

### 3.2 Invertendo a Interação



Figura 1 - Gravação com alunos do NER

A premissa do documentário desde o começo se baseou em dar voz a quem não compõe parte influente do meio audiovisual para apontar tanto suas virtudes como falhas. Perante essa escolha, uma das alternativas mais lógicas e radicais para valorizar esse sentido narrativo seria tornar o objeto de estudo sujeito da câmera. Em outras palavras, dar a câmera ao entrevistado,

oferecendo a ele a sensação de total domínio sobre o conteúdo no momento da gravação. Como aplicar isso de maneira conexa com o todo? Como tornar isso uma escolha natural? Como transformar em crível a falta de naturalidade da situação? Um dos usos mais completos e justificáveis dessa troca de confiança pode ser conferido em “O prisioneiro da grade de ferro” (2003), do diretor Paulo Sacramento.

É pela imagem que *O Prisioneiro da Grade de Ferro* explicita sua alternância de pontos de vista. São recorrentes, no processo de montagem, a complementaridade das cenas que mostram os detentos filmando e, logo em seguida, as imagens que foram filmadas por eles mesmos. Num misto entre o que é visto e o que se vê. De um olhar onisciente e de um ponto de vista individual. A subjetividade, a partir do exagero desse recurso, tornam-se coletivas. Importam tanto as referências de quem filmou como os resultados sensoriais das imagens. (MARTINS, 2007, p.33)

Ao buscar um retrato fiel e imparcial do cotidiano de presidiários do Carandiru, Sacramento passa a direção para a mão dos detentos, levando-os a coletar imagens e acontecimentos difíceis de alcançar sendo alguém de fora daquela realidade. A parcialidade é de cada um. O coletivo agrega visões e faz do todo um panorama de um espectro social. A vontade de pessoas isoladas da sociedade em passar algo diferente ao olhar exterior que assistirá ao filme é o fator pulsante que eleva a necessidade dessa escolha estética.

Quando procura-se uma outra voz, distinta, tem-se, paralela e harmonicamente, o contato com tomadas amadoras, turvas, confusas, subjetivas, fugazes e parciais – como seriam as incertezas de um olhar interno. (MARTINS, 2007, p.31)

Aplicar isso em demasia em “O Filme É De Todos” não chegou a ser uma opção, mas em dois contextos a ideia se encaixou, tomando rumos que expuseram a falta de controle positiva dos realizadores. A primeira utilização foi com crianças, tidas como ingênuas, mais abertas ao novo e como menos vergonha de explorá-lo. Elas imediatamente queriam mexer nos equipamentos, poder falar as coisas que elas queriam e brincar com a imaginação. Metade das entrevistas eram coordenadas pelos membros da equipe e a outra metade ficava a cargo de quem iria ser entrevistado em breve. Em dado momento, uma das crianças saiu gravando e falando com a câmera sem que nenhum responsável soubesse, rendendo uma descoberta e tanto de material no período da pós-produção.

A outra utilização foi direcionada, no caso para Luiz Thunderbird, figura icônica dos anos áureos de MTV e uma das pessoas mais extrovertidas, ao ver da equipe, para executar uma tarefa peculiar e incomum para os olhos de outrem. No meio da entrevista, a câmera lhe foi

oferecida para que ele transmitisse uma mensagem do jeito que quisesse. Em um surto que surpreendeu a equipe, ele assumiu a posição de apresentador e começou a proferir um enredo com o rosto próximo à lente. O trecho em que isso se deu criou um paralelo direto com as formas atuais de elaboração audiovisual pelas mídias sociais, seguindo a linha de pessoas que querem falar algo, pegam uma câmera, gravam sem se preocupar com qualidade e técnica e compartilham com certo imediatismo na Internet.

### **3.3 A Câmera como Personagem**

Como já foi expresso, o audiovisual é o protagonista da narrativa. Por consequência, a própria câmera é tão coadjuvante quanto os realizadores ou os entrevistados. A câmera também é personagem. Tudo que é explicitado tem o olhar julgador da câmera como maior influente sobre o conteúdo. Desde o início das experimentações cinematográficas existem abordagens dessa posição da câmera, da lente que filma. Um dos exemplos mais atemporais e relevantes dentro do formato documental vem da filmografia de Dziga Vertov, especialmente da obra “Человек с киноаппаратом [O homem com a câmera]” (1929).

Para ele só a “máquina cine-olho” está equipada para isso, pois o olhar natural dos seres humanos está condicionado por “deformações psicológicas” para a percepção da realidade. Com o objetivo de revelar a estrutura do processo social de sua época, defende a montagem como “instrumento de conhecimento” experimentando e utilizando todos os recursos técnicos possíveis para isso. Evidencia a contraposição dos temas e o “ver de um novo ponto de vista”. Desse modo, incorpora a metalinguagem ao expressar os dispositivos maquínicos, a câmera e a moviola, como constituintes do discurso. (CARVALHO, 2008, p.46)

Com tais valores relacionados à câmera e sua visão, em “O Filme É De Todos” ela está lá, realizando suas próprias asserções, filmando com seu olhar, sua lente. Filmando as outras câmeras que estão participando desse trajeto. Filmando a si mesma se encarando no espelho. O encarar-se no espelho evolui para um encarar o espectador, em um jogo de dualidade que o audiovisual institucionaliza. O julgamento cabe a quem, afinal?

### **3.4 Demais Aplicações**

Outras referências se aproximam muito das situações já apresentadas, algumas convergindo com tais temáticas e adquirindo uma identidade própria, como a autoanálise semelhante a “Santiago” (2007); a auto sátira presente em “No estranho planeta dos seres audiovisuais” (2008); os bastidores da obra serem componentes diretos da obra original, como em “The act of killing [O ato de matar]” (2012); o jogo de réplicas e contra argumentos que dão continuidade à narrativa, passando a impressão de que um diálogo real se decorre no mesmo ambiente, visto em “Side by side” (2012), e “Crítico” (2008); a interpretação lírica de falas e argumentos em um ambiente onírico, trabalhado na vídeo performance “Nós”, que se faz constante em “Pina” (2011); entre outros.

## 4. OS MEIOS AUDIOVISUAIS NO BRASIL

### 4.1 O Rádio

O Rádio no Brasil começou sua trajetória no dia sete de setembro de 1922. Esse ano significou o primeiro centenário da independência do Brasil e o acontecimento foi marcado pela participação política. Foi no Rio de Janeiro, que se deu a primeira transmissão. O público ouviu naquele dia, um pronunciamento do então presidente Epitácio Pessoa feito diretamente do Teatro Municipal da cidade e posteriormente, no mesmo local, foi transmitido uma apresentação da ópera “O Guarani” de Carlos Gomes e ainda algumas conferências e outras atrações. A transmissão foi ouvida em Niterói, Petrópolis, na serra fluminense e na cidade de São Paulo onde foram instalados alguns receptores.

O dia do rádio é comemorado na data que marcou o nascimento do homem considerado como o ‘pai’ do rádio no Brasil, dia 25 de setembro, dia em que nasceu Edgar Roquette Pinto, fundador da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” Em 30 de novembro de 1923 entrou no ar a “Sociedade Rádio Educadora Paulista”, sendo a primeira rádio da cidade de São Paulo. Vale o destaque para o fato de as rádios na época não terem uma programação contínua, ficando no ar normalmente apenas nos períodos noturnos.

Já no início de 1930, o rádio havia se tornado o meio mais difundido e popular no país. Neste contexto, em 1932, por meio de um decreto do governo de Getúlio Vargas, surgiu a rádio comercial no Brasil, em que as programadoras podiam dedicar 10% de sua programação à veiculação de comerciais. No mesmo ano, o governo começou a distribuir concessões de rádio a indivíduos e empresas privadas. Isso tudo possibilitou um enorme crescimento e consolidação da rádio no Brasil e logo se pode ver sua influência na política, quando, por exemplo, ainda no ano de 1932 a Revolução Constitucionalista em São Paulo, ganhou grande divulgação por meio principalmente da Rádio Record, a principal rádio paulistana do início daquela década.

A primeira inovação dentro daquele cenário todo que já era inovador na época se deu na “Rádio Phillips” com o “Programa Casé” de Adhemar Casé (avô de Regina Casé). Seu programa foi pioneiro ao abrir espaço para patrocinadores e quadros de humor, e ele ainda foi o inventor dos famosos ‘jingles comerciais’. A rádio Phillips possuía uma boa qualidade de som, provocada inclusive pela qualidade de rádios vendidos pela empresa, os rádios da marca “Phillips”.

Em 1940, a Rádio Nacional foi estatizada por Getúlio Vargas, ainda na época do Estado Novo e se tornou a rádio oficial do governo brasileiro tinha como propósito integrar o país. Um pouco antes, no ano de 1938, Getúlio instituiu a veiculação obrigatória em todo território nacional do programa “Hora do Brasil”, hoje conhecido como “A Voz do Brasil”, que na época tinha como objetivo informar o cidadão brasileiro dos principais acontecimentos políticos e econômicos do Brasil e, como não podia deixar de ser num momento em que o Brasil passava por um governo notadamente ditatorial, deveria exaltar o governo, caracterizado por apresentar muitas notícias boas ao povo mesmo que a realidade fosse contrária ao notificado.

A década de 1940 significou o início do período conhecido como Era de Ouro do rádio no Brasil; a partir daí, aconteceu seu maior crescimento e popularização entre as massas. O rádio se tornou um meio influenciador, característica dos meios de comunicação de massa, e logo também se consolidam como o mais importante meio de comunicação do país. Foi nesta década, que cresceu o fenômeno ‘rainhas do rádio’, concurso realizado pela Associação Brasileira de Rádio inicialmente para arrecadar fundos para a construção de um hospital, por meio da eleição da mulher rainha deste meio de comunicação. As principais e mais famosas ganhadoras do concurso foram, Linda Batista, Dirce Batista, Marlene, Emilinha Borba, Ângela Maria e Vera Lúcia. Vale lembrar, que outro sucesso do rádio brasileiro neste período foi a cantora Carmem Miranda.

Em 1941, a Rádio Nacional consolidou seu sucesso ao apresentar a primeira radionovela do país. A radionovela de nome “Em Busca da Felicidade” foi adaptada por Gilberto Martins de um roteiro originalmente mexicano, e ia ao ar no período da manhã. Em 1942, a Rádio Nacional, inaugurou a primeira emissora de ondas curtas, o que deu aos seus programas uma dimensão nacional. Esta rádio, ainda inovou com os seus programas de humor como, “Balança Mais Não Cai” e com o seu programa jornalístico “Repórter Esso”, criado em 1941 para informar inicialmente sobre os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial e posteriormente se tornando um dos maiores sucessos de programas jornalísticos já veiculados no Brasil.

Os anos 1950 chegaram e com eles veio também a implantação da TV no Brasil. Este fato proporcionou ao rádio uma nova fase de concorrência com um novo meio de comunicação que possuía imagens e apresentava sinais de que cresceria substancialmente no gosto da população. O rádio deixou de ser um serviço voltado a audiência familiar e passou a ser um serviço voltado a informação individual, aos serviços de utilidade pública de um modo geral. Passando, assim, a ter mais investimentos em programas que precisassem de menos recursos financeiros e que tivessem voltados mais a informação e divulgação de certos produtos, como

a música. Também neste período crescem as transmissões esportivas, principalmente o futebol. No âmbito tecnológico, o início da década de 1960 foi importante pela invenção do transistor que contribui para a expansão do alcance dos serviços radiofônicos.

Em 1962 se criou o Código Brasileiro de Radiodifusão, em que todos os meios de comunicação em território nacional deveriam obedecer as novas leis. No mesmo ano, se criou a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) que visava lutar contra a censura e pelos direitos desses meios comunicacionais no Brasil. Em 1964, com a implantação da ditadura militar no Brasil o rádio, assim como todos os outros meios de comunicação e a própria sociedade civil, passou por diversas repressões e serviu como um meio em que algumas pessoas tentavam difundir ideias contra o regime repressivo e ditatorial institucionalizado na época. Artistas, cantores, jornalistas tentavam denunciar e redemocratizar o Brasil, como por exemplo, tiveram-se as manifestações de grupos musicais como a Jovem Guarda. Ainda nos anos 1960, a Rádio Nacional foi perdendo audiência, primeiro no Rio de Janeiro, para a Rádio Globo e posteriormente em São Paulo, onde foi vendida ao Sistema Globo de Rádio o qual em 1977 mudou o nome da Rádio Nacional na capital paulista para Rádio Globo de São Paulo.

Um pouco antes, no ano de 1969, nasceu a primeira emissora FM de rádio brasileira, pois antes todas as rádios eram transmitidas em amplitudes moduladas, AM. A pioneira na transmissão em frequência modulada, FM foi a Rádio Difusora de São Paulo. Nos anos seguintes, a transmissão de rádios FM se tornou importantíssima para manter vivo o rádio nacional, pois a qualidade do som FM é bastante superior ao rádio AM e ainda, chega a localidades mais distantes devido as suas características de a onda eletromagnética percorrer praticamente linhas retas em sua propagação, podendo rebater em obstáculos como montanhas e prédios. Dentro da programação, o rádio FM passou a ser dedicado mais os programas musicais e religiosos, enquanto as rádios AM passaram a ser voltadas mais aos programas jornalísticos e transmissões esportivas, onde o rádio teve grande locutores como Fiori Gigliotti e Osmar Santos e, mais recentemente, José Silvério e José Carlos Araújo.

Os anos 1980 proporcionaram maior avanço da tecnologia e conseqüentemente maior crescimento dos rádios, que voltaram a ter seu lugar no espaço comunicacional brasileiro. A rádio FM ganha maior destaque com as emissoras Fluminense FM (Niterói) e 97 FM (ABC paulista), por exemplo, que se tornam segmentadas a um só estilo musical, o rock que fazia muito sucesso entre os jovens da época.

Em 1990, a Rede Bandeirantes de Rádio se tornou a primeira a transmitir via satélite as suas 80 emissoras FM e 60 emissoras AM em mais de 80 regiões do país, já mostrando a força do Grupo Bandeirantes, no segmento do rádio. Em 1991, o Sistema Globo de Rádio coloca nas ondas sonoras a Rádio CBN, emissora especializada em jornalismo (Central Brasileira de Notícias – CBN) que no início era transmitida apenas em AM e desde 1996 passou também para o FM.

Os anos 2000 foram marcados pelo lançamento das rádios virtuais, que são transmitidas via internet, as próprias rádios tradicionais, AM e FM possuem links em seus sites para que se possa ouvi-las em qualquer lugar do planeta. Recentemente, foi colocado em discussão e em estudo, o sistema de transmissão digital no Brasil. Em 2016, quase mil emissoras de rádio iniciaram o processo de migração do AM para o FM, o que acarretará a liberação de suas faixas de frequência para outros usos e a melhora na sonorização do meio.

## **4.2 A Televisão**

Consta oficialmente que a primeira emissora de TV no Brasil foi a Tupi de São Paulo. No entanto, o brasileiro já tinha em algumas localidades experiências próprias com a televisão. Em 1939, no Rio de Janeiro em uma transmissão fechada e exclusiva a pouquíssimas pessoas, ocorreu o primeiro registro de TV no Brasil. Poucos anos depois, também no Rio de Janeiro e ainda em Minas Gerais, houve uma nova transmissão, também com exclusividade e de modo experimental. Em 1950, no dia três de abril, a TV teve sua pré-estreia. A transmissão novamente foi vista por poucos, apenas dentro dos edifícios dos Diários Associados na Rua Sete de Abril, em São Paulo.

O grupo Diários Associados, de propriedade do empresário, jornalista e magnata da comunicação brasileira dos meados do século XX, Francisco Assis Chateaubriand, foi o responsável pela instalação oficial da TV no Brasil. Primeiramente, Chatô, como ele era conhecido, viajou até os Estados Unidos para comprar os equipamentos necessários para montar uma TV no país. Como o projeto era inovador, Chateaubriand se encarregou de comprar também algumas centenas de aparelhos de televisão, vindos também dos Estados Unidos, e os instalou em algumas casas na cidade de São Paulo. No topo do edifício do Banco Banespa, foi posicionada uma antena que retransmitiria o sinal gerado pela primeira emissora de TV no país, com seus estúdios localizados no bairro do Sumaré em São Paulo.



No dia 18 de setembro de 1950, às 17 horas da tarde, entrou no ar a cara da criança Sônia Maria Dorce vestida como indígena, dizendo: “Está no ar a TV no Brasil.” Em seguida, Homero Silva chamou Lolita Rodrigues para cantar o ‘hino da TV’. Os primeiros anos da TV no Brasil foram marcados pelo imprevisto e pela inexperiência de seus técnicos, produtores e artistas que no início eram advindos do rádio e do teatro nacional, fato inclusive que fez surgir vários teleteatros, revelando grandes artistas talentosos para o país, no famoso “Grande Teatro Tupi”. Essa fase inicial ainda é caracterizada pela TV ao vivo, já que na época ainda não existia o videotape e tudo era feito no mesmo momento em que ia ao ar.

O ano de 1952 ficou importantemente registrado na história da TV brasileira por apresentar a inauguração da TV Paulista, que mais tarde se tornaria a Rede Globo de São Paulo. No ano seguinte entrou no ar a TV Record em São Paulo, sendo a emissora mais antiga no ar até hoje no Brasil. O número de aparelhos de televisão foi crescendo e no início se caracterizou como um bem que poucos tinham o poder financeiro para comprar, então ele acabou se transformando em um meio de aproximar a vizinhança e a própria família, que se reunia em torno de um aparelho para assistirem juntos os programas.

Em primeiro de agosto de 1960, entrou no ar a primeira emissora de televisão do interior da América Latina, a TV Bauru - Canal 2, contudo, algumas transmissões experimentais já ocorriam antes disso. João Simonetti foi o empresário responsável pela implementação da TV na cidade Bauru, interior de São Paulo. Simonetti, empresário das comunicações, já possuía em seu passado histórico como dono de emissoras de rádio na região.

No dia 7 de setembro de 1960, um grupo de empresários santistas colocou no ar a TV Excelsior em São Paulo, símbolo de qualidade e de investimento nas suas produções de novelas, telejornais e programas de entretenimento. Foi nesta emissora que surgiu a primeira novela diária da TV brasileira, nos moldes que existem hoje em dia, estrelada por Glória Menezes e Tarcísio Meira. A novela teve o nome de “2-5499 ocupado”. No mesmo ano, a TV Tupi utilizou na TV brasileira pela primeira vez o recurso do videotape, na adaptação da peça “Hamlet” de William Shakespeare. Com a novidade, se tornou possível uma pós-produção, edição e, sobretudo, a gravação de programas e novelas para uma melhor finalização antes de ir ao ar.

Na mesma década já faziam enorme sucesso alguns programas como o “Chico Anysio Show” na TV Rio. Na TV Record, faziam sucesso os programas da MPB estrelados por cantores como Elis Regina e Roberto Carlos. Em 1965 foi inaugurada a TV Globo no Rio de Janeiro, de propriedade do empresário Roberto Marinho. No mesmo ano também merece ser destacado o

enorme sucesso da novela “O direito de Nascer”, que já havia feito sucesso no rádio, produzida pela Rede Tupi e alcançando grandes recordes de audiência.

A TV Globo logo se destacou como potência televisiva, principalmente pelo trabalho realizado pelos diretores, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (Boni), convencido a trabalhar na emissora pela atriz e amiga Dercy Gonçalves e por Walter Clark. Em 1966, ela foi inaugurada em São Paulo e aos poucos começou a criar por todo o Brasil o seu império. No mesmo ano, pela TV Record, no dia 10 de abril, entrou no ar pela primeira vez o programa “Hebe”, comandado por Hebe Camargo, marcado por entrevistas com inúmeras personalidades nacionais e internacionais. Em 1967 o governo criou o Ministério das Comunicações. Neste ano também, a TV Record estreou os célebres humorísticos, a “Família Trapo”, com Ronald Golias, e “A Praça da Alegria” com Manuel da Nóbrega. Em 1969, a TV Cultura voltada a educação e cultura, como é conhecida hoje em dia, foi inaugurada.

Nos anos 1970, número de aparelhos de TV no país já chegava a casa de mais de 25% da população, impulsionados principalmente pela Copa do Mundo de Futebol no México, em que o Brasil tinha um grande time e se tornou tricampeão mundial. Em 1972, ocorreu a primeira transmissão oficial em cores da TV brasileira, através da transmissão da Festa da Uva em Caxias do Sul. A TV Bandeirantes passou a ser a primeira emissora com cem por cento da sua programação transmitida em cores.

Os anos se passaram, em 1976 o “Programa Silvio Santos” - que era transmitido pela Globo - passa para a Rede Tupi e TVS, primeira emissora do Grupo Silvio Santos. Neste período a TV Tupi já passava por sérios problemas técnicos e financeiros, o que gerou sua falência em 18 de julho de 1981. As concessões da emissora foram divididas, ficando uma parte com o empresário Adolfo Bloch, que inaugurou em 1983 a TV Manchete, e outra parte para Silvio Santos, que lançou em agosto de 1981 o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Neste período, já se contabilizava no Brasil 106 emissoras comerciais e 12 emissoras estatais e ainda foram vendidos mais de um milhão de aparelhos de televisão. Paralelamente, a Rede Globo começou a se acostumar com prêmios internacionais devido a qualidade de alguns de seus programas como o Prêmio Asa de Ouro do Sucesso, concedido pela crítica italiana, para a novela “Dancin’ Days” e possuir também um alto faturamento perante o mercado publicitário.

Em 1984, o SBT coloca no ar pela primeira vez o seriado de humor “Chaves”, produzido no México pela Televisa. O sucesso de Chaves e posteriormente, “Chapolin”, ambos com os mesmos atores é notável e, entre idas e vindas, permanece na grade da emissora até os dias

atuais. Em 1985 a apresentadora Xuxa Meneghel estreia na televisão com o programa “Clube da Criança” na Rede Manchete. Em seguida, ela foi para a Rede Globo, apresentar o “Xou da Xuxa” substituindo o famoso programa “Balão Mágico”. Hoje ela apresenta o programa “Xuxa” na Record. Em 1986, entrou no ar o programa de entrevistas da TV Cultura “Roda Viva”, que já entrevistou mais de mil personalidades. Porém, em 1988 saía da programação da Globo o programa Cassino do Chacrinha, em decorrência da morte do apresentador. Por último, destaca-se que na década houve o fim da ditadura militar e o início da retomada da liberdade de expressão pela sociedade e pelos meios de comunicação, notadamente após a promulgação da Constituição de 1988 que regulamenta os serviços de radiodifusão no Brasil.

A Rede Manchete foi a primeira a produzir algo de grande destaque no ano de 1990 com a novela “Pantanal”, de Benedito Ruy Barbosa, que ultrapassou a marca de 30 pontos no Ibope, revolucionando o gênero na televisão brasileira. Esse ano também foi o ano de estreia da MTV no Brasil, nove anos após ser lançada nos Estados Unidos. A emissora tinha por característica a programação voltada a música e posteriormente ao humor também. Os anos 1990 foram marcados ainda pela instalação da internet no Brasil, o que muda algumas leis do sistema de telecomunicações brasileiro e o crescimento gradual da TV por assinatura. Em 1996 a TV Globo inaugurou o “Projac” no Rio de Janeiro, maior centro de produção de televisão da América Latina. Ainda em 1996, o governo criou a ANATEL que passou a ser o órgão responsável por regularizar as telecomunicações.

Em 1997 o SBT já chegava a 97% de domicílios brasileiros com suas 77 emissoras e a Rede Globo chegava a praticamente 100% de domicílios com aparelhos de TV. A guerra pela audiência foi se tornou mais acirrada, as emissoras passaram a investir em programas sensacionalistas e em exploração de programas com violência e sexo para atingir as grandes massas. O SBT consolidava o seu segundo lugar, o primeiro já há muitos anos pertencia a Rede Globo. No final da década a TV Manchete declarou falência e deu lugar a RedeTV.

O novo milênio chegou e com ele a TV comemorava 50 anos no país. O sistema nacional de telecomunicações já era composto por seis satélites e o lucro gerado pelas principais emissoras do país chegava a números estratosféricos. Em junho de 2000, a Rede Record inovou ao levar seu núcleo de produções de teledramaturgia à Bahia, tirando as novelas exclusivamente do eixo Rio-São Paulo. Neste milênio chegou ao país os sucessos dos programas com o formato “reality show”. O primeiro apresentado no Brasil foi “A Casa dos Artistas” no SBT. Logo no mesmo período estreou o “Big Brother Brasil”, programa veiculado até hoje na Rede Globo. Nesse mesmo formato, pode-se citar como de grandes sucessos ainda “A Fazenda” e “O

Aprendiz”, ambos da Rede Record. Mais recentemente, chegou ao país em grande sucesso pela Band o reality “MasterChef Brasil” que busca encontrar o melhor Chef de cozinha do país.

A Rede Record foi a emissora que mais cresceu na última década, em busca de superar a poderosa Rede Globo na liderança de audiência. Várias pessoas saíram da Rede Globo para fazer sucesso na Record, dentre elas nomes como o jornalista Brito Júnior, o apresentador Rodrigo Faro e a atriz Paloma Duarte. Entre os destaques desse últimos anos na Record, encontram-se as novelas “Prova de Amor”, “Os Mutantes” e “Os Dez Mandamentos”, que foi até para os cinemas em 2016. Record e SBT rivalizam há alguns anos o posto de segundo lugar no Ibope.

A televisão, então, ganhou uma nova e poderosa concorrente, fruto da tecnologia: a internet. Com ela e ainda com a expansão da TV paga, as emissoras brasileiras começaram a perder audiência. Por exemplo, as novelas da Rede Globo, ainda líderes no horário nobre, têm números de audiência bem menores que os de antigamente. Outro programa clássico da emissora que tem sua audiência muitas vezes ameaçada é o “Fantástico”, apresentado aos domingos há muitas décadas. Desde 2003, ele ganhou a concorrência do programa de humor “Pânico”.

Na TV Globo, 2012 foi marcado pelos bons índices de audiência da novela “Avenida Brasil”, retomando um pouco os índices do passado e também pela estreia do programa “Encontro”, apresentado todas as manhãs por Fátima Bernardes, ex-âncora do Jornal Nacional. O seu programa significou o fim dos programas infantis nas manhãs da emissora. O SBT é hoje a única emissora comercial aberta a passar desenhos animados para as crianças no período matutino. Enquanto isso, o “Programa Silvio Santos” continua no ar aos domingos até os dias atuais, com um público fiel e sendo o programa mais antigo ainda no ar na história da TV no Brasil.

A televisão brasileira cresceu muito ao longo dos últimos 66 anos e se adaptou ao público para melhor atendê-lo. O avanço da tecnologia foi um trunfo importantíssimo para esse desenvolvimento e nos próximos anos muito mais deve evoluir com a transmissão em alta qualidade de som e imagem e a chegada da TV digital, que proporcionará maior interatividade com o público e melhor qualidade.

### 4.3 O Cinema

Os primeiros projetores de cinema chegaram ao Brasil em 1896, no Rio de Janeiro, mas o cinema em si só conseguiu se desenvolver após a inauguração da represa Ribeirão das Lages em 1907. Com a energia vinda dessa usina, a produção de filmes era voltada para a temática do cotidiano das pessoas. O primeiro cineasta do país foi Affonso Segretto, um imigrante italiano que gostava de fazer imagens das paisagens do Rio de Janeiro. Com o número de pessoas crescendo na capital, o público demandava cada vez mais lazer e entretenimento. Então, na década seguinte, os filmes começaram a ficar mais elaborados, porém eram poucos estados além de São Paulo e Rio de Janeiro que tinham acesso ao cinema.

Foi só a partir de 1930 que a era do cinema brasileiro se iniciou, com as comédias com um humor mais popular chamadas Chanchadas e com o cinema falado. Essa década também foi marcada por descobrir figuras como Carmen Miranda que foi revelada no filme “Alô, Alô Carnaval” (1936).

Os grandes acontecimentos ocorreram em 1960 quando o Brasil ganhou destaque mundial com suas produções graças ao estúdio Vera Cruz no estado de São Paulo. A distribuição cinematográfica norte americana ganhava cada vez mais espaço nas salas de cinemas, então o Brasil precisou se esforçar para não ser engolido pelos filmes estrangeiros. Na mesma época surgiu o Cinema Novo, formado por um grupo de jovens cineastas, entre eles estava Glauber Rocha, que com seus filmes “Deus e o Diabo na Terra do Sol” (1964) e “O Dragal da Maldade Contra o Santo Guerreiro” (1968), tornou-se uma figura muito conhecida no país e o principal representante do Cinema Novo, permitindo a criação de uma identidade brasileira nas produções cinematográficas. Uma das frases mais icônicas de Glauber é “Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”. Outras obras de destaque nesse contexto foram: “Os Fuzis” (1963) de Ruy Guerra, a adaptação de “Vidas Secas” (1963) de Nelson Pereira dos Santos e “Terra em Transe” (1964) de Glauber Rocha.

É importante situar o contexto histórico da década de 60. A ditadura militar afetou diretamente o cinema e diversos filmes foram censurados. “Terra em Transe” foi um deles, teve suas cópias retiradas dos cinemas mas foi liberado logo depois. Após a instauração do AI-5 em 1968, o cinema e as outras formas de arte precisaram utilizar a criatividade. A linguagem do cinema brasileiro utilizava muitas metáforas e outros meios indiretos de indicar as mensagens até o final dos anos 70. A falta de liberdade moldou a sociedade e as produções culturais, pois

o Governo Militar só dava para o público uma única Verdade mantendo uma sociedade alienada regida pelo medo das censuras.

Um ano após o AI-5, foi inaugurada a Empresa Brasileira de Filmes S/A (Embrafilme). Com receio do cinema brasileiro ficar atrás dos outros países, além da tensão entre produtores brasileiros e distribuidores estrangeiros, o governo criou a Embrafilme junto com um mercado cinematográfico mais sólido. Nessa época os filmes brasileiros já estavam ganhando destaque no exterior e a abertura da Embrafilme foi só mais uma tática do governo para assegurar o controle desse nicho.

Em São Paulo, surgiu o movimento das Pornochanchadas, filmes que exploravam o erotismo sem cenas de sexo explícito. No mesmo período apareceram os filmes de comédia infantil, como o grande sucesso “Os Trapalhões”. Os filmes que eram, até então, de caráter político, foram se transformando em filmes de temáticas simples, de fácil assimilação e deixaram a qualidade de lado em prol da quantidade de produções.

Claro que os cineastas mais antigos não ficaram tão animados com os financiamentos do Estado pela Embrafilme pois não tinham liberdade sobre as obras e era apenas mais um meio de propaganda do Governo Militar. Após algumas mudanças de direção, os cineastas do Cinema Novo ganharam voz e em 1974 “a Embrafilme acrescentaria a suas atribuições a co-produção, a exibição e distribuição de filmes em território nacional, a criação de subsidiárias em todo campo da atividade cinematográfica e o financiamento da indústria cinematográfica (filmes e equipamentos)” (AMANCIO, 2007, p.176).

Em 1976 estreia a comédia “Dona Flor e Seus Dois Maridos” de Bruno Barreto, que teve a maior bilheteria em filmes nacionais por 34 anos levando mais de 10 milhões de espectadores ao cinema. O ritmo de crescimento de distribuição de filmes brasileiros foi acelerado até o ano de 1979, quando a crise econômica se instaurou no país. A sociedade estava insatisfeita com o governo e com o aumento da inflação, insatisfação que levou aos movimentos de Anistia e Diretas Já nos anos 80. Logo, o mercado audiovisual foi prejudicado com o corte de financiamentos. Mesmo com o cenário político instável, ainda apareceram filmes de grande importância para o cinema nacional e internacional como o documentário “Ilha das Flores” (1989) de Jorge Furtado, vencedor do Festival de Berlim; e “Eu Sei Que Vou Te Amar” (1986) de Arnaldo Jabour, que deu para Fernanda Montenegro o prêmio de melhor atriz no Festival de Cannes.

A Embrafilme foi extinta em 1990 durante o Governo Collor. Os anos 90 foram marcados pela retomada do cinema brasileiro. Em 1993 são criadas leis de incentivo à cultura e as produções começam a voltar aos poucos. A expansão geográfica também acontece, existe uma quebra no eixo Rio-São Paulo e uma grande diversidade de temas nas obras cinematográficas, mas o grande problema continuava sendo a distribuição. Em 2001 é criada a Agência Nacional do Cinema (Ancine), um órgão do governo federal de regulamentação da indústria cinematográfica, substituindo a Embrafilme.

Os maiores destaques do cinema nacional desde a sua retomada foram: “O Quatrilho” (1995) de Fábio Barreto, indicado ao Oscar de melhor filme estrangeiro; “Central do Brasil” (1998) e “Abril Despedaçado” (2001) de Walter Salles, indicados ao Globo de Ouro; “Cidade de Deus” (2002) de Fernando Meirelles, com 4 indicações ao Oscar.

Poucos filmes brasileiros chegam ao público porque há um excesso de filmes estrangeiros nos cinemas e os filmes são mal distribuídos pelo país. Quando um filme é lançado, na maioria das vezes há poucas salas, em apenas algumas cidades e é mal divulgado. Por isso, o público brasileiro não conhece muito do próprio cinema, ou como disse Helvécio Ratton, “aos olhos de um jovem que só viu cinema americano desde pequeno, o filme brasileiro que é estrangeiro”.

Contudo, alguns filmes caíram no gosto do público e fizeram um grande sucesso de bilheterias, por exemplo, “2 Filhos de Francisco” (2005) de Breno Silveira e “Tropa de Elite” (2007) e “Tropa de Elite 2” (2010) de José Padilha, que ganhou o título de filme nacional mais assistido com mais de 12 milhões de pessoas nos cinemas.

Os filmes de comédia da Globo Filmes também caíram no gosto popular, tanto que eles estão constantemente apostando em sequências para vários filmes como o sucesso “Se eu fosse você” (2006) e “Se eu fosse você 2” (2009), ambos dirigidos por Daniel Filho.

No ano de 2016, com o sucesso da novela “Os Dez Mandamentos”, a Rede Record junto com a Paris Filmes produziram um material especial adaptado da novela com cenas inéditas e conseguiram reunir mais de 2 milhões de pessoas apenas no primeiro final de semana de estreia, superando filmes americanos como “Star Wars – O Despertar da Força” (2016).

O cinema brasileiro está ganhando espaço e se aproximando de uma classe de caráter popular. É importante observar que existem cada vez mais produções de excelente qualidade e conteúdo que faz o público refletir e discutir determinadas temáticas, assim como existem filmes que são feitos apenas para o puro entretenimento e aquele momento onde a pessoa só

quer mergulhar na história para se perder por algumas horas, e mais importante ainda é saber que não há nada de errado nisso.

#### **4.4 A Internet**

Até os anos 70 não existiam registros de computadores no Brasil ou quaisquer redes de informática. Apenas em 79 foi criado o Comitê Brasileiro de Computadores e Processamento de Dados – Informática (CB-21) para regulamentar um padrão de informática no país, assim as redes não correriam o risco de ser donimadas pelo monopólio das telecomunicações estrangeiras. Inicialmente, as redes de telecomunicações eram de responsabilidade do Estado, utilizadas para estratégias dos militares, mais tarde que passou a ser administrada pela Telebrás Telegráfica S/A e depois pela Embratel.

Informática e telecomunicação estavam entrando em convergência no final da década. “No Brasil, as discussões sobre ‘sociedade da informação’ e ‘telemática’ passaram a estar na ordem do dia do governo e dos setores de informática e telecomunicações (CARVALHO, 2006, p.56). Em 1982, a Embratel criou um projeto, chamado Ciranda, que permitia serviços de informação para uso pessoal e instalou computadores na casa de vários funcionários, eles conseguiam trocar emails, ter acesso a uma base de dados, agendas e jogos. Logo após esse projeto, a empresa lançou um plano de pacote de dados para as pessoas que estavam adquirindo seus primeiros computadores, mas teve pouquíssima aceitação.

Ainda na década de 80, a Telesp seguiu uma lógica diferente e implantou programas de videotexto, que teve 30 vezes mais aceitação que o projeto da Embratel. A telesp também “resolveu” o problema daqueles que não tinham computadores pessoais e implantaram alguns terminais nas ruas no ano de 1986. A partir do videotexto, foram surgindo novos caminhos nos ramos jornalísticos e de produção de conteúdos. Mas ainda assim, o acesso era restrito a universidades e pessoas mais ricas.

O Estado manteve o pensamento nacionalista de controle sobre o fluxo de dados e só a partir do Governo Collor que essas questões foram colocadas de lado. Com o lançamento da Agenda-21 (programa lançado pela ONU a fim de discutir formas de desenvolvimento sustentável) e o evento Rio-92, a internet foi um assunto fortemente discutido como uma solução para os problemas da sustentabilidade. Graças a esse evento, o acesso a internet foi se tornando mais fácil e a demanda por serviços de internet.



A expansão da *World Wide Web* (www) e o surgimento de interfaces gráficas significou uma procura muito grande de provedores de internet. Em 1995, a Embratel se tornou a maior empresa provedora de internet do Brasil mesmo com grandes conflitos políticos, deixando-a longe do monopólio mas também sem boas infra-estruturas.

Em 1995 a internet e os celulares finalmente chegaram nos centros comerciais em maior escala. No ano de 1998 a internet já estava consolidada no Brasil e já havia chegado às casas da classe média, foram 3 anos de crescimento acelerado e a globalização já era um assunto muito pautado, ainda mais com a chegada no novo milênio.

Os anos 2000 foram marcados pela disseminação da internet. Estava começando aparecer na *web* os *blogs* pessoais e redes sociais, os grandes sucessos eram o MySpace, Fotolog, Orkut. Os internautas ganharam cada vez mais poder e voz dentro desse universo. Nessa época foram descobertas diversas “celebridades da *web*” que mais tarde conseguiram seus próprios programas de TV. Um dos grandes exemplos dessa época é a MariMoon, em 2003 ela ficou famosa com suas fotos no Fotolog, fez propagandas para grandes marcas brasileiras, e em 2008 ganhou seu programa na MTV Brasil: o “Scrap MTV”.

A liberdade da internet manteve o seu crescimento, em 2007 já havia 18 milhões de usuários no país. Mas já havia a parte negativa, como qualquer um pode escrever, é muito fácil encontrar informações erradas, superficiais e desagradáveis. O filtro da internet é quase zero, ao contrário das grandes mídias como o rádio e a TV. Mesmo assim, a internet foi um negócio que deu muito lucro de qualquer maneira.

Não contentes em se expressar por meio de textos em blog, músicas e fotografias, os internautas começaram a sentir a necessidade de uma plataforma que carregasse vídeos, desse modo foi criado o YouTube nos Estados Unidos em 2005, que foi vendida por mais de 1 bilhão de dólares dois anos depois, tamanho o sucesso. Atualmente, é o 4º website mais acessado no Brasil.

O fenômeno YouTube, mais do que qualquer outra rede social, permite o conteúdo amador, ou seja, qualquer pessoa pode produzir audiovisual. A partir de 2010, começaram a surgir diversas figuras que cinco anos depois se tornariam ídolos de uma geração de adolescentes, como PC Siqueira, Felipe Neto, Nina Santana, Kéfera e outros. A cultura do fã, até então, era inédita dentro da *web*. Nossos entrevistados do canal Amada Foca comentaram no documentário que o fenômeno é parecido com o dos Beatles e outras bandas famosas. Em

2015, as livrarias estão abarrotadas de livros escritos por *youtubers* estrangeiros e brasileiros e vão desde biografias até ficções, e não é difícil encontrá-los nas listas de mais vendidos.

O YouTube virou ferramenta de trabalho para muitos desses nomes antigos quase sem querer e virou a profissão dos sonhos para milhares de crianças e adolescentes, que com seus celulares ou câmeras mais simples, podem criar seus vídeos e sonhar em um dia produzir conteúdos com uma qualidade técnica superior.

A migração da sociedade para o mundo virtual preocupa os produtores, principalmente de TV, já que qualquer conteúdo estaria disponível para *download* em questão de horas, passaram de se sentar em frente a televisão religiosamente como faziam antigamente. Além do YouTube, outra “ameaça” aos canais de televisão são os serviços *on demand*, empresas que disponibilizam para os assinantes uma base de dados com filmes, séries, documentários e outros conteúdos audiovisuais onde a pessoa escolhe o que ela quer assistir e quando vai assistir. O maior sucesso foi o Netflix, que em 2015 chegou a 75 milhões de assinantes pelo mundo. O futuro da internet, das plataformas *on demand* e as produções do YouTube são incertas. Não há muitos estudos de mercado sobre esse nicho audiovisual, então é muito difícil calcular preços, salários ou financiamentos para a produção desses vídeos. É um território ainda pouco explorado.

## 5. PRÉ-PRODUÇÃO

### 5.1 Argumento Narrativo

Mesmo encaminhando algumas questões de organização e cronograma, a equipe passou por um grande empecilho nas etapas iniciais de pré-produção: Por onde começar? A ideia funcionando como proposta de Trabalho de Conclusão de Curso já vinha sendo discutida desde o começo de 2015, mais precisamente no dia 5 de janeiro, quando a primeira reunião foi realizada com os membros Daniel, Guilherme e Luiz Felipe. Não havia nada definitivo e o grupo não estava formalmente unido. A intenção era discutir possibilidades e realizar *brainstorms* do que viria a ser de mais interesse para todos. Desde sempre pairava a vontade de realizar um produto audiovisual que espelhasse a sua própria relevância na sociedade. O formato em que isso se daria ainda era um mistério.

Devido às exigências e trabalhos componentes do sexto semestre letivo da faculdade, a futura equipe deixou o assunto de lado por um tempo, sem oportunidades de discutir mais a questão. Apenas em junho foi possível retomar a conversa, dessa vez com a inclusão de Bárbara, depois de algumas conversas informais ao longo do semestre. A partir daí, houve maior mobilização e esquematização de um pré-cronograma para realizar algumas investidas e consultorias para que o tema em si pudesse ficar mais claro. Foram marcadas reuniões com professores e mais *brainstorms* para dissecar o argumento e atingir uma linha mais direta e menos abrangente. Foi no primeiro atendimento com o professor Marcos “Tuca” Américo que um estímulo mais direto foi concebido. Sem necessariamente trazer soluções para o presente dilema, o professor, à época ministrando a disciplina Projeto Experimental I, forneceu um caminho para busca-las: “Vão gravar! Gravem alguma coisa!”. No momento, todos os membros da equipe sentiram que era o melhor rumo para esclarecer as dúvidas sobre o tema.

O trabalho de campo teve início sem muito planejamento, baseando-se mais no improviso e abordagem de pessoas que pudessem responder questões que passariam a ideia de qual foco deveria ser tomado. As funções principais de cada membro da equipe no processo foram propriamente definidas. Guilherme Gonçalves ficou como diretor e roteirista; Daniel Sewell como roteirista e montador; Luiz F. Moraes e Bárbara Benevenuto como produtores e Luiz F. Moraes também como produtor executivo. Aproveitou-se o período da Semana de

Rádio e TV para entrevistar alunos, oficinairos e palestrantes. As reuniões seguintes da equipe começaram a direcionar com mais convicção qual era o intuito do documentário, formato melhor optado para retratar o tema. O principal mote foi definido como o jogo de expectativas e realidades da produção audiovisual e como isso afeta na representatividade dos seus consumidores, englobando principalmente o cenário do cinema, da televisão e da Internet.

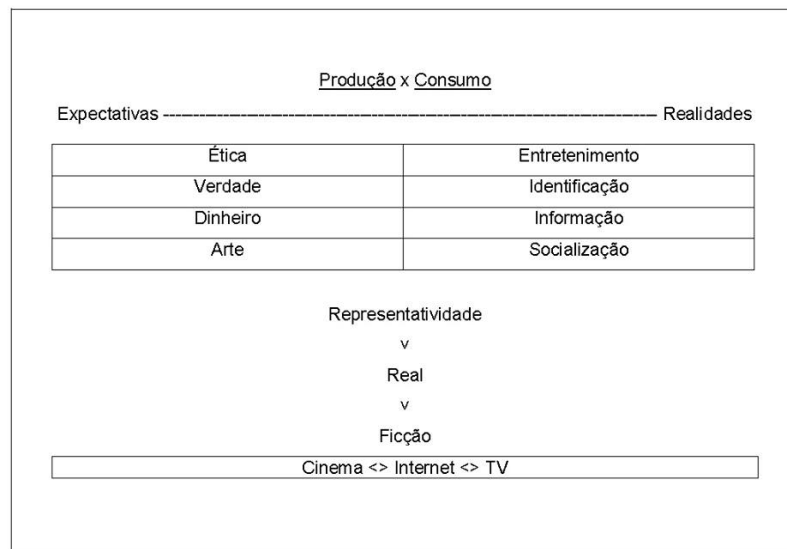


Figura 2 - primeiro rascunho de organização temática

Com esses conceitos referenciados, mais rumos começaram a se abrir. Para auxílio da elaboração da estrutura narrativa e já dar início a integração coletiva que o filme propunha, foram promovidas sessões de documentários vistos como referências para o produto. As exposições eram seguidas de debates com os convidados, dissertando sobre a qualidade técnica, o conteúdo, abordagem e reflexões sobre a questão do audiovisual.

## 5.2 Produtora e Equipe Complementar

Como o documentário ainda estava sem nome, a equipe criou um nome e uma identidade visual de uma produtora fictícia chamada “What a Tape Produções” para facilitar a identificação e se apresentar para os entrevistados, patrocinadores e aos interessados em trabalhar nessa produção. O logotipo consiste numa fita cassete rabiscada a mão feita no programa Adobe Illustrator.

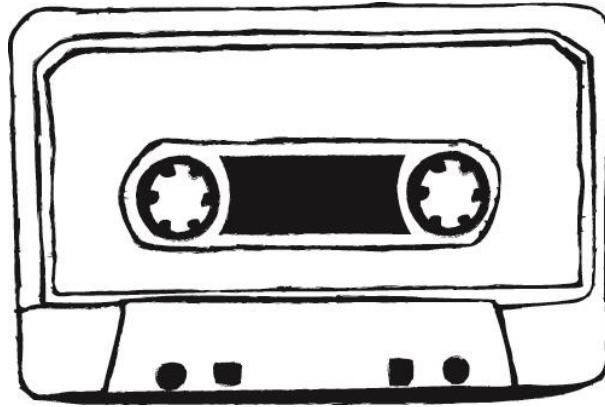


Figura 3 - Logotipo “What a Tape Produções”

Para formar uma equipe complementar, a equipe principal optou por fazer um formulário de inscrição (Figura x) disponibilizado no grupo do *Facebook* do curso de Rádio e TV da Unesp para que calouros e outros interessados pela temática do documentário pudessem fazer parte do processo, afinal a ideia era ter o máximo de pessoas produzindo esses conteúdos junto à equipe. Além de informações como nome, cidade e área de trabalho, havia um campo para sugestões para entrevistados e a partir dele, conseguimos entrar em contato com alguns produtores de conteúdo não antes pensados.

WHAT A TAPE - Documentário Produtores Vs. Consumidores

Olá! Para você que gosta de audiovisual e todos os seus possíveis formatos, oferecemos uma oportunidade para você criar em sua cidade um canal de comunicação. Nosso projeto consiste em uma série de entrevistas com personalidades bem conhecidas em sua cidade, no âmbito geral e local, com o objetivo de gerar conteúdos e experiências de quem faz muito mais com a realidade esperada por quem consome o mesmo. Os materiais podem ser usados e adaptados ao momento e ao lugar onde quiser.

É isso mesmo que você quer? Para alguns, queremos parabenizar alguns nomes como Bruno, São Paulo, Santos, Rio de Janeiro e o que mais sou rir e a criatividade por longo dos meses em São Paulo e Ribeirão Preto. O ponto de vista é sempre o mesmo, para de lado, sempre tem alguém disponível no momento certo, sempre gerando um conteúdo como um exemplo. Para isso, que venha fazendo uma pesquisa de entrevistas com pessoas que se envolvam com o tema de se envolver nesse projeto, investigando.

Devemos dizer que isso é uma proposta de interesse e que não necessariamente chamamos você com certeza, mas para conhecer de perto quem o trabalho pode oferecer. E também, caso você queira contribuir a produção, há uma opção para isso também. Queremos saber o que você tem a dizer, relatando a importância de todos os seus projetos para que a história seja a história de quem quer, realizadora. Esse documentário é uma história de quem, sempre para quem, na história, como você sabe.

Por isso, pedimos que responda certas perguntas sem medo, não precisa se preocupar com sua aparência na área. O que importa é a troca de ideias e a vontade de trazer conhecimento pessoal para o que se quer.

Essa é uma iniciativa do WHAT A TAPE PRODUÇÕES, composta por Barbara Baranowski, Daniel Sassi, Guilherme Gonçalves e Luis Felipe Moraes.

\*Requisitos

Nome completo \*

Email \*

Cidade e Estado \*

Cidade de Origem \*

Telefone para Contato \*

Id / CPF \*

Comentários

Áreas de Interesse \*

Marque quantos quiser:

Direção / Ass. de Direção

Produção em Geral

Outro

Figura 4 - Formulário de Inscrição

1	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Curso e Ano	Cidade de Origem	Telefone para Contato	RG / CPF	Áreas de interesse	O que te interessa nesse documentário?	Se você pudesse entrevistar alguém relacionado ao tema, quem seria e por quê?				
2	RTV 4	Piracicaba, Ribeirão	14 981369654		Direção / Ass. de Direção	O tal para o que precisar hahaha. Já seria ótimo se vocês fossem abordar a produção cinematográfica, de televisão.					
3	RTV - 2 ano	Pindamonhangaba	12 991675136	RG 50241125	Produção em Geral, Fotoz	Gostei da forma como ele pretende ser apresentado. Esmir Filho (diretor), daria um curta bem experimental. Ahahaha.					
4	RTV 2013 (3º ano)	Cerapicuita	(11) 971995881	40079135-34	Roteiro, Fotografia	Nestes últimos tempos tenho vivenciado alguns momentos Kondzilla - Primeiro porque eu ia tatar. Segundo pq é bem possível entrar em contato com ele.					
5	Rádio e TV - 2º ano	Bauru	3492051233	RG: 18.126.7	Som, Trilha Sonora, Atuação	A metalinguagem do documentário e a vontade de e Lais Bodanzky porque quando a primeira chama da produção audiovisual se acendeu em mim.					
6	Rádio - 1º ano	Ribeirão Preto	(16) 98122-0112	RG - 52.355-1	Direção / Ass. de Direção	A possibilidade de ficar mais próximo do campo audiovisual, acrescentando novas experiências e aprendizados.					
7	RTV Primeiro ano	São Sebastião do F	(35) 8813-4389	MG 14.786.7	Fotografia, Arte (Cenografia)	Criar mais experiência na área audiovisual, em especial no campo da fotografia e também colocar em prática o que venho aprendendo no curso.					
8	Rádio e TV, primeiro	Araraquara, SP	(14) 32082078 ou (16)	52.4572584	Direção / Ass. de Direção	A oportunidade de conhecer visões diversas sobre (Eu escolheria entrevistar algum diretor independente para aprender mais sobre as dificuldades.					
9	Rádio e TV, segundo	Lençóis Paulista	14997407199	45677960-74	Roteiro, Arte (Cenografia)	Como pretendo trabalhar na área de audiovisual, ac Adoraria poder entrevistar a Fátima Toledo. Acho o método de treinamento de atores dela muito.					
10	Rád e Tv 2º ano	Guarulhos	11993890235	47664231-0	Direção / Ass. de Direção	O modo como disseram que ele vai ser produzido me deixou muito intrigado, e acho que seria muito interessante participar de um projeto como este.					
11	Radialismo, 4º Ano	Campinas	(15) 9 81030106	37.673.641-0	Direção / Ass. de Direção	O que me interessa é principalmente a relação entre Sérgio Arlindo Machado, visto sua experiência no campo de comunicação e semiótica, sua clareza.					
12	3o ano de Rádio e TV	São Paulo	11 97131 1227	RG: 39.056.2	Direção / Ass. de Direção	O que mais me chamou a atenção para o projeto foi a proposta de abordar explorar o processo de produção audiovisual de uma maneira diferente.					
13	Rádio e TV 3º ano	Botucatu - SP	(14) 997184652	RG: 4119297	Direção / Ass. de Direção	o assunto, é uma temática muito rica e que pode me ajudar muito a crescer como um futuro produtor audiovisual fazendo com eu tenha uma perspectiva.					
14	Rádio e TV - 3 ano	Campinas - SP	(19) 99637-5110	Rg: 37.672.9	Som, Trilha Sonora	Eu acho bem interessante o tema proposto por você. Acho que eu entrevistaria algum profissional que trabalha na Tv Cultura. Ela vem a cada ano por.					
15	Rádio e TV - 1º ano	São Paulo	(11) 97200-8014	50.191.914-4	Montagem / Videografia	Acho que seria interessante ver algumas outras expectativas de profissionais na área e como eles lidam com a rotina do trabalho, comparando com.					
16	RTV, Ano 2	Sorocaba	15 991182856	RG 46014745	Direção / Ass. de Direção	A chance de aprofundar o conhecimento na área. Me interessaria em certo trecho abordar pontos de vistas de indivíduos completamente opostos.					
17	Rtv 1ºano	Campinas	19 993692005	39.657.329-0	Direção / Ass. de Direção	Ajudar na realização, porque acredito que as ajudas. Eu entrevistaria alguma criança que gostasse de filmes, séries, desenhos... Porque é raro criar.					
18	Rtv 2º Ano	Mogi das cruzeiras	(11)993536699	Rg 41414189	Fotografia, Som	O tema é inusitado e valoriza a diversidade de produtos audiovisuais.					
19	RTV segundo ano	Americana	19 9 9745-5899	RG: 40.875.6	Direção / Ass. de Direção	TUDO! Espero ajudar e aprender com os veteranos. Julio Cocielo, Chris Figueiredo, Gusta. Pq todos eles são de Internet e cada desses canais no.					
20	Produção Musical, C	Santos	(11) 94219-3498	39.226.114-5	Trilha Sonora	Mostrar meu trabalho e ajudar no que for preciso. Achei a ideia bem legal e gostaria de por a mão na massa também!					
21	Rádio, TV e Internet	Campinas	(19) 988278318	Rg: 50.529.5	Direção / Ass. de Direção	O Morys. Não sei. A possibilidade de conhecer. Algum youtuber, por ser um produtor de conteúdo muito próximo dos consumidores (bons exemplos).					
22	RTV ANO 2	Sorocaba	15 991182856	RG: 4601474	Direção / Ass. de Direção	A possibilidade de experimentar na prática o que eu Entrevistaria Rita Lee. Acho que possui um potencial de comparações entre os anos 80 e atuais.					

Figura 5 - Respostas do formulário

### 5.3 Elaborando Entrevistas

Para respeitar o tema e sua variedade de interpretações, o filme necessitava de um olhar diverso, inclusivo, agregador. Dentro das áreas de produtores, consumidores e *youtubers*, não haveria restrição em termos de gênero, classe socioeconômica, orientação sexual, etnia, deficiência física etc. A intenção não pendia necessariamente em colocar todas essas categorizações como pauta principal, mas sim promover a reflexão em cima da presença dessa diversidade dentro de “O Filme É De Todos”. Foi visto que o tema estava mais centrado em representatividade e a consequente identificação com o audiovisual, por isso a escolha soava pertinente.

Com isso, a coleta de entrevistas foi organizada conforme as necessidades que o tema exigia de sua equipe. Com a maioria dos consumidores de audiovisual a abordagem foi bastante direcionada ao improviso, tendo como base perguntas abertas que nem sempre podiam ser respondidas com um sucinto “Sim” ou “Não”. O direcionamento era naturalizar o quanto fosse possível a entrevista, tentando torna-la mais uma conversa, fazendo com que o entrevistado atingisse as pautas estipuladas pelo argumento de forma construtiva, elaborando uma linha de raciocínio. Já com os produtores, havia maior planejamento devido à relação direta com o tema que eles detinham. Para cada produtor foi feita uma ficha contendo um breve perfil pessoal e

de carreira, exemplificada no apêndice. Disponibilizada apenas para os membros da equipe, continha dados básicos e um panorama da vida da pessoa para auxílio na identificação com a vivência que cada um teve. Seguido disso, perguntas eram sugeridas como base de condução da entrevista, buscando abordar os temas em mediação com as questões particulares de cada indivíduo. Mesmo com tais fichas, havia liberdade para levar a entrevista para outros caminhos, em prol da disposição do entrevistado.

A existência dos temas e perguntas base serviram de grande ajuda na construção do roteiro concreto, que só se deu no período de pós-produção. Ao longo das entrevistas, padrões foram sendo detectados e opiniões de mútua semelhança se apresentaram, o que orientou a equipe a realizar escolhas narrativas intuitivas durante o próprio processo de produção. Através da montagem e organização das respostas que houve maior segurança na elaboração de uma narrativa concreta.

#### **5.4 Roteiros Ficcionalis**

Desde o começo do projeto existia a intenção de oferecer quebras narrativas durante o documentário, buscando oferecer novos fôlegos ao conteúdo e sem se manter em uma constante de entrevistas. Para isso, várias ideias foram gravadas e serão expostas a seguir. Com isso, pôde-se também, tanto a equipe, quanto a equipe complementar, agregar os conhecimentos aprendidos a respeito de princípios das construções de ficções audiovisuais.

“Uma regra diz, ‘você tem que fazer isso dessa maneira’. Um princípio diz ‘isso funciona... e vem funcionando desde o início dos tempos’. A diferença é crucial. Seu trabalho não precisa ser modelado em uma peça ‘benfeita’; preferivelmente, ela deve ser bem feita dentro dos princípios que moldam nossa arte”. (MCKEE, 2006, pág. 17).

Portanto, nessas obras ficcionais detalhes importantes como, fotografia, enquadramentos, luzes, sonorização, arte foram cuidadosamente pensados, a partir dos roteiros elaborados: “O desenho do espaço cênico e sua ambientação estabelecem pontos de referência para a ação prevista, assim como para a iluminação, enquadramentos, movimentos de câmera, agindo diretamente sobre a coreografia da cena” (HAMBURGER, 2014, pág 19)

### ***5.4.1 Videoarte “Nós”***

Uma das primeiras ideias era realizar uma performance experimental que ilustrasse com simbolismos a trajetória de relações que a obra desenvolve. Essa performance percorreria o enredo e apareceria em situações pontuais de discussão, funcionando como uma subtrama. Para tal, a equipe principal iniciou conversas com a estudante Laís Paiva para colaborar na parte criativa e de direção. Pela proximidade com o formato e a vontade já existente para ela de realizar um projeto semelhante a uma videoarte ou instalação, a parceria veio a calhar. Ela demonstrou muito ânimo em participar desse processo e se tornou meio de mediação entre os membros do projeto e a equipe a ser selecionada para constituir a produção.

Passar por essa experiência foi de valor muito construtivo, pois era o maior projeto ficcional da obra em seu todo e exigia uma abertura criativa diferente dos trabalhos aos quais as pessoas envolvidas estavam acostumadas. Devido a diversos contratempos de cronograma e comunicação com Laís, a gravação foi sendo postergada e o foco se perdeu com o tempo. Uma retomada mais direcionada foi necessária. Laís estava sobrecarregada com os constantes encaminhamentos de produção e com a falta de resposta da equipe complementar e, por isso, uma maior interferência em sua liberdade criativa se deu para o bem do projeto e como auxílio às suas tarefas. Um novo tratamento de roteiro foi realizado. As ideias caminhavam em torno de intervenções de dança performática no meio da rua até uma videoinstalação com projeções e interações expressionistas de artistas bauruenses. Os pontos mais interessantes e viáveis de cada uma dessas possibilidades foram ponderados e o argumento final culminou em uma performance teatral realizada em estúdio.

Foram definidos os personagens “Apresentador”, “Cameraman” e “Consumidoras”, retratando os pontos de vista de cada perfil abordado no documentário. Inicialmente eles não se situam no mesmo ambiente (representações oníricas de locações sem limite espacial), mas começam a se entrelaçar através de barbantes, originados dos objetos produtores de imagem (câmera, televisão). O conceito do barbante está em metaforizar os nós propensos da relação de um produtor de conteúdo e um consumidor de seu material, elevando a quantidade de barbantes até que as pessoas sejam consumidas por seus nós, ou seja, o próprio produto audiovisual.

A ideia empolgou bastante todos os membros e, com a confirmação de gravação, dia e local foram estabelecidos e o diálogo com o resto da equipe fluiu com mais naturalidade, com



a colaboração empolgada de Henrique Gun, Leandro Freitas, Ana Beatriz Pístola, Raquel Oyakawa, Danielle Rheder, Ana Maria Cruz, Laís Justus e Víctor Barboza.

#### **5.4.2 “O De Sempre”**

Após uma avaliação do material de entrevistas obtido, surgiu uma proposta de Luiz Moraes em falar mais do apelo publicitário e da preocupação mais voltada a questões monetárias que existe na lógica do mercado. Foi descartada a possibilidade de entrevistar um publicitário, mas houve apoio em retratar isso na forma de ficção.

A partir disso, Aderlei Santana foi convidado a roteirizar o trecho que representasse tal situação, por sua experiência na parte de criação. Ele mostrou disposição e desenvolveu dois tratamentos para a equipe, seguindo a linha de uma esquete, semelhante às vistas na Internet em canais humorísticos, como “Porta dos Fundos”. Ambos apresentavam estrutura bem próxima, porém a primeira versão tinha menos relação com o contexto do filme, em que um publicitário analisa o material de dois produtores e começa a impor mudanças. A sugestão dada para Aderlei foi que ele tratasse o material dos produtores como sendo “O Filme é de Todos”, reforçando ao máximo a metalinguagem da obra e gerando até um paradoxo de lógica temporal. A ideia foi acatada e o novo tratamento foi aceito.

#### **5.4.3 “É Tudo Verdade” e “O Rádio É De Todos”**

A experimentação que o documentário proporcionou levou quase sempre os roteiristas Daniel Sewell e Guilherme Gonçalves a pensar em narrativa durante a pós-produção, favorecendo as nuances que o filme desenvolvia na montagem. Os trechos “É Tudo Verdade” e “O Rádio de Todos” foram frutos do pensamento rápido e aplicação certa na obra. Os dois foram gravados no mesmo dia e exigiram pouco de pré-produção, permitindo maleabilidade de execução. “É Tudo Verdade” é uma entrevista falsa, gravada como qualquer outra, mas com falas direcionadas a terem abertura para distorções de dialética. O primeiro tratamento levava essa proposta mais ao extremo, com o entrevistado sentindo os cortes da montagem em si e tentando enfrentar a manipulação da direção para poder falar o que realmente pensa. A ideia foi analisada e percebeu-se que ela poderia gerar confusão demais para o público e correr o risco de fugir do tema em questão, a verdade no audiovisual. Com isso, a nova versão foi amenizada

e baseou-se mais na exposição do entrevistado ao ridículo sem que ele soubesse, causando riso e desconforto no público que assistir. Definiu-se Daniel Sewell como entrevistado, principalmente pela ironia dele ser o montador do filme.

Já em “O Rádio é de Todos”, a experiência de mesclar o rádio com o cinema apareceu como uma possibilidade inovadora de trazer algo inusitado em cima do tema do filme. Com poucas alterações e oferecendo liberdade aos locutores, o trecho é marcado de uma interatividade quase direta com o público, chegando em seu ápice quando uma das vozes do filme pede para que o espectador “feche seus olhos” e imagine algo em sua mente.

## **6. PRODUÇÃO**

### **6.1 Equipamentos**

Ao longo dos primeiros anos da nova década, surgiram no mercado diversos equipamentos de áudio e vídeo que, apesar de serem considerados semi profissionais, as suas evoluções, notadamente entre 2012 e 2015, possibilitaram uma qualidade de captação de imagens e sons que satisfazem o proposto por esse documentário e, principalmente, se encaixam no orçamento de uma produção universitária e de baixo orçamento (B.O. como é dito no mercado).

Assim sendo, os equipamentos utilizados durante a maior parte das gravações do documentário foram: duas câmeras DSLR, que garantem a possibilidade de gravação em Full HD, sendo elas: Canon T3i com as lentes 18-50mm e 18-135mm de propriedade dos próprios componentes do grupo; um tripé apropriado para essas câmeras; um zoom H4N disponibilizado pelo Estúdio de Gravações da UNESP; uma luz LED acoplada em cima da câmera também disponibilizado pela UNESP e duas lapelas, uma adquirida pelo grupo e outra retirada da Universidade também. Em pouquíssimos casos, também foi utilizado um boom para a captação de áudio, este também de propriedade do Estúdio acima citado.

Com esses equipamentos, as gravações foram feitas em sua maioria com certo cuidado estético para que não houvesse muitos contrastes de composição das imagens e sons captados ao longo do processo, por isso, a maior parte das gravações foram feitas com uma câmera no tripé e outra câmera na mão para dar maleabilidade de movimentos e enquadramentos, assim como a maioria foi feita com a utilização da lapela ao invés do boom para captar melhor os áudios dos entrevistados.

### **6.2 Gravações**

A seguir, apresenta-se o diário de bordo contendo todos os momentos em que a equipe fez os registros para o documentário, desde gravações que serviram apenas de testes e conversas mais informais sobre o tema, até as gravações que contém no produto final, vê-se ainda na tabela a cidade onde cada entrevista ocorreu:

13 e 14/7/2015	Gravação de entrevistas sobre audiovisual e representatividade (alunos de Rádio e TV e convidados da Semana de Rádio e TV da UNESP)	Bauru
17/7/2015	Roda de Conversa gravada com graduandos e formados em Rádio e TV pela UNESP de Bauru	Bauru
21/8/2015	Teste de foto e som para início definitivo das gravações	Bauru
22/8/2015	Primeira gravação oficial: Lorraine Mondin	Bauru
31/8/2015	Gravação com Júlio César Geraldo	Bauru
1/9/2015	Gravação com Luiz Henrique Pinke	Bauru
10/9/2015	Gravação com Projeto Formiguinha	Bauru
17/9/2015	Gravação com Cláudia Leite e Ubaiano	Bauru
18/9/2015	Gravação com Elizabeth Savalla	Bauru
19/9/2015	Gravação com Roberta Alves	Bauru
30/9/2015	Gravação com crianças do NER	Bauru
01/10/2015	Gravação na 96 FM	Bauru
02/10/2015	Gravação com PC Siqueira	Bauru
29/10/2015	Gravação com Padre Beto	Bauru
08/11/2015	Gravação com Thaíde	Bauru

23/11/2015	Gravações com Toni Venturi e Maurício Eça	São Paulo
24/11/2015	Gravações com André Bushatsky, visita à TV Cultura e gravação com a apresentadora da emissora Adriana “Didi” Couto	São Paulo
25/11/2015	Gravações com Cláudia da Natividade, Luiz Thunderbird e Sabina Anzuategui	São Paulo
26/11/2015	Gravações com KondZilla, José Roberto Torero e Murilo de Oliveira	São Paulo
27/11/2015	Gravações com Zico Góes, diretores do Canal Amada Foca do YouTube (Gabriel Di Giacomo e , Elisa Marconi e Dan Stulbach	São Paulo
28/11/2015	Gravações com Carla Fioroni, Paula Kim e Nina Santana	São Paulo
29/11/2015	Gravações com consumidores na Avenida Paulista	São Paulo
15/01/2016	Gravação da Vídeo Arte “Nós”	Bauru
23/01/2016	Gravação de câmera entre espelhos	Bauru

Tabela 1 - Diário de Bordo

### 6.2.1 A primeira entrevista

A primeira entrevistada foi a blogueira e *youtuber* bauruense Lorraine Mondin. O contato foi feito pelo fato dos seus vídeos apresentarem grande interesse pelo curso de Rádio e TV da Unesp, visto que ela estava na época de prestar vestibular. Ela já é produtora de conteúdo audiovisual com apenas 17 anos, seu canal no YouTube tem aproximadamente 200 mil inscritos e ela já considera essa sua profissão.

A entrevista foi feita na casa da produtora do documentário Barbara Benevenuto, e contava apenas com mais duas pessoas da equipe: Guilherme Gonçalves e Daniel Sewell.

Apesar da equipe reduzida, essa era a oportunidade para fazer testes, assim fizeram algumas dinâmicas onde Lorraine conversava com a câmera como se estivesse gravando para o seu canal. Foi um ótimo começo com ótimos depoimentos para o que ainda estava por vir.

### ***6.2.2 Consumidores, a busca por Bauru***

Em seu processo de pré-produção, a equipe do documentário já havia decidido que haveria dias os quais iriam apenas atrás de consumidores para darem seus depoimentos a respeito da temática, visto que 50% da ideia corresponde a eles. Assim sendo, no dia 17 de setembro de 2015, uma quinta feira a tarde, a equipe saiu e percorreu Bauru em busca de tais pessoas.

Como o proposto era uma busca aleatória, o começo foi pela Avenida Cruzeiro do Sul, a qual, de carro, foi andado até ser encontrado um salão de cabeleireiro/beleza que se encontrava sem clientes no momento. Logo, a equipe achou interessante parar em tal estabelecimento. Lá ocorreu a entrevista com Cláudia Pereira Leite, dona do local. Essa foi, sem dúvidas a entrevista com consumidor mais inesperada de todas. Além de ser a primeira em tal modelo aleatório, a equipe foi surpreendida quando Cláudia contou que, no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, ela havia feito parte da equipe de cabeleireiros e maquiadores do Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT. Isso despertou imensa curiosidade da equipe e possibilitou que Cláudia falasse tanto de sua experiência como consumidora de audiovisual como dos dias em que fez parte da equipe produtora do programa “Fantasia”, além de outros da casa. Cláudia contou também de sua experiência com o, para a equipe, maior comunicador do Brasil, Silvio Santos ao dizer a forma cordial e igualitária que ele procura tratar todos seus funcionários.

No fim da mesma tarde, a equipe entrevistou o dono do bar “Ubaiano”, Feliciano Soares de Oliveira, localizado em frente à própria UNESP, conhecido como um local bastante frequentado por alunos e até alguns professores. Feliciano, dentre outras coisas, disse gostar muito de televisão e que na sua visão ela ajuda ao processo de socialização do ser humano. Esse ponto de sua fala pode ser reforçado pelo seguinte trecho do livro *Televisão Brasileira – Desenvolvimento, Globalização e Identidade, 60 anos de ousadia, astúcia e inovação*, de José Marques de Melo (2010), que se utiliza das telenovelas dos anos 1960 para reforçar o poder de socialização da televisão: “as telenovelas haviam se tornado o principal tema das conversações

interpessoais, estabelecendo-se uma continuidade comunicacional entre as cenas romanescas e o cotidiano dos telespectadores” (pág. 209).

### ***6.2.3 Elizabeth Savalla, uma global como primeira grande entrevista***

Por meio de *outdoors* pela cidade de Bauru e pelas redes sociais, a equipe soube que a atriz da Rede Globo de Televisão, Elizabeth Savalla, estaria em Bauru para apresentação de sua peça “A.M.A.D.A.S. – Associação das Mulheres que Acordam Despencadas”. A partir disso, começaram os esforços de produção para conseguir uma entrevista com a atriz, pois todos acreditavam no potencial que seu nome daria ao documentário, assim como no conteúdo que ela poderia nos trazer referente ao tema, visto seus mais de 40 anos de profissão.

A produtora Barbara Benevenuto, entrou em contato com a TV TEM de Bauru, emissora afiliada da Rede Globo e que patrocinava a vinda de Elizabeth para a cidade. Alguns telefonemas e, na sexta pela manhã, mesmo dia da apresentação da atriz, foi conseguida a liberação para a entrevista. Ela ocorreu no camarim da atriz dentro do Teatro Municipal da cidade de Bauru, por volta das 20 horas e 20 minutos, cerca de 10 minutos antes dela subir ao palco, por esse motivo, a entrevista de Elizabeth foi, dentre todas que já haviam sido feitas, e as que viriam, a de menor duração, tendo ao todo apenas seis minutos de material bruto. Apesar da correria, a atriz se mostrou bastante solícita com a equipe que no dia foi composta pela Bárbara, por Guilherme Gonçalves, Luiz Moraes e uma pessoa da equipe complementar, a colega radialista Thais Oliveira. Pela presença da Thais, aliás, a gravação foi feita com sua lente 50mm, sendo a única entrevista de todas feita com tal equipamento.

Elizabeth conseguiu condensar bem os poucos minutos respondendo de forma educada e solícita as perguntas feitas, dentre suas falas, pode-se destacar ela dizer que não faz cinema, pois “ele é pouco valorizado no país”. Ao longo de toda carreira, ela fez apenas um filme. Pode-se dizer que sua presença no documentário é o segundo filme o qual ela participa. Ela também falou sobre a experiência de fazer teatro de rua, aberto ao público e como é trabalhar na maior emissora de televisão do país, contemplando bem as expectativas depositadas.

#### **6.2.4 Roberta Alves, consumidora e pedagoga**

Na manhã seguinte a gravação com Elizabeth, ocorreu na Biblioteca Pública de Bauru, uma entrevista com a pedagoga Roberta Alves. Os produtores chegaram até ela porque ela havia participado, como pedagoga, da consultoria de conteúdo do programa infantil “Apolônio e Azulão” da TV UNESP.

Roberta soltou a sua voz e proporcionou excelentes reflexões a quem consumir “O Filme é de Todos”, além de ter mexido ideologicamente com os próprios membros da equipe. Dentre suas falas, várias podem ser destacadas e a maioria tendeu a representatividade ou a sua falta no audiovisual. Mulher, negra e professora de escola pública, Roberta, com propriedade falou: “Sinto falta, na televisão brasileira, de algo que não trate a classe C de forma caricata, engraçada, boba (...) eu vejo que meus alunos, já dei aula na periferia e na zona rural, não se sentem representados”. Ela ainda pontuou a questão da mulher negra e sua forma de representação nos meios audiovisuais: “A mulher negra é ainda o corpo, o desejo (...) não há a formação dessa mulher (...) não traduz a realidade que eu vivo”.

Nos momentos finais da entrevista, Roberta fez a seguinte pergunta para a equipe: “Com a acessibilidade, os problemas de representatividade podem se desfazer?”. Guilherme Gonçalves a respondeu da seguinte forma: “O audiovisual está caminhando para isso, mas através de outras plataformas, inclusive nosso documentário é uma delas”. Por fim, ela agradeceu a oportunidade de se expressar e depositou esperanças sobre o conteúdo do documentário, pois ela acha que a equipe seguiu o caminho certo da diversidade, “do olhar não ser o único olhar”.

#### **6.2.5 Entrevista com Thaíde**

O mês de outubro foi marcado apenas pelas gravações com o vlogueiro Paulo Cezar Siqueira (PC Siqueira) do canal do YouTube “maspoxavida” – que veio a cidade de Bauru através do evento Blogando – e com o ex-padre, Beto, famoso por ter sido excomungado da Igreja Católica ao emitir opiniões polêmicas e contrárias as da Igreja. No mesmo mês, houve ainda a aproximação com os contatos das entrevistas que seriam gravadas em São Paulo, a ser relatado mais adiante.



Novembro começou logo com um entrevistado de renome no cenário musical, televisivo e de videoclipes, o rapper e apresentador Thaíde esteve na cidade de residência dos produtores pela Semana do Hip Hop Bauru 2015. Os quatro integrantes da equipe foram fazer a entrevista a princípio sem saber se ela seria viável, pois não foi possível contato prévio com a assessoria de imprensa de Thaíde. Contudo, por meio da colega Keytyane Medeiros, formanda em jornalismo pela UNESP de Bauru, houve a chance de que ele concedesse alguns minutos para dar entrevista ao projeto. A equipe acompanhou todo seu show no Parque Vitória Régia e em seguida se dirigiu a espera do rapper. Após atender a imprensa local, os fãs e relaxar um pouco, Thaíde foi ao encontro da equipe e concedeu alguns minutos de entrevista, a qual ficou marcada por ele dizer que “chegou uma época que eu tinha certo preconceito com o cinema brasileiro, quando me convidavam para assistir um cinema brasileiro, um filme brasileiro eu não ia. Não ia e não fazia questão.”

#### ***6.2.6 A entrevista que não aconteceu***

A primeira e única vez em que parte da equipe foi deslocada para uma entrevista que acabaria não ocorrendo foi em um sábado 14/11/2015, em que Luiz Moraes e Leonardo Frias Conti (da equipe complementar) foram ao Teatro Bela Vista do Colégio São Francisco em Bauru para tentar uma gravação com o fenômeno da internet Whinderson Nunes. Previamente a produção já havia mandado e-mails solicitando a gravação para os organizadores do evento (Ferreira Eventos) que os encaminharam para a assessoria do vlogueiro, contudo os e-mails nunca foram respondidos, por isso houve essa tentativa de entrevista-lo “no susto”. Ao chegar ao local Luiz Moraes tentou dialogar com os responsáveis, eles pediram para esperar o término do stand-up e sinalizaram favoravelmente a entrevista, contudo, porém, após cerca de duas horas de espera, a entrevista foi negada pela assessoria de Whinderson.

#### ***6.2.7 São Paulo: pré produção e contatos***

A equipe sabia desde o início que teria que se deslocar a grandes centros de produção de conteúdo audiovisual para chegar até os grandes produtores do meio. Com isso, foi pensado nas possibilidades de idas para as capitais, Rio de Janeiro e São Paulo, porém, por questões financeiras e de maiores comodidades, ficou decidido que a única viagem que aconteceria seria

a São Paulo. Assim sendo, decidiu-se também por tentar encaixar o maior número de entrevistas possíveis na menor quantidade de tempo, logo, a equipe optou pela última semana de novembro, de 23 a 29, ficar na cidade gravando entrevistas pré-agendadas e, como realmente ocorreu, aproveitar para entrevistar consumidores e outros produtores audiovisuais conforme fosse tendo espaço na agenda da semana e conforme fosse sendo conseguidos outros contatos com disponibilidade imediata.

Previamente a viagem, foram coletados nomes que atuassem no meio audiovisual e que contemplassem a proposta do projeto, dentre eles podem-se citar: Andrea Barata (produtora da O2 Filmes e que em 2005 foi considerada pela publicação “Variety” uma das cinco maiores produtoras do mundo), Cao Hamburger (atualmente roteirista da novela *Malhação* da Rede Globo e nome que produziu uma das referências deste trabalho como já citado anteriormente), *youtubers* do Canal Omelete, João Acaiabe (ator ex-*Chiquititas* e que na televisão já havia feito *Bambalalão* pela TV Cultura e *Sítio do Pica Pau Amarelo* pela Rede Globo), contudo esses são exemplos de nomes os quais não foram possíveis entrevistar. Andrea e o pessoal do Canal Omelete estavam com suas agendas lotadas; João estava em período de férias e, por fim, os contatos que foram tentados com Cao Hamburger não foram retornados. Toda essa preocupação da equipe pela escolha e seleção dos entrevistados se deve pelo fato do cuidado que todos tiveram ao longo da elaboração do documentário, visto que, como afirma Soares (2007):

Documentário é também resultado de um processo criativo do cineasta marcado por várias etapas de seleção, comandadas por escolhas subjetivas desse realizador. Essas escolhas orientam uma série de recortes, entre concepção da idéia e a edição final do filme, que marcam a apropriação do real por uma consciência subjetiva. (Soares, 2007, pág 20)

Enquanto os nomes citados acima não puderam ser entrevistados, outros vários atenderam a equipe desde os primeiros contatos que foram feitos de diversas maneiras, sendo elas: por meio de Marcus Aurélio Pimenta e Marcia Pimenta, tios do diretor Guilherme Gonçalves e atuantes na área audiovisual, por isso conhecem inúmeras pessoas enviando, assim, e-mails para a produção do projeto entrar em contato, por meio de menções na conta do Twitter do produtor Luiz Moraes, por meio de buscas pela internet de telefones e e-mails de pessoas da área, como por exemplo, o site Filme B, a página no *Facebook* “Mulheres do audiovisual Brasil” e pesquisas por meio da plataforma de buscas Google. Essa fase de produção contou com a ajuda das assistentes de produção da equipe complementar Bruna Cruz e Maria Elisa Nascimento, e esforços majoritários dos produtores Luiz Moraes e Barbara Benevenuto, ainda

assim, Daniel Sewell e Guilherme Gonçalves também chegaram a enviar alguns e-mails e tweets para conseguir entrevistas.

Alguns exemplos de como foi marcado com alguns entrevistados na cidade de São Paulo seguem a seguir: Dan Stulbach e Luiz Thunderbird, foram por meio de menções no Twitter na conta de Luiz Moraes, também pelo Twitter Guilherme Gonçalves conseguiu agendar gravação com Maurício Eça, já por telefonema, Luiz Moraes agendou as entrevistas com Konrad Dantas (KondZilla), através de número passado pelo colega de Rádio e TV Sillas Carlos (que mais tarde ficaria responsável por fazer a ficha de KondZilla, apresentada no apêndice desta monografia) e Claudia da Natividade, após conseguir seu número por meio do site de sua produtora, a Zen Crane Filmes. Já a entrevista com Nina Santana foi conseguida por seu namorado ser amigo do primo da produtora Barbara Benevenuto. Porém, foi por trocas de e-mails que foram agendadas a maioria das entrevistas, por exemplo, Zico Góes, contato conseguido pela Maria Elisa Nascimento, e Toni Venturi, contato passado pelos tios do diretor. Vale ressaltar que, mesmo os contatos feitos pelas redes sociais ou telefonemas, foram posteriormente confirmados através de trocas simples de e-mails.

Por fim, os últimos dias que antecederam a viagem foram marcados por intensas reuniões entre a equipe para que não houvesse grandes surpresas, para repassar os objetivos do projeto e para que todos estivessem em sintonia e preparados para conhecerem e entrevistarem nomes de peso no setor, sendo alguns deles referências e ídolos particulares de cada membro da equipe e, por último para serem ajustados os últimos detalhes da viagem, como deslocamento, hospedagem, gastos e alimentação. No quesito deslocamento, Guilherme Gonçalves foi o motorista e pela primeira vez pegou estrada de longo trajeto (cerca de 300 km), sendo um momento interessante da viagem relatado em vídeos de making off. A hospedagem ficaria por conta da casa dos já citados Marcus Pimenta e Marcia Pimenta, que receberam os quatro integrantes da equipe de modo muito cordial e agradável. Os gastos de transporte, como combustível e pedágio foram previamente calculados pela assistente de produção Bruna Cruz – e divididos igualmente pelos quatro membros responsáveis pelo projeto – e, no que diz respeito aos alimentos, alguns foram comprados e levados de Bauru, já outros a equipe comprou na própria capital ou mesmo almoçou e jantou em restaurantes (nos dias que haviam tempo abio para tal) ou na própria casa onde ficaram hospedados. É interessante dizer que nenhum dos quatro membros são de São Paulo, por isso, apesar de todos possuírem parentes na cidade e irem com certa frequência para lá, precisaram sempre recorrer ao GPS para se localizarem e se perderem o menos possível.

### **6.2.8 O primeiro dia em São Paulo**

A equipe saiu de Bauru para São Paulo por volta das 10 horas da manhã do dia 23 e tinha, já agendada para às 15 horas do mesmo dia, entrevista com o diretor e dono da produtora “Olhar Imaginário”, Toni Venturi. A ida para foi tranquila, guiada pelo GPS e com momentos de descontração importantes para manter um bom clima entre os membros, visto que a semana estava apenas começando. A chegada ao local de gravação – a própria sede da produtora – se deu com uma hora de antecedência, o que permitiu que todos almoçassem em um restaurante próximo ao local.

Exatamente às 15 horas, a equipe estava com seus equipamentos dentro da produtora de Toni, que atrasou um pouco para conceder a entrevista por estar envolvido com outros trabalhos, mas ao mesmo tempo, esse pequeno atraso foi essencial para a montagem do tripé, câmeras, zoom e escolha de melhores enquadramentos. O diretor dos filmes “A Comédia Divina” e “Latitude Zero” concedeu uma entrevista de cerca de trinta minutos e se demonstrou extremamente interessado pela temática desde o início, como por exemplo, quando na primeira pergunta feita por Guilherme Gonçalves sobre a importância do audiovisual, ele já responder da seguinte maneira: “Nossa, que pergunta! A gente poderia ficar horas falando sobre isso. Acho que não há nada mais determinante e importante no século XXI do que a imagem”.

No decorrer da entrevista, Toni aproveitou-se das perguntas para transmitir dados a equipe e ainda fazer pequenos desabafos sobre a produção e exibição de filmes nacionais hoje em dia nas salas de cinema e como isso reflete no público: “Ocupar um espaço pequeno no nosso mercado, 15% das telas. Se falar de uma maneira muito generalizante nós ocupamos 15% do imaginário do cidadão brasileiro.” Ao fim, a equipe acredita que esta entrevista foi uma das melhores e mais abrangentes em torno do tema, por isso, inclusive, Toni Venturi é uma das pessoas que possuem mais aparições ao longo do documentário.

No mesmo dia, às 19 horas, todos se deslocaram até a residência de Maurício Eça, diretor de videoclipes como “Diário de um Detento” dos Racionais MC’s e “Auto Reverse” do Rappa, além de ter trabalhos recentes na direção de longas metragens, sendo eles “Carrossel – O Filme” e “Apnéia”, este último, inclusive, ele contou que demorou mais de cinco anos entre o início da pré-produção e o lançamento do filme, notadamente, segundo ele, por motivos financeiros. Sobre a produção de videoclipes, Maurício expôs sua visão sobre essa forma de conteúdo audiovisual ao dizer que praticamente que ele foi se adaptando como linguagem até

que: “Mais fortemente virou o que conhecemos hoje com o Michael Jackson, Madonna, que começaram usar como uma ferramenta não só de venda, como uma forma de expressar tendência.”. Após a entrevista, a equipe foi para a casa de Marcus Pimenta e Marcia Pimenta, que como já dito, recepcionaram todos muito bem.

### ***6.2.9 Visita a TV Cultura, sentimentos e memórias***

Terça feira, 24 de novembro de 2015, foi um dia especialmente nostálgico e saborosíssimo para a equipe de “O Filme é de Todos”. Por meio da diretora de programação da TV Cultura de São Paulo, Solange Martins, a equipe chegou ao contato de Maria Marta de Mello, pessoa responsável por agendar e guiar visitas pela emissora pública controlada pela Fundação Padre Anchieta. Então, às 15 horas, os quatro integrantes da equipe desciam com seus equipamentos na rua Cenno Sbrighi, 378, no bairro Água Branca. O momento foi de muitas lembranças voltadas à infância de cada um dos membros que cresceram nos anos 1990 e têm na TV Cultura grandes referenciais de programas infantis.

O início da visita foi pelo setor jornalístico da emissora, podendo a equipe conhecer a redação e os estúdios do Jornal da Cultura e do programa esportivo Cartão Verde – hoje apresentado por Vladir Lemos, e que já teve entre seus integrantes jornalistas como Juca Kfourri e José Trajano – onde Daniel e Luiz tiraram a foto a seguir, por serem fãs e telespectadores assíduos do programa que está no ar desde 1993.



Figura 6 – Daniel Sewell e Luiz Moraes nos estúdios do Programa Cartão Verde – TV Cultura

Em seguida, Maria Marta levou todos ao estúdio do programa “Metrópolis” que iria ser gravado dentro de mais alguns minutos. Foi então que todos perceberam a oportunidade de fazer uma entrevista com a jornalista e apresentadora do programa, Adriana Couto. Prontamente ela se disponibilizou para atender ao pedido assim que terminasse a gravação do programa.

Enquanto isso, para otimizar o tempo e aproveitar o máximo possível conhecendo todas as instalações da emissora, Maria Marta resolveu levar Barbara, Daniel, Guilherme e Luiz aos acervos da TV. No local, pôde-se encontrar roteiros do programa Castelo Rá-Tim-Bum, bonecos de diversas produções infantis da emissora e, ainda, o figurino que vestia o personagem Garibaldi do programa “Vila Sésamo”, adaptação brasileira, da TV Cultura, do programa educativo norte americano “Sesame Street”. Dentro da sala dos arquivos, a equipe passou cerca de quarenta minutos, ouvindo histórias e conhecendo um pouco mais sobre tudo o que a Cultura já produziu. Foram momentos também de pequena tristeza, ao ouvir de funcionários as confirmações de notícias divulgadas ao longo do ano pela imprensa, sobre demissões e extinções de programas clássicos da emissora pública, por exemplo, o Cocoricó e o Provocações (este em decorrência do falecimento de seu apresentador Antônio Abujamra).

Depois, todos voltaram ao estúdio do “Metrópolis” e conseguiram acompanhar os últimos minutos de gravação do programa. Logo em seguida, Adriana Couto cumpriu o prometido e concedeu alguns minutos de entrevista ao documentário, abordando questões pessoais dela como o motivo de ter entrado para o mundo televisivo e questões mais gerais como o papel da Internet para os meios e as formas de comunicação de hoje em dia. A visita foi totalmente satisfatória, pois além de conhecer uma das mais notáveis emissoras produtoras de conteúdo dos tempos áureos da TV brasileira, ainda foi possível gravar mais um depoimento para “O Filme é de Todos” e reviver internamente momentos importantes na formação de cada um.

Nesta mesma terça feira, conforme visto no diário de bordo, foi gravado pela manhã uma boa entrevista com o roteirista e diretor do documentário “Tão Perto, Tão Longe” e dono da “Twins Bushatsky”, André Bushatsky, uma pessoa extremamente simpática e que ficou por bons minutos depois da gravação conversando sobre os motivos do documentário e os planos pessoais futuros de cada um da equipe. Mais tarde, após a visita a TV Cultura, a equipe se deslocou a cidade de Jandira na Grande São Paulo, onde passou a noite na casa de Laura Cristina Sewell (chamada carinhosamente de Titina), tia do roteirista e montador Daniel Sewell. Esse fato já estava programado, pois no dia seguinte haveria nas primeiras horas da manhã entrevista com Cláudia da Natividade, em sua residência, que é próxima a de Titina.

### ***2.9.10 Dias com horários vagos? Preenchimento com entrevistas!***

Todos haviam em mente aproveitar ao máximo a semana na capital com o maior número de entrevistas possíveis, desde que os perfis se encaixassem em “O Filme é de Todos”. Por isso, os produtores Barbara Benevenuto e Luiz Moraes ficaram durante a semana, entre as gravações e mesmo durante elas, em busca de mais contatos e em constantes trocas de e-mails (por meio de smartphone) que pudessem preencher alguns períodos do cronograma da semana que ainda estavam vagos. Foi assim, como dito em expressão popular “de última hora” que todos os períodos de todos os dias foram completamente preenchidos.

Como exemplos disso, pode-se citar: a professora da Faculdade Cásper Líbero e roteirista de filmes como “Desmundo” e “Como Esquecer”, Sabina Anzuategui, que ao perguntada por Luiz Moraes sobre como um roteirista pode fugir de estereótipos ao escrever determinados personagens ou mesmo até que ponto ele pode escrever sobre algo não vivenciado, ela respondeu: “Pra não fazer um gay estereotipado, ele não precisa ser gay, ele precisa ter tido uma convivência. (...) Mas isso se fosse em busca de uma verdade, o que nem sempre o roteiro busca”. Na mesma situação de entrevista marcada durante a semana em São Paulo ainda estão o escritor e roteirista José Roberto Torero, que dentre outras produções já fez o documentário “Pelé Eterno”, o filme “Pequeno Dicionário Amoroso” e a esquete “Retrato Falado” do programa Fantástico da Rede Globo e a atriz “ex-Chiquititas”, Carla Fioroni, gravada no sábado (28) e a ser contada mais adiante.

### ***2.9.11 A tranquilidade de Cláudia e a eloquência de Thunderbird***

O dia começou com a gravação com Cláudia Dybas da Natividade, produtora, produtora executiva e roteirista do filme “Estômago” (de 2007, dirigido por Marcos Jorge). Segundo o próprio site do filme, até dezembro de 2008 ele já havia ganhado dezenove prêmios, sendo quatorze deles em festivais internacionais. Cláudia, o tempo todo, desde a recepção até a entrevista e despedida, se mostrou uma pessoa calma, e serena, passando tranquilidade à equipe. Ela iniciou contando a Zencrane Filmes, onde ela diz só ter produzido o que quis: “Eu só faço projetos que eu acredito não necessariamente projetos que eu acredito economicamente, são projetos que tem que ter uma devolução pra sociedade de alguma coisa.” Em seguida, ela comentou sobre sua nova produção, o longa metragem “Mundo Cão”, marcado para estrear nas

telas de cinema em março de 2016, para tanto, ela disse: “Eu procuro sempre ouvir o que as pessoas tão buscando, os distribuidores, as tendências de mercado.”

Outro tópico conversado com Cláudia foi sobre a internet como nova mídia e plataforma de produção e veiculação de conteúdo audiovisual: “Com as novas tecnologias tem muita gente fazendo de tudo. Muita gente se expressando através da internet, celular, aplicativos. Essas pessoas tão ali dizendo alguma coisa.” A partir dessa resposta, Cláudia começou a falar sobre conhecer pessoas que produzem para a internet, como os *youtubers* do Canal Amada Foca. Foi então que a equipe pediu o contato deles para ela, cogitando uma gravação para “O Filme é de Todos”. Após algumas trocas de e-mails foi conseguido um espaço na agenda deles e a entrevista ocorreria na sexta feira “do caos e do prazer” como será exposto adiante.

À tarde, já de volta a São Paulo, a equipe gravou com o ex-VJ da MTV Brasil, Luiz Thunderbird, onde fez programas como “Yo!”, “Contos de Thunder”, “Tempo MTV”, “Caça VJ”, “Provão MTV”, dentre vários outros, sendo considerado um dos ícones da extinta Music Television Brasil. Thunder, como é mais conhecido, também passou pela Rede Globo de Televisão, emissora em que pôde apresentar o programa “TVZona” em 1994 e que teve índices altos de audiência, segundo o próprio. Ele também é conhecido por ter inúmeras bandas como a “Devotos de Nossa Senhora Aparecida” e a “Tarântulas e Tarantinos”.

Eloquente, extrovertido, entusiástico, intenso! São palavras que podem definir o que foi a figura de Luiz Thunderbird perante a equipe, com ou sem a câmera ligada. Sua entrevista foi de longe a mais engraçada justamente pelo seu jeito peculiar e impulsivo de ser. Foi também uma das mais ricas em termos de conteúdo, ele disse sobre o que acha que as pessoas querem ver hoje em dia:

“as pessoas menos esforçadas querem mais do mesmo, são acomodadas (...) aquela novelinha, aquele jornalzinho, aquela impostação de voz, querem sossego, mas tem as pessoas que querem se incomodar algo novo, aquilo que mude o cenário e é pra essas pessoas que eu trabalho.” (THUNDERBIRD, 2015)

Thunder também contou sobre sua história na MTV onde tudo o que pedia pra fazer eles diziam: “Faça!”. Comentou sobre sua experiência na Globo, no cinema, na música e também um pouco de sua vida “punk”. Outro, dos diversos pontos interessantes foi quando disse o que pensa sobre o futuro da televisão e do que ela precisa: “Ser mais desafiadora (...) com o on demand eu te deixo desligado... Se você não fizer uma coisa muito legal, eu nem vou perder meu tempo... Eu sou 1%, mas isso tende a aumentar” Ao término dessa resposta ele deu uma



risada “maléfica” divertindo a todos no Soul City Estúdios, gravadora de produtos sonoros, onde foi feita a entrevista.

Por fim, mas não menos importante, Thunder disse ter muitos projetos encaminhados para fazer algo diferente na televisão e, como dito no item 3.2 desta monografia, em certo momento lhe foi dada a câmera para que ele transmitisse o que quisesse. Foi um verdadeiro momento de “loucura positiva”, pois ele falou diretamente para a câmera que estava em suas mãos, discursando sobre a internet, os novos meios de produzir conteúdo e as novas pessoas (neste momento ele direcionou a câmera para os membros da equipe) que estão entrando no meio audiovisual e que podem mudar os modelos de produção atualmente existentes.

#### ***6.2.12 Quinta feira, quarto dia em São Paulo***

A quinta feira, 26 de novembro de 2015, foi um dia um pouco mais tranquilo em termos de gravação. Apesar de manter a média de três entrevistas por dia, elas foram dispostas em horários espaçados, garantindo maior comodidade para a equipe. Pela manhã, o mais famoso produtor de videoclipes do gênero Funk Ostentação, KondZilla, foi entrevistado e contou sobre como começou no meio, revelando que usava câmeras DSLRs parecidas com as que a equipe gravou todo o projeto. Kond discorreu que entrou no mercado de funk ostentação por ver que não tinha muita coisa audiovisual representando esse estilo, por isso, acredita ter “criado uma tendência”.

No período da tarde, foi a casa de José Roberto Torero, onde o entrevistou, em contato feito durante a semana em São Paulo, como dito acima, já a noite, a equipe foi ao Zeffiro Restaurante na rua Frei Caneca para entrevistar o ex-MasterChef Brasil Murilo de Oliveira que, naquela noite, foi convidado do restaurante no evento “Chef por um dia”. O interesse pela entrevista se deu pelo fato dele ser uma “pessoa comum” que por alguns meses teve seu rosto reconhecido pelos telespectadores do programa de culinária do Grupo Bandeirantes de Comunicação (Band). Aproveitando a oportunidade, a equipe jantou no local, degustando o prato de Murilo: Tartar de Beterraba de entrada, Panceta Suína Assada, Quirela e Picles de Maça Verde como prato principal, e Cheesecake Verrine com Calda de Jabuticaba de sobremesa. Foi um delicioso jantar, mas a equipe já começava a demonstrar certo cansaço e estresse pelos dias agitados de gravação sendo que o mais pesado deles estava por vir no dia seguinte.

### ***6.2.13 A sexta feira do caos e do prazer***

O dia 27 de novembro foi marcado pelo maior número de entrevistas com produtores realizados em um único dia. A equipe saiu do local onde se hospedavam às 8 horas da manhã e voltou apenas às 23 horas da noite. Foram cerca de 15 horas de trabalho. Um dia exaustivo, com um certo caos para chegar a tempo em todos os locais programados, mas com um final prazeroso, pois rendeu de maneira satisfatória.

A primeira entrevista do dia ocorreu na rua Olimpíadas - Vila Olímpia, sede administrativa da Fox International Channels, com o diretor de programação e conteúdo do canal por assinatura, Zico Góes, que exerceu por cerca de vinte anos a mesma função na MTV Brasil. Zico foi o único entrevistado que trabalha atualmente apenas para um canal de TV por assinatura, neste contexto, ele disse: “a TV paga tem 20 milhões de assinantes (...) a TV paga que traz novidade e diversidade”. Vale, neste momento, dissertar um pouco a respeito do surgimento da TV por assinatura (paga) no Brasil. Sobre isso, relatou Kléber Mendonça (2010):

“(...) Fator fundamental da reconfiguração de público foi o advento das TVs por assinatura, voltadas, preferencialmente, a um público com melhor poder aquisitivo, disposto a pagar mensalmente pela programação. A transformação de programas de televisão em mercadoria que precisaria ser adquirida levou à criação de uma programação diferenciada nesse nicho do mercado. A consequente migração do telespectador das classes A e B (ou de parte de sua atenção) para esse tipo de TV se refletiu também nas emissoras abertas...” (MENDONÇA, 2010, pág 264).

Hoje, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 26% dos brasileiros já possuem em seus lares a TV por assinatura, mostrando uma crescente no poder de consumo de tal serviço, ainda assim, segundo Zico Góes em sua entrevista: “o grande público é careta, quer coisa mais mastigada (...) a maior audiência é da TV aberta (...) o público não está preparado para o que foi a MTV, por exemplo”. Vê-se também neste trecho a proximidade com os discursos de Thunderbird.

Finalmente, Zico discorreu sobre o que pensa faltar no audiovisual atual, que é: “Mostrar pro mercado que nem tudo é número, falta o mercado deixar de ser tão careta e conservador e acreditar mais no relacionamento com a audiência do que com o número”. Como particularidade, a entrevista foi dirigida pelo Daniel Sewell, já que ele conhecia muito de Zico por ter lido seu livro “MTV, Bota essa P#@% pra funcionar”.

Na continuidade do dia, a equipe se dirigiu até o bairro do Pacaembu, onde exatamente ao meio dia ocorreria a entrevista com os diretores do Canal Amada Foca, Marcelo Botta e Gabriel Di Giácomo. O cronograma deles estava apertado, assim como o da equipe que às 14 horas deveria estar na rua das Palmeiras onde teria outra entrevista. Ainda assim, a simpatia da dupla permitiu que os momentos passados com eles se alongassem por mais de uma hora, somando conversas informais – onde se descobriu que Gabriel é formado em Rádio e TV pela UNESP de Bauru, o que ampliou os assuntos – e a gravação da entrevista em si.

A entrevista foi feita com os dois juntos, tendo de cenário o que eles utilizam para a gravação do “Foca News”, uma das esquetes do canal. Eles iniciaram, assim como a maioria, dizendo sobre a importância do audiovisual: “Mesmo fazendo comédia a gente procura, de alguma maneira, fazer o cara pensar em alguma coisa. Não rir só por rir. No final, o audiovisual é fazer pensar”. Depois, os dois discorreram sobre internet: “a Internet mudou principalmente a percepção de ritmo. Tem que pensar no modo que o cara se influencia pela Internet, porque o modo de acessar a informação e os conteúdos de cultura em geral estão muito mais rápidos.”

Agora, mais especificamente sobre a produção de conteúdos para a internet, eles disseram: “Fazer conteúdo pra internet hoje é fazer pra todas as plataformas. O cara pode assistir no celular, no ‘busão’, na tela do desktop ou numa ‘puta’ tela de televisão que parece de cinema”. Sobre o canal deles, Marcelo e Gabriel afirmaram que: “A gente não tá preocupado em ter milhões de views com baixíssima retenção. A gente quer que quem veja nosso filme, nosso vídeo, nossa série, assista até o fim”. Enfim, eles fizeram um interessante paralelo entre o consumo de televisão e o consumo de internet, por meio do YouTube, apresentando que em ambos meios de comunicação há a relação do hábito do ser humano: “(...) TV é hábito, o cara vai assistir aquele seu jornal todo dia no horário tal, ou sua novela, enfim. No YouTube, a gente vê que todo vídeo entra em tais dias no horário certo. (...) Então a internet é hábito, o YouTube é hábito”.

A entrevista se encerrou e por volta das 13 horas e 30 minutos a equipe deixou o local rumo a rua das Palmeiras, sede da Rádio Globo de São Paulo, por serem próximos um local do outro e o trânsito naquele dia estar favorável, não houve atrasos em relação ao horário combinado. A entrevista no local será, porém, contada no próximo subtópico.

Na mesma sede da Rádio Globo, é também onde fica a Rádio CBN, ambas do Sistema Globo de Rádio. Por isso, a equipe acreditava que ali mesmo poderiam fazer a entrevista com Dan Stulbach, pois toda sexta feira ele apresenta pela CBN o programa “Fim de Expediente”.

Apesar dos contatos iniciais pelo Twitter, a entrevista nunca chegou a ser marcada formalmente, por isso ela ainda era uma incógnita. Esperançosos, a equipe foi falar com a produtora do programa, que avisou que naquele dia específico ele seria transmitido direto do Teatro Porto Seguro. Assim sendo, mesmo sem ainda ter a confirmação, Barbara, Daniel, Guilherme e Luiz se dirigiram ao teatro. A localização do teatro é há duas quadras da famosa região da “Cracolândia”, dessa forma, ao chegar a região, os quatro ficaram um pouco assustados e desconfiados, principalmente por não terem encontrado local seguro para estacionar o carro, que, no primeiro momento ficou num estacionamento exatamente no quarteirão da “Cracolândia”. Eles desceram e a caminhada de dois quarteirões até o teatro foi com certo medo e também com certa reflexão: no meio daquela região tão pobre, perigosa e cheia de visões preconceituosas a respeito de quem vive lá, havia um enorme prédio, moderno, de alto padrão, onde reunia a sede da empresa de seguros e seu teatro.

Contudo, ao adentrarem as dependências do teatro, foi descoberto que na própria Porto Seguro há um estacionamento ao público. Assim sendo, parte da equipe voltou para pegar o carro e estacionar num local aparentemente mais seguro. Caso isso não ocorresse, provavelmente os membros decidiriam em não tentar a entrevista, pois todos estavam se sentindo inseguros e inexperientes para lidar com tal situação.

Minutos antes de o programa começar, a produtora dele informou por meio de e-mail que o Dan não conseguiria dar a entrevista por falta de tempo, mesmo assim, a equipe foi persistente. Assistiram ao programa, que contava com a especialíssima participação do ator Tarcísio Meira, o qual Guilherme Gonçalves conseguiu fazer uma pergunta a ele (não para o documentário, mas para o programa, quando Dan abriu espaço à plateia) em um momento de muita emoção para Guilherme e seus amigos. Ao fim do programa, os membros da equipe se espalharam pelo teatro para tentar contato direto com o Dan, para saber da boca dele se haveria ou não a possibilidade de entrevista, mesmo que rápida. Assim sendo, Luiz Moraes ficou em frente ao palco junto com alguns fãs que esperavam Dan Stulbach para tirar fotos; Barbara Benevenuto tentou novo contato com a produtora e, Guilherme Gonçalves e Daniel Sewell foram para a lanchonete que tem ao lado do teatro, dentro da Porto, seguindo informações de que Dan poderia ir até lá comer alguma coisa.

Contudo, nenhuma das táticas funcionou, pois ninguém conseguiu falar com Dan ou alguém que pudesse levar até ele. Porém, ao ficar à beira do palco a espera dele, Luiz conheceu Marcos Babene, um estudante de teatro, apaixonado por essa arte e que por já ter ido inúmeras vezes àquele local, prestou uma enorme ajuda para que “O Filme é de Todos” tivesse uma

entrevista com o ex-ator da Rede Globo, ex-apresentador do “CQC” (Custe o que Custar) da Band e atual apresentador do “Bola da Vez” da ESPN Brasil, além do próprio “Fim de Expediente” e que, continua sendo ator, mas no momento apenas de teatro. Por meio de Marcos Babene, que conhece os funcionários do local, a equipe ficou sabendo que em algum momento Dan sairia por um dos elevadores no corredor da entrada do teatro. Assim, todos ficaram mais de uma hora esperando o ator no local, mas ao invés dele, quem passou foi Tarcísio Meira, cumprimentando rapidamente a todos que ficaram praticamente imóveis ao ver de perto um dos maiores nomes da dramaturgia nacional. Até se pensou em entrevista-lo, mas ele claramente estava com pressa, pois às 21 horas subiria ao palco do teatro para apresentar uma peça.

Por volta das 20 horas e 10 minutos, mais de uma hora após o fim do programa, e com todos já exaustos pelo longo dia que, para a surpresa de todos, Dan apareceu na lanchonete já mencionada. Foi, então, que a equipe se deslocou para falar com ele que prontamente se colocou a disposição para ceder a tão esperada entrevista. Dan começou, ainda com as câmeras desligadas, comentando como está difícil fazer teatro hoje em dia, por questões como as leis e os gastos extremos, segundo ele, já com a câmera ligada: “O teatro ficou caro pra quem assiste e barato pra quem faz”. E foi assim, naturalmente, que a equipe e ele iniciaram uma interação que fez de toda aquela espera, de todo o caos, de todo o longo dia, um dia de prazer.

Tendo seu nome muito veiculado a televisão, Dan dissertou muito a respeito dela e da arte: “Olha, a televisão no modo que estamos falando, como um meio de arte em geral, não deixa de ser um espelho da sociedade. A televisão é um espelho da sociedade e vice versa. Claro que a arte sempre provoca, instiga. A arte, não o entretenimento”. Dan se mostrou bastante interessado pelos questionamentos que o eram feitos e muito atencioso com a equipe e o esforço que fizeram para entrevista-lo: “Sorte que a gente se encontrou. ‘Tava’ lá comendo bolo com o Tarcísio e não sabia que vocês ‘tavam’ aqui”. Logicamente, o tema do rádio não poderia faltar para Dan, já que era esse o motivo pelo o qual ele estava no teatro: “Eu ‘tava’ cansado de responder perguntas, eu queria fazê-las também. Eu queria ter conversa, derrubar essa história de celebridade (...) aí, entre eu e você sempre tinha o personagem, uma figura pública”. Com este pensamento ele começou a fazer programas de rádio.

Os minutos passavam, a entrevista fluía, mas se aproximava a hora da apresentação de Tarcísio a qual Dan iria assistir, além disso, sua assessora queria conversar com ele e ele também queria tomar um lanche antes de ver a peça. Mesmo assim, ele continuou conversando com a equipe, num estilo como se estivesse em uma mesa de bar conversando com amigos. Sua humildade e cordialidade foram impressionantes. Dan foi servido ali na mesa e enquanto comia,

continuou a entrevista. A pergunta sobre a importância do audiovisual foi assim respondida: “A comunicação é importante ela é evidente. Desde o risquinho na caverna que era uma espécie de comunicação, uma espécie de arte, até hoje com toda essa tecnologia”. Depois ele fez um paralelo com os dias de hoje: (...) Todo mundo tem uma máquina, uma câmera e a possibilidade de gravar (...) toda essa salada de ideias e imagens te permite abrir o leque da expressão, você democratizar a expressão pra todos. Isso eu acho muito legal”.

Sua assessora o chamou, assim ele saiu da mesa e sentou ao lado com ela, mas pediu para que todos pensassem bem, pois voltaria para responder uma última pergunta, como realmente o fez e terminou a entrevista com a seguinte frase (apontando para a câmera): “O que eu acho da câmera, o que eu acho do audiovisual é que isso é o futuro. Eu não acho que o futuro tá na palavra. Ele tá na imagem. O futuro tá em vocês, jovens. E o futuro tá aí”. Isso já era por volta de 20 horas e 55 minutos, o clima final foi de total descontração e deu tempo ainda para ele tirar uma foto especial com a equipe. Nota-se, na foto, a cor avermelhada do ambiente, pois fazia alusão ao início da peça de Tarcísio Meira que estava prestes a começar.



Figura 7 - Da esquerda para a direita: Daniel Sewell, Luiz Moraes, Dan Stulbach, Guilherme Gonçalves e Barbara Benevenuto.

#### **2.6.14 Rádio Globo São Paulo e Rádio 96FM Bauru, o rádio num documentário sobre o audiovisual**

Como foi dito, na mesma sexta feira a equipe esteve na Rádio Globo de São Paulo, onde entrevistou Elisa Marconi, diretora de programação de uma das maiores rádios do país. Antes, em outubro, foi feita a visita a rádio 96FM de Bauru, onde foi conversando com Franco Júnior do departamento de jornalismo e com o locutor Eduardo Deungaro (Dum Dum). A questão é: por que inserir o veículo rádio, majoritariamente sonoro, num produto que abrange mais a mistura entre o áudio e o vídeo? A resposta foi dada de modo efetiva por Elisa Marconi em uma de suas falas:

“o rádio é o ponto zero da mídia eletrônica e do que chamamos de mídia digital, é o primeiro tipo de mídia que transmite por aparelhos eletromagnéticos, eletrônicos, é o primeiro dessa linhagem... foi o inspirador dos outros que vieram na sequência, com características audiovisuais... é o padrinho da TV, não vou falar que é o pai porque ela tem outras influências... muito do foi experimentado, construído e consolidado no rádio, foi usado na TV... muito do que vemos na TV, foi feito no rádio”. (MARCONI, 2015).

Assim, Elisa faz a ligação entre a construção da imagem por meio do áudio (no caso, o rádio). Isso é ratificado por Franco Júnior quando perguntado o que as outras mídias devem ao rádio: “Tudo. TV com linguagem de rádio, internet buscando a interatividade que só tinha no rádio.” Vale lembrar que, como dito neste trabalho, o rádio foi o primeiro meio de comunicação de massa do país, surgido em 1922. Sua importância e influência nos meios que unem o som e o vídeo se fazem justamente por seu pioneirismo. Elisa comentou também o processo inverso, de a imagem, principalmente nos dias atuais, influenciar no rádio, citando as redes sociais e as mudanças que essas ferramentas trouxeram: “*Facebook, Twitter, Periscope...* somos obrigados a pensar na roupa que estamos usando (...) o fato de estarmos em contato com meios audiovisuais nos obriga a pensar em valores que não pensávamos antes”.

#### **6.2.15 O filme é das crianças também**

Sábado, penúltimo dia na capital, a equipe contou com a presença de Maria Elisa Nascimento para dar suporte no que fosse necessário. As entrevistas foram com Nina Santana (*youtuber* do Canal NiinaSecrets), Paula Kim, que viveu por muitos anos na Coréia do Sul e que já fez os filmes “26, Best Korean Girl” e “Weekend” e Carla Fioroni. Esta última foi conseguida por meio de contatos de seu *Instagram*, troca de e-mails e *Whatsapp* já na semana

em que a equipe estava em São Paulo. A equipe buscava alguém que tivesse produzido algo recente para o público infantil e Carla tinha acabado de fazer os papéis das gêmeas Ernestina e Matilde na mais nova versão de “Chiquititas” pelo SBT.

Portanto, a entrevista com Carla, apesar de ter abordado diversos temas, foi inicialmente pensada para ela refletir sobre a produção audiovisual para crianças e em cima disso ela disse: “Eu acho que o público infantil ficou esquecido por um tempo (...) nesse ponto eu sou feliz por fazer parte de Chiquititas. O SBT segue a linha de privilegiar esse público infantil. Mas acho que as nossas crianças merecem mais”. Em setembro, a equipe já havia conversado com crianças, no papel de consumidoras, de projetos sociais de Bauru, em que ela puderam se expressar dizendo um pouco do que gostariam de fazer frente ao audiovisual, como por exemplo, um programa que mostrasse a realidade das escolas públicas.

#### ***6.2.16 Consumidores pela Avenida Paulista***

No domingo, a equipe levantou cedo e foi, já com suas malas, para a Avenida Paulista para entrevistar consumidores aleatórios por lá. Em seguida, eles já partiriam de volta a Bauru. Com bom senso e sabedoria, neste dia a equipe não utilizou tripé, o que permitiu maior agilidade e controle nas entrevistas, confirmando o que diz Soares (2007):

No caso de entrevistas de rua, tipo povo fala, não há sentido em se utilizar tripé. A movimentação propiciada pela câmera na mão fica perfeitamente de acordo com o espaço em que ocorre a entrevista. Além disto, este recurso propicia uma maior mobilidade da câmera para a filmagem, mobilidade exigida pelo espaço em que a entrevista transcorre, um espaço público cujo entorno não é de todo controlado pela equipe de produção. (SOARES, 2007, p.138)

O local era propício para encontrar pessoas dispostas a falar para “O Filme é de Todos”, o que realmente ocorreu no período da manhã, mas no período da tarde nada mais pode ser feito, pois caiu uma chuva torrencial na região. Como último ato na cidade, foi gravado, na Estação Consolação do Metrô, uma imagem do metrô chegando para ser utilizada no início do filme em alusão a “Chegada do Trem a Estação” dos irmãos Lumière, considerada uma das primeiras, se não a primeira, gravação de um filme na história da humanidade.



## 7. PÓS-PRODUÇÃO

### 7.1 A Pré-Produção se tornando Pós

Diferente de um filme de ficção, um documentário enfrenta uma metamorfose temática constante, podendo mudar seu rumo a cada entrevista. Os atores, no caso os entrevistados, têm total liberdade de improviso, mesmo sendo dirigidos através de perguntas pré selecionadas. Eles falam aquilo que julgam importante, tendo sido previamente pensado, ou não, pela equipe de produção. Sendo assim, dificilmente um documentário terá um roteiro concreto antes das gravações, etapa que fica mais aberta às informações que serão dadas pelos entrevistados e vivências da equipe, o que também permite maior liberdade criativa às outras áreas da produção, como diz Sérgio José Puccini Soares (2007):

“A possibilidade de se trabalhar com um roteiro em aberto faz com que funções técnicas, como direção de fotografia e montagem, adquiram maior participação criativa no filme chegando, em alguns casos, a dividir os créditos de autoria.” (p.9)

As gravações começaram já com a ciência de que o roteiro seria definido junto com a montagem, mas ainda não sabia-se como esse trabalho seria realizado. Após as primeiras entrevistas gravadas em Bauru, a equipe percebeu que seria muito tempo de gravação para se assistir de uma só vez (esse tempo, somando-se todas as entrevistas, foi fechado em aproximadamente dez horas), o que, provavelmente, atrasaria o processo de montagem que já tinha um tempo curto para ser feito. Então, para facilitar, decidiu-se que o número total de entrevistas seria dividido entre os quatro integrantes do grupo, que realizariam um trabalho de minutagem (exemplo em anexo), transcrevendo aquilo que era falado nas entrevistas junto com o minuto e segundo em que a frase começava. Essa transcrição foi feita, inicialmente, sem “filtros de importância” de falas. Todas as falas foram contempladas para que não existisse o risco de informações importantes se perderem.

Com as gravações encerradas e as minutagens prontas, a equipe já tinha maior noção dos temas que entrariam no filme, possibilitando que uma estrutura narrativa fosse feita, dividindo o filme em capítulos que, posteriormente, se tornariam as sequências usadas durante a montagem.

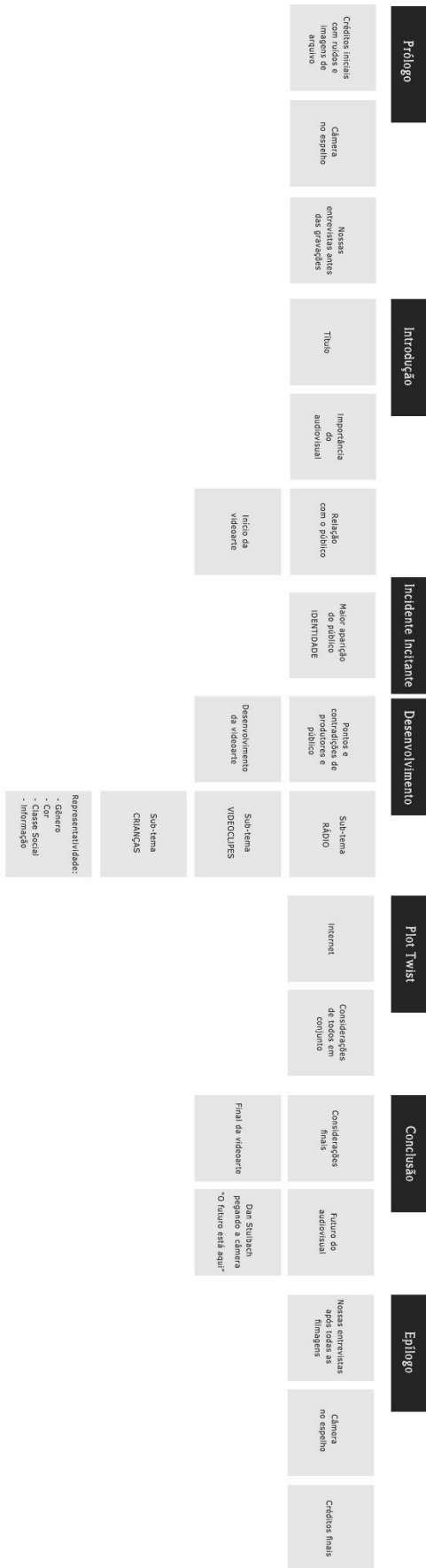


Figura 8 - Estrutura narrativa

Esses capítulos eram: Prólogo, em que os créditos iniciais aparecem; importância do audiovisual; relação com o público; identidade; subtemas (rádio, videoclipes, crianças e representatividade); internet; considerações finais; créditos finais. Nem tudo foi completamente respeitado nessa organização, afinal era tudo mais aberto. A representatividade entrou logo depois da identidade e o subtema ‘Verdade’ foi criado. Mesmo assim, foi nessa organização que a montagem e a construção do roteiro se basearam durante seus processos, que foram simultâneos.

O roteiro começou como um teste que acabou se tornando a estratégia usada até o fim. Depois de ler todas as minutagens e destacar seus principais pontos, Daniel e Guilherme, responsáveis pelo roteiro, organizaram em um documento (trecho em anexo) uma possível ordem de falas para a sequência da Importância do Audiovisual, utilizando as transcrições nas minutagens. A montagem, feita por Daniel no Adobe Premiere CC, foi realizada e, a partir daí, Guilherme ficou responsável em juntar as falas no documento, já colocando na ordem que imaginava ser a melhor, e Daniel montava simultaneamente, analisando com mais certeza as ordens de falas e quais se encaixavam melhor ou não. O roteiro, que foi uma preocupação por não ter sido possível fazê-lo na pré-produção, se estruturou em um dos últimos processos da pós-produção.

## 7.2 As Entrevistas

Desde o começo do levantamento de ideias para o filme, a equipe tinha em mente a junção de ficções que ajudariam na narrativa, fortalecendo a temática, e os depoimentos dos entrevistados. Com as entrevistas consideradas o carro-chefe do documentário, sendo grande parte do roteiro, e a dependência de algumas partes do filme já editadas para que algumas ideias de ficção se concretizassem, ou não, a montagem das falas foi priorizada, mantendo-se a simultaneidade com a separação das falas das minutagens.

Os depoimentos foram montados de forma linear, começando com a sequência da Importância do Audiovisual, depois Relação Com o Público, Identidade, Verdade, Rádio, Videoclipes, Crianças, Internet e Considerações Finais, além da sequência de Entrada e Créditos Finais, que não apresentam entrevistas.

Uma das maiores preocupações da equipe era com a atenção do espectador ao assistir o produto final, por isso foi pensado que era necessário um número maior de cortes para as falas mais longas, usando bastante as imagens da segunda câmera (que tinha planos diferentes e experimentais) e *inserts* para manter o interesse do olhar do espectador. Assim sendo, esses

cortes já eram feitos diretamente, deixando cada fala o mais perto do ideal possível para que o tempo fosse otimizado. Os planos experimentais dificultaram um pouco essa parte da montagem por não serem utilizáveis em algumas vezes, obrigando o montador a usar a câmera principal mesmo ou algum *insert* filmado durante a gravação.

Outro aspecto usado para tentar manter a atenção do espectador e ampliar a questão da metalinguagem no filme foi a tela preta. Apesar da divisão de sequências, ou capítulos, para o roteiro e edição, a montagem não explicita a passagem de um para o outro com textos como um título, por exemplo. Ao invés disso, usou-se a tela preta na maior parte das transições (aquelas que não tinham uma fala natural que conseguisse trocar dois assuntos, ou as que não tinham uma ficção, como a esquete ‘O De Sempre’, ou uma gravação diferente, como a das crianças) em que, após a última imagem sair de cena junto com seu áudio, o áudio da próxima entra sem a imagem, chamando a atenção primeiramente para o áudio e depois para o visual, mantendo a cronologia histórica do tema do filme, como é lembrado pela entrevistada Elisa Marconi em seu primeiro depoimento no documentário. Também durante a tela preta, as trilhas sonoras usadas na ‘Vídeo Arte - Nós’ e na ficção ‘O Rádio É De Todos’, por exemplo, se mantêm por um tempo, diminuindo seu volume em um *fade out* lento e só parando de tocar já no meio da próxima fala. Isso garante uma unicidade para o filme, mesmo com essa divisão de temas.

A metalinguagem também foi explorada nas falas dos entrevistados. Propositamente, foram usadas imagens em que os entrevistados apontam para a câmera, imagens da equipe filmando a entrevista (gravada com segunda câmera experimental), áudios da equipe falando com os entrevistados, entre outros. Tudo isso com o intuito de deixar a narrativa mais fluida, divertida e interessante, já que a metalinguagem, nesse caso, sublinha o tema, deixando os produtores mais próximos dos consumidores.

### **7.3 Vídeoarte “Nós”**

A montagem da videoarte, que aparece em quatro momentos diferentes durante o filme, foi feita logo depois do término da edição dos depoimentos, já que só se teria a certeza de onde colocá-la com as falas editadas. A gravação foi feita com uma Canon 70D e uma Lumix que permitia a filmagem em 60 fps (*frames* por segundo), porque era interessante que fosse usada a câmera lenta, dando um caráter onírico para a estória contada naquele momento.

A videoarte mostra a união entre consumidor e produtor através de entrelaçamentos de diversos novos coloridos. Sendo assim, decidiu-se fazer uma montagem linear, em que, primeiramente, ninguém está entrelaçado e, conforme o tempo passa e os entrevistados dão a

entender essa junção de produtor e consumidor, os nós vão se fazendo. Para ilustrar melhor essa fusão entre os personagens, foi usado o *crossfade* para a transição de uma imagem para outra, dando maior impressão de unidade entre as partes.

Como trilha sonora, foram escolhidas duas músicas do Beethoven, tocadas pela US Military Academy Band. As músicas se encaixaram bem com as imagens, ajudando a contar a história (que pode não ser muito clara) e aumentando o caráter onírico que essa peça audiovisual tinha se proposto a contemplar.

#### **7.4 Montagem das Ficções**

Além da videoarte, foram utilizadas três peças audiovisuais para ajudar a compor a narrativa: ‘O De Sempre’, ‘É Tudo Verdade’ e ‘O Rádio É De Todos’. Cada uma teve uma montagem diferente, justamente pelos seus diferentes caracteres.

‘O De Sempre’ é uma esquete de aproximadamente três minutos. É a ficção que teve a montagem mais ‘básica’, sendo só a construção com o acompanhamento do roteiro. Como referência foram usados vídeos do canal do YouTube Porta dos Fundos, especializado nessa linguagem.

‘É Tudo Verdade’ é a única das ficções que não foi editada por Daniel, por ter sido o ator da peça e, já que o roteiro consistia em ‘faltar com o respeito’ com suas falas, decidiu-se que Guilherme iria fazer a edição, já que poderia ter menos filtros em relação ao que fazer com as imagens. Os cortes bruscos e óbvios foram propositais, assim como a conversa do ‘entrevistado’ com o diretor no começo e no fim, alegorias usadas para deixar claro que aquilo não fazia parte da seriedade dos depoimentos, mas com o objetivo de fortalecer os pontos de vista de alguns dos entrevistados.

‘O Rádio É De Todos’ foi editado por Daniel e por Vitor Gomes, que ajudou a equipe fazendo os efeitos de voz, fazendo a locução parecer ter vindo de um programa de rádio do passado, para trazer um clima diferente, rebatendo a discussão de que a imagem é mais importante e mostrando que talvez a vontade de ‘fazer você mesmo’ esteja voltando (se é que foi embora alguma vez), agora por outras plataformas. Se antes era através da imaginação que o rádio ou os livros traziam, agora é a liberdade dada pela internet. A música escolhida foi Cananéia, de Chiquinha Gonzaga, que conseguiu trazer essa nostalgia do rádio antiga e tem seu uso livre de direitos autorais

### 7.5 Ligando a TV para Zappear

A entrada do filme é uma das poucas partes do roteiro que foi pré-definida antes da montagem (até mesmo das gravações) e depois confirmada durante o processo de produção. A ideia era passar um sentimento de confusão entre as plataformas do audiovisual, fazendo alusão à quantidade de produtos audiovisuais que são oferecidas ao espectador hoje em dia, através de uma simulação de um troca de canais de TV que, a cada segundo que passa, fica mais caótica.

Mais uma vez o começo é em tela preta e com o áudio vindo primeiro. Ruídos de rádio e de interferência foram usados para simbolizar esse começo da ‘transmissão’ do filme, seguido pela TV sendo ‘ligada’, onde está passando Viagem À Lua, de Georges Méliès. A partir daí, cada imagem fica menos tempo na tela, mostrando a velocidade da informação atualmente.

### 7.6 O futuro do Projeto

Todo o projeto foi realizado em suas fases de pré-produção, produção e pós-produção com gastos cobertos pelos seus idealizadores. Neste processo, estima-se que foi desembolsado por volta de R\$ 1300,00, divididos igualmente entre todos. Contudo, mais gastos estão por vir, pois a equipe entende que o projeto tem potencial para voos maiores e, para tal, já se planeja com um plano de mídia para a divulgação do filme. Estes gastos inicialmente estão previstos para serem com: DVDs, envios dos DVDs aos entrevistados, camisetas, identidades visuais das camisetas, inscrições em festivais nacionais e internacionais, impulsionar posts nas redes sociais a serem criadas, e por fim, mas não menos importante, regularização do filme na ANCINE (Agência Nacional de Cinema), CONDENCINE (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional) e Biblioteca Nacional, podendo, ainda virem mais gastos ao decorrer do processo. Logo, eles também iniciaram a busca por patrocinadores e apoiadores que banquem o projeto, tanto o que já foi gasto, como o que pode vir a ser, proporcionando a eles visibilidade no filme e em alguns materiais extras.

“Os manuais de direção e produção de filmes documentários, americanos e ingleses, normalmente utilizam o termo *proposal* ao se referirem a um texto de apresentação do filme documentário. Essa proposta de filme serve como cartão de visita do realizador a ser apresentado aos possíveis financiadores do projeto. Como tal deverá se valer de meios de persuasão para convencer os interessados a apoiar o projeto”. (SOARES, 2007, p. 76)

Por isso a produção executiva, juntamente a toda equipe, já vem realizando esforços e estudos de mídia e mercado para que o documentário e o anunciante atinjam seu público potencial e obtenham a visibilidade necessária para o sucesso da obra audiovisual em seu todo. A produção já procura informações sobre festivais de cinema nacionais e internacionais, o que possibilitará maior alcance de público e crítica, tanto para o documentário quanto para a equipe e os respectivos anunciantes do projeto. Segundo dados do site “Observatório de Imprensa” no ano de 2010, 50 % do que foi nacionalmente produzido e nacionalmente lançado nas salas de cinema do Brasil foram obras do gênero documentário, valor que representou recorde tanto em porcentagem quanto em números absolutos na história do cinema nacional. No que se refere ao público presente nas salas, mais de 850 mil pessoas ocuparam os espaços disponíveis para assistir as produções documentais. Estes dados acredita-se terem aumentado nos últimos anos, pois segundo o site “FILME B”, o mercado cinematográfico vem em uma crescente no que se refere a público, renda e salas de cinema.

A equipe também pensa em produzir uma versão reduzida para televisão, de cerca de 50 minutos baseado em estudos de grades de programação televisiva. Por fim, outro objetivo seria disponibilizar o produto na Internet, meio digital que mais cresce no mundo e que permite acessos e abrangências incontáveis, possibilitando por meio do plano de divulgação uma audiência além das fronteiras nacionais. Sua liberação na rede mundial de computadores (provavelmente pelas plataformas YouTube e Vimeo) se dará a princípio após sua veiculação e exibição nos outros meios descritos anteriormente, privilegiando o tempo necessário para que o produto ainda seja atual e de interesse do público.

Paralelamente a este processo, a equipe pretende entre fevereiro e abril (como pode ser visto no cronograma anexado a esta monografia) lançar páginas do projeto no *Facebook* e *Instagram*, pois segundo os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, já mencionada nesta monografia, cerca de 48% dos brasileiros usam a internet, número que pode ser considerado ainda baixo, visto que o país tem grande população, mas que vem aumentando a cada ano de pesquisa. Entre estes internautas, segundo a mesma pesquisa, 92% tem conectividade com alguma rede social. Nestas páginas, serão compartilhados materiais extras que não se encontram no documentário (por exemplo, nem todas as falas que foram mencionadas no tópico das gravações estão presentes no documentário final, mas sim nos materiais brutos das entrevistas), sendo estes materiais: vídeos, fotos, notícias sobre o documentário e sobre seus entrevistados, making of das gravações, dentre outros produtos que possam surgir.

O próprio trabalho já vivenciou o poder dessas mídias quando fez a entrevista com Nina Santana: a imagem tirada com Nina foi compartilhada por ela mesma em sua conta no *Instagram* e em menos de 24 horas já possuía mais de vinte mil curtidas. Vê-se também o potencial dos entrevistados do projeto fazerem seus próprios posts e compartilhamentos em suas redes sociais, o que pode gerar altos números de alcance e visibilidade.



Figura 9- Foto compartilhada na conta @niinasecrets que em 24 horas já possuía mais de 20 mil curtidas. Da esquerda para a direita: Nina Santana, Barbara Benevenuto, Guilherme Gonçalves e Maria Elisa Nascimento.



## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas em conjunto com a realização do documentário permitiu um estudo prático de como os meios influenciam no público e vice-versa. O rádio, como o meio mais disseminado, desenvolve o lado criativo do ouvinte ao mesmo tempo em que utiliza a criatividade para inovar e trazer o espectador para uma experiência internalizada e única. Já no cinema, nota-se certa preferência devido à qualidade técnica das imagens e sons. A grande tela permite o indivíduo mergulhar na obra, ele precisa se dedicar totalmente àquilo, caso contrário, o que está sendo assistido deixa de ter sentido.

A televisão, mesmo sendo o meio mais popular, de maior credibilidade e de manter diversos estereótipos, deixa o público afastado mesmo com os investimentos em interações por mídias digitais. A internet é o único meio que quebra as questões da verdade, da ética, dos estereótipos; é a única que consegue abranger todos os pontos de vista e, dentro do audiovisual, consegue render diversas discussões que jamais seriam possíveis nas grandes mídias além de dar total liberdade criativa e financeira. Pequenos produtores ganham uma chance maior de crescer dentro dessa mídia com obras de baixíssimo orçamento se caírem no gosto do público. A internet funciona com certo imediatismo, o que pode ser muito ruim. Também pode criar conteúdos superficiais, fruto das vantagens de acessibilidade que ela fornece.

Mais do que isso, a proposta de ir até o público e até os realizadores da área demonstrou o poder da experiência empírica que o audiovisual, principalmente o documentário, proporciona. A equipe sempre teve em mente que o objetivo do produto era buscar o sentido maior da presença do audiovisual no cotidiano social. Agregar toda sua relevância e pertinência no imaginário e consciente coletivo. Com um tema tão abrangente, era óbvio que o resultado final não traria fatos conclusivos ou soluções definitivas para sua aplicação no cotidiano. O principal elemento para a importância desse material coletado é a discussão que ele invoca para o espectador e as pontas soltas que ele deve amarrar. Muito é falado sobre o conteúdo do audiovisual, porém pouco é argumentado sobre o próprio audiovisual. Dentro do meio essa questão também se mostra presente. E na posição da equipe, em processo de transição de estudantes para profissionais da área, a possibilidade de ir até onde o audiovisual é concebido e de também levar o audiovisual para onde ele possa ser visto se mostrou uma proposta inteiramente válida.

O risco da realização de um documentário com um formato narrativo fora do convencional instigou novas abordagens, mais abertura a opinião de quem teoricamente é coadjuvante da produção e se levar a construir uma linha de raciocínio atrelada ao pensamento de outrem. Para isso, foi necessário sair da zona de conforto, ouvir mais do que orientar, estimular sempre a busca por novos pontos de vista, pesquisar um vasto campo com respostas congruentes e, acima de tudo, construir um olhar. O roteiro que moldou a equipe e não o contrário. Seja no processo de agendamento de entrevistas, no início da montagem ou na elaboração de ficções ilustrativas, a interação com o entrevistado dirigia quais eram os próximos passos. Isso é crucial na assimilação do quanto o lado autoral da obra é interferido pela recepção de seu público estipulado e como esses dois fatores caminham juntos na importância da perpetuação do legado audiovisual. O documentário se revela ainda mais crucial nessa jornada por permitir essa interação direta ainda no período de produção, já sentindo as expectativas e futuros resultados.

Por fim, é na imagem e recepção do consumidor que “O Filme É De Todos” se justifica. Sem ele, não há porquê. O espectador vem ganhando cada vez mais espaço e poder sobre o audiovisual. A internet é uma das grandes responsáveis disso, pelo oferecimento de acessibilidade e maior controle sobre o conteúdo. O audiovisual tem extrema importância na vida das pessoas, é um meio de comunicação onde é possível se informar, aprender, se divertir e refletir sobre os mais diversos assuntos. São lugares onde o indivíduo consegue se permitir sair de sua realidade por breves instantes, mas que podem fazer toda a diferença ao longo de sua vida.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E FÍLMICAS

### LIVROS E ARTIGOS

AMANCIO, Tunico. **Pacto cinema-Estado: os anos Embrafilme**. UFF, 2007. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_n15\\_Amancio.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Amancio.pdf)>. Acesso em: 14 fev. 2016.

ARVELLOS, Daphne. **Telespectadores reclamam da falta de representatividade de suas regiões**. 23/02/2012. Disponível em: <http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php/destaques/811-telespectadores-reclamam-da-falta-de-representatividade-de-suas-regioes>>. Acesso em: 28 jan. 2016.

BARBOSA, Jorge Luiz. **A Arte de Representar Como Reconhecimento do Mundo: O Espaço Geográfico, O Cinema e o Imaginário Social**. Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, 2000.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

BURKE, Kenneth. **Language as Symbolic Action: Essays on Life, Literature, and Method**. Oakland: University Of California Press, 1966.

CAMPANALLAS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Viscente (EDS). **Narrativas transmídia, entre teorias e práticas**. Ed 1. Editora UOC – Colômbia, 2014.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Ed 4. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CARVALHO, Ananda. **Documentário-Ensaio: A produção de um discurso audiovisual em documentários brasileiros contemporâneos**. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A Trajetória da Internet no Brasil: do Surgimento das Redes à Instituição dos Mecanismos de Governança**. 260 f. Dissertação

(Mestrado) – Curso de Ciências de Engenharia de Sistemas e Computação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

DINIZ, Lilia. **O avanço do mercado de documentários no Brasil**. Caderno da cidadania, 2011. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/o-avanco-do-mercado-de-documentarios-no-brasil/>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico - Fazendo TV no Brasil**. Ed 2. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar Editor, 2003.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Ed 14. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

GOFFMAN, Erving. **Estigma – notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Ed 4. Rio de Janeiro. Editora LTC, 1988.

HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: Sage, 1997.

HAMBURGER, Vera. **Arte em cena: a direção de arte no cinema brasileiro**. Ed. 1. São Paulo: SENAC; SESC, 2014.

LINS, Consuelo; MESQUITA, Cláudia. **Filmar o real**. Ed 2. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora LTDA, 2011.

MARTIN, Marcel. **A Linguagem Cinematográfica**. Ed 2. São Paulo: Brasiliense, 2010.

MARTINS, Pablo Gonçalo Pires de Campos. **A vida numa casa de pixels: (documentário e subjetividade no Brasil)**. 104 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **A história da televisão brasileira**. Ed 2. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MCKEE, Robert. **Stoy: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro**. Tradução de Chico Marés. Ed. 5. Curitiba: Arte e Letra, 2006

MELO, José Marques de. **Televisão Brasileira – Desenvolvimento, Globalização e Identidade, 60 anos de ousadia, astúcia e inovação**. Ed. 1. São Paulo: Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação e; Cátedra UNESP/Memorial da América Latina.

MENDONÇA, Kléber. **Em “Linha Direta” com os novos padrões para o telejornalismo.** In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. Ed. 1. São Paulo: Contexto, 2010.

MONTEIRO, Paulo Filipe. **Drama e Comunicação.** Coimbra: Imprensa da Univeridade de Coimbra - Portugal, 2010.

ORIGEM do cinema brasileiro. Colunista Portal - Dia A Dia E Estética, 20013. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/cotidiano/artigos/53260/origem-do-cinema-brasileiro>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

PINTO, Leonor E. Souza. **Cinema brasileiro e censura durante a ditadura militar.** Disponível em: <<http://www.memoriacinebr.com.br/>>. Acesso em 12. Jan. 2016.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

RAMOS, Fernão Pessoa. **O que é documentário?** Unicamp, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pessoa-fernao-ramos-o-que-documentario.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

SÁ, Nelson de. **Serviços como o Netflix começam a afetar a TV no mundo, diz estudo.** São paulo: Folha de São Paulo, 2016.

SCHOPENHAUER, Arthur. **O Mundo Como Vontade e Como Representação.** Livro III. Tradução de Jair Barboza. Editora Unesp, 2005.

SOARES, Sérgio José Puccini. **Roteiro de Documentário - Da Pré-produção à Pós-produção.** Ed 1. Campinas: Papirus, 2007.

SOBRINHO, José Bonifácio de Oliveira. **50 anos de tv no Brasil.** São Paulo: Editora Globo, 2000.

## FILMES

CABRA marcado para morrer. Direção de Eduardo Coutinho. Brasil: Mapa Filmes, 1985. (119 min.), son., Cor.

CINEMA Brasileiro Cronologia. Brasil: Produtora Gana e Loop Reclame, 2012. (3 min.), son., Cor.

CHRONIQUE d'un été. Direção de Jean Rouch, Edgar Morin. França: Argos, 1961. (85 min.), son., P&B. Legendado.

CRÍTICO. Direção de Kléber Mendonça Filho. Brasil: CinemaScópio, 2008. (80 min.), son., Cor. Legendado.

F for fake. Direção de Orson Welles. França, Irã, Alemanha Ocidental: Janus Films, 1973. (89 min.), son., Cor. Legendado.

JOGO de cena. Direção de Eduardo Coutinho. Brasil: Videofilmes, 2007. (100 min.), son., Cor.

NO estranho planeta dos seres audiovisuais. Direção de Paulinho Caruso, Teo Poppovic. Brasil: Caos, 2008. (16 ep.), son., Cor.

Человек с киноаппаратом. Direção de Dziga Vertov. URSS: VUFKU, 1929. (68 min.), mudo, P&B.

O prisioneiro da grade de ferro. Direção de Paulo Sacramento. Brasil: Olhos de Cão Produções Cinematográficas, 2003. (123 min.), son., Cor.

PINA. Direção de Wim Wenders. Alemanha, França, Reino Unido: Neue Road Movies, Eurowide Film Production, ZDF, 2011. (103 min.), son., Cor. Legendado.

RETOMADA do Cinema Novo. Direção: Marden Machado. Brasil: Cinemarden, 2015. (10 min.), son., Cor.

SANTIAGO. Direção de João Moreira Salles. Brasil: Videofilmes, 2007. (79 min.), son., P&B.

SIDE by side. Direção de Christopher Kenneally. EUA: Company Films, 2012. (99 min.), son., Cor. Legendado.

THE act of killing. Direção de Joshua Oppenheimer. Dinamarca, Noruega, Reino Unido: Final Cut for Real, 2012. (115 min.), son., Cor. Legendado.

WE all want to be young. Direção de Lena Maciel, Lucas Liedke e Rony Rodrigues. Brasil: Box1824, 2011. (9 min.), son., Cor. Legendado.

## **APÊNDICE**

APÊNDICE 1 – Exemplo de perfil dos entrevistados

APÊNDICE 2 – Modelo de autorização de uso de imagem

APÊNDICE 3 – Exemplo de minutagem

APÊNDICE 4 – Cronograma

APÊNDICE 5 – Primeiro esquema de roteiro

APÊNDICE 6 – Trecho do roteiro principal

## APÊNDICE 1 – Exemplo de perfil dos entrevistados

### Konrad Cunha Dantas (KONDZILLA)

**Cidade:** Guarujá -SP

**Idade:** 27 anos

Diretor de videoclipe



#### **Breve histórico:**

Começou a estudar audiovisual depois da morte de sua mãe, quando se mudou para São Paulo. Queria trabalhar com efeitos especiais, mas acabou encontrando o ramo musical, onde fez sua carreira.

Foi videomaker de bandas como Charlie Brown Jr, mas ficou conhecido posteriormente ao assinar diversos clipes de cantores de funk que viralizaram entre o público jovem. Ficou conhecido no meio como “O monstro dos clipes de funk ostentação”.

Abriu sua produtora videofonográfica “Kondzilla” “Especializada em videoclipe de música, atualmente com mais de 250 videoclipes e mais de 600 milhões de exibições no YouTube. KondZilla dirigiu o DVD "Música Popular Caiçara", da banda de rock Charlie Brown Junior. Videoclipes de MC Guime, MC Tati Zaqui, Karol Conka, Lucas e Orelha, MC Bola, MCs Pikeno e Menor, MC Nego Blue, entre outros. DJ Marlboro, Arnaldo Saccomani, Leiz (Turma do Pagode), André Marinho, Mr. Catra, também fazem parte do portfólio.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Descrição da produtora. Disponível em < <http://kondzilla.com/>> Acesso em 22 de novembro de 2015.



## **Alguns trabalhos:**

### **Megane - MC Boy do Charme (2011)**

<https://www.youtube.com/watch?v=pUmEeigQCR8>

Primeiro videoclipe de funk ostentação dirigido por Kondizilla. Não teve exatamente uma pré-produção.

A música “Megane” de Mc Boy do Charme é considerada uma das músicas pioneiras do funk Ostentação.

### **Plaque de 100 - MC Guimé. (2012) PS: Máximo produtora DIRIGIDO por Kondzilla.**

<https://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>

### **Tá Patrão - MC Guimé (2011)**

<https://www.youtube.com/watch?v=QToec6FkpzY>

Making Of - Tá patrão - MC Guimé

[http://kondzilla.com/mko\\_tapatrao.html](http://kondzilla.com/mko_tapatrao.html)

Kondzilla foi intitulado O diretor de funk ostentação, no entanto ele não trabalha apenas com esse estilo musical. Aqui tem alguns exemplos de outros trabalhos bem legais :)

### **Videoclipe TOMBEI - Karol Conká (2015)**

<https://www.youtube.com/watch?v=SdYXMyJEKZs>

### **Tropikillaz - Make de Crowd (2015)**

<https://www.youtube.com/watch?v=S38gkpI19zY>

### **Documentário FUNK ostentação (ainda não assisti)**

<https://www.youtube.com/watch?v=IoK1K75fj2E>

**Perguntas sugeridas:**

- Como se deu seu primeiro contato com a produção audiovisual?
- Nos últimos tempos, houve uma mudança significativa no processo de produção audiovisual. Seja pela popularização da internet como meio de veiculação de produções audiovisual, seja pelo “barateamento” de equipamentos de vídeo e som. Na sua opinião, o que essa mudança significou para a produção no Brasil?
- O funk ostentação cresceu muito nos últimos tempos. Na sua opinião, qual foi a importância da produção de videoclipes nesse “boom”?
- Embora a marca KondZilla tenha crescido, você mantém o KondZilla Apresenta, para que cantores que não têm tanto dinheiro ainda possam ter acesso à produção audiovisual. Qual é a ideia desse projeto?
- Você fez um documentário sobre o funk ostentação. Além de vídeo clipe, você trabalha ou pensa em trabalhar com outros formatos audiovisuais? Qual? Por quê?
- Depois de tudo que você viveu até agora, a pergunta: Qual a importância do audiovisual na sua vida?
- É visível que o audiovisual mudou sua vida, mas você acha que a produção dos seus videoclipes também é capaz de mudar ou influenciar a vida ou a visão de mundo de outras pessoas, sejam elas os cantores com quem você trabalha ou o jovem que consome esse produto? Como?

## APÊNDICE 2 – Modelo de autorização de uso de imagem

### TERMO DE USO DE IMAGEM

**LICENCIADO:** TODOS OS INTEGRANTES DA EQUIPE QUE REALIZA O PROJETO POR MEIO DA WHAT A TAPE PRODUÇÕES, ATUALMENTE ESTUDANTES DA UNIVERSIDADE ESTADUAL JÚLIO DE MESQUITA FILHO. SÃO ELAS: BÁRBARA DE ARO BENEVENUTO PORTADORA DO RG: 41.599.766-5 E CPF: 418.589.758-83, DANIEL HILGROVE DUMIT SEWELL PORTADOR DO RG: 48.713.880-6 E CPF: 409.612.078-25, GUILHERME DE ALMEIDA GONÇALVES PORTADOR DO RG: 38.602.747-X E CPF: 431.497.258-01 E LUIZ FELIPE DE SOUZA MORAES PORTADOR DO RG: 40.179.545-7 E CPF: 348.812.318-98. OBSERVA-SE AINDA QUE A EQUIPE PODE TER OUTROS MEMBROS, TODOS SOB RESPONSABILIDADE DOS MEMBROS ESPECIFICADOS ACIMA.

**LICENCIANTE:** PAULO CEZAR GOULART SIQUEIRA  
RG e CPF: RG: 36.570.535-4 e CPF: 333.305.778-60  
Endereço Rua Itambé, 154, apto. 63 – Higienópolis  
Cidade: São Paulo Estado: São Paulo CEP: 01239-000

### DO OBJETO DO CONTRATO

**Cláusula 1ª.** O presente CONTRATO tem como objeto a autorização do uso de imagem do LICENCIANTE, assim como quaisquer material pessoal em quaisquer formato cedido pelo tal.

**Parágrafo primeiro.** A licença concedida neste CONTRATO abrange somente o uso especificado nas cláusulas seguintes.

**Cláusula 2ª.** As mídias licenciadas neste CONTRATO consistem em vídeos, fotos, textos e gravações de voz realizados durante os períodos de gravação.

### DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIADO

**Cláusula 3ª.** O LICENCIADO se compromete a utilizar a imagem do LICENCIANTE somente para os seguintes fins específico de divulgar o trabalho de conclusão de curso dos LICENCIADOS.

**Cláusula 4ª.** As imagens serão veiculadas pelo LICENCIADO em todas e quaisquer mídias.

**Cláusula 5ª.** O LICENCIADO tem somente o direito do uso das imagens e quaisquer materiais cedidos pelo LICENCIANTE para exibição nos moldes explicitados neste CONTRATO.

**Parágrafo único.** O LICENCIADO não se responsabiliza pelo uso indevido das imagens, cuja licença é objeto do presente instrumento, captadas por terceiros em exibições e/ou reproduções ocorridas de acordo com as especificações estabelecidas neste CONTRATO.

#### DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIANTE

Cláusula 6ª. O LICENCIANTE se compromete a ceder sua imagem para utilização nos moldes desse contrato.

#### DA EXCLUSIVIDADE

Cláusula 7ª. A imagem cedida pelo LICENCIANTE será de utilização exclusiva do LICENCIADO, a quem competirá o direito de tomar as medidas judiciais e/ou extrajudiciais cabíveis para impedir a utilização da imagem por terceiros.

Parágrafo único. O LICENCIADO se compromete a não denegrir, desrespeitar nem difamar a imagem do LICENCIANTE

#### DO PAGAMENTO

Cláusula 8ª O LICENCIADO não pagará ao LICENCIANTE nenhuma quantia em dinheiro.

Parágrafo único. O LICENCIADO se compromete a arcar com todas as eventuais despesas do LICENCIANTE, desde que tenham suas necessidades comprovadas.

#### DO PRAZO

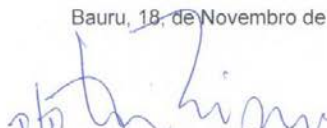
Cláusula 9ª. O presente CONTRATO vigorará pelo prazo indeterminado.

#### DO FORO

Cláusula 10ª. Para dirimir quaisquer controvérsias oriundas do CONTRATO, será competente o foro da comarca de São Paulo.


Por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento, em duas vias de igual teor, juntamente com 2 (duas) testemunhas.

Bauru, 18 de Novembro de 2015

  
\_\_\_\_\_  
LICENCIANTE

\_\_\_\_\_  
LICENCIADO (qualquer um dos membros citados acima)

  
\_\_\_\_\_  
Testemunha 1

  
\_\_\_\_\_  
Testemunha 2

## APÊNDICE 3 – Exemplo de minutagem

### MINUTAGEM DAN STULBACH

#### Vídeo 1 Câmera Principal - 9216

00'00'' – Começa com ele descrevendo um livro antigo sobre teatro.

00'40'' – “Por que a gente não faz mais teatro que faça isso, sem ter lei e gastar milhões?”

00'48'' – “O teatro ficou caro pra quem assiste, barato pra quem faz... Parece que era melhor, não era? Que faziam mais coisas com o público, era mais interessado, e que a gente regrediu, não dá essa impressão?”

01'15'' – (na TV) “Acho que não se fazia mais novela como se fazia.” (relata sobre o tempo maior de duração das novelas de hoje)

01'50'' - “Com tempos maiores de novela temos mais cenas, mais atores, mais coisa pra fazer, mais loucura, mais luz, mais câmera (aponta), mais trabalho, mais desgaste naturalmente e uma perda de qualidade é mais fácil de acontecer.”

02'15'' – “A concorrência também é muito maior do que naquela época, de internet, do trânsito, do caos... A concorrência no entretenimento, entre aspas, doméstico é muito maior.”

02'40'' – “Olha, a televisão no modo que estamos falando, como um meio de arte em geral, não deixa de ser um espelho da sociedade. A televisão é um espelho da sociedade e vice versa. Claro que a arte sempre provoca, instiga. A arte, não o entretenimento. Ele já te conforta, te acarinha, não te tira do local de conforto. Uma mudança mais leve, que não procura mudança, provocação.

03'15'' – “Talvez a proporção entre entretenimento e arte tenha mudado ao longo do tempo, porque as pessoas tão mais cansadas, tudo está mais caótico. A procura por algo mais vazio, mais leve é muito maior do que era.”

03'40'' – “Sorte que a gente se encontrou. Tava lá comendo bolo com o Tarcísio e não sabia que vocês tavam aqui.”

04'00'' – O que trazer pro público: “Minha primeira experiência como apresentador foi num programa de rádio.”

04'40'' – Após falar dos questionamentos sobre a distância dos amigos e de receber sempre as mesmas perguntas há 10 anos atrás: “Eu tava cansado de responder perguntas, eu queria fazê-las também. Eu queria ter conversa, derrubar essa história de celebridade, porque eu tava na televisão e essa questão aconteceu muito rápido. Aí, entre eu e você sempre tinha o personagem, uma figura pública. E isso, pra mim, começou a ser um grande incômodo. As pessoas passaram a ter pré-opiniões sobre mim, preconceitos...”

05'15'' – “As pessoas têm uma relação com a figura pública do ator... muito bipolar, não sei. Porque é um amor total, mas também um certo desprezo.”

05'28'' – A produtora chama ele. Ele pede um sanduíche. “Aí vocês editam, né. Ou não né, porque era meio isso que eu queria né. Tirar essa formalidade entre eu e as pessoas.”

06'00'' – “O que acontece com a fama? Os amigos próximos se afastam. E seus amigos menos próximos se aproximam. Existem muitas pessoas que se dizem muito próximas mas não são, ao mesmo tempo em que os amigos próximos se intimidam, e aí eles começam a falar ‘puta, cara, não quero te atrapalhar’.”

06'30'' – “Eu queria poder fazer um programa em que eu pudesse me comunicar com as pessoas, mas sem o personagem. Eu radicalizei. Onde não tem só imagem? No rádio. Onde tem conteúdo? No rádio. E é fácil de fazer. Então eu peguei um gravador, não esse que vocês têm aqui, que é maravilhoso, e juntei uns amigos e começamos a gravar numa mesa de domingo.”

07'15'' – “Aí eu passei a me comunicar com as pessoas da maneira mais honesta, mais sincera. Fazendo perguntas, dando opiniões sobre coisas que não me perguntavam.”

07'50'' – “O Paulo Autran falava que eu não devia fazer programa de rádio, porque ele falava que eu pelo menos devia fazer algo como ator, atuando em algum personagem, porque quanto mais as pessoas veem como é você, elas têm mais capacidade de te dissolver em outro personagem, e eu concordava com ele.”

08'20'' – “MAS, eu achava que não tinha outro jeito. Acho que no tempo deles não existia essa coisa de internet, essa invasão. Ou seja, hoje a ideia de preservação é totalmente utópica. Então, você tem que escolher: ou você vai se revelar a partir das fotos que tiram de você e do que falam de você ou você pode ajudar colaborando positivamente pra isso. Foi o que eu fiz.”

09'00'' – Fim do vídeo. Conversa descontraída. “Não dá pra falar ‘oi’ pro Tarcísio.”

### Vídeo 2 Câmera Principal - 9217

00'15'' – Importância do audiovisual. “A comunicação é importante, ela é evidente. Desde o risquinho na caverna que era uma espécie de comunicação, uma espécie de arte, até hoje com toda essa tecnologia.”

00'34'' – “O que acho importante nos dias de hoje em que todo mundo tem uma máquina, uma câmera e a possibilidade de gravar, filmar é que toda essa salada de ideias e imagens te permite abrir o leque da expressão, você democratizar a expressão pra todos. Isso eu acho muito legal.”

01'10'' – “E em tempos em que algumas pessoas não toleram a opinião contrária, o audiovisual e a câmera congrega, ela ajuda a provar. Ela não é palavra, ela é fato, imagem. Na maioria das vezes, quando é jornalística. Quando é no não jornalístico eu acho lindo. A arte do audiovisual eu acho a mais legal de todas.”

01'50'' – “Ao ligar uma câmera você sempre vai ser diferente do que você é por mais natural que você seja. Eu estou tentando ser totalmente honesto com vocês, mas só o fato de vocês deixarem uma câmera aqui já me torna meio personagem.”

02'10'' – “Eu gosto do teatro, é minha expressão favorita. Porque eu tô lá, não tem como enganar. Eu acho a mais moderna e refinada das artes por causa disso.”

02'20'' – Pegando na câmera “Não tem esse intermediário aqui que é a câmera.”

### Vídeo 3 Câmera Principal - 9222

00'25'' – “O que o público vê em você, você não controla. O público tem opiniões sobre as pessoas independente do que elas queiram. As pessoas pensam coisa de mim, projetam coisas em mim que independem de mim, de quem eu sou.”

01'00'' – “É muito bom que as pessoas gostem de mim, é também um grande aprendizado quando as pessoas não gostam. Mas o que eu quero é ser honesto com as pessoas.”

01'25'' – “O que eu acho da câmera, o que eu acho do audiovisual é que isso é o futuro. Eu não acho que o futuro tá na palavra. Ele tá na imagem. O futuro tá em vocês, jovens. E o futuro tá aí (aponta para a câmera)” p.s.: possível depoimento final.

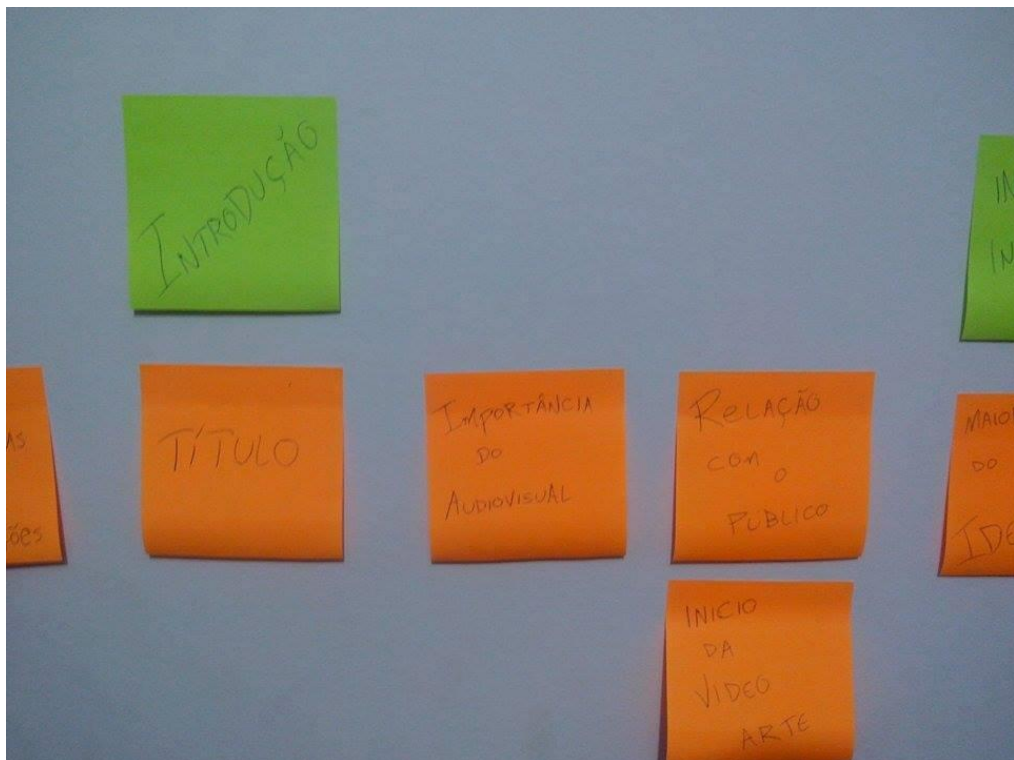
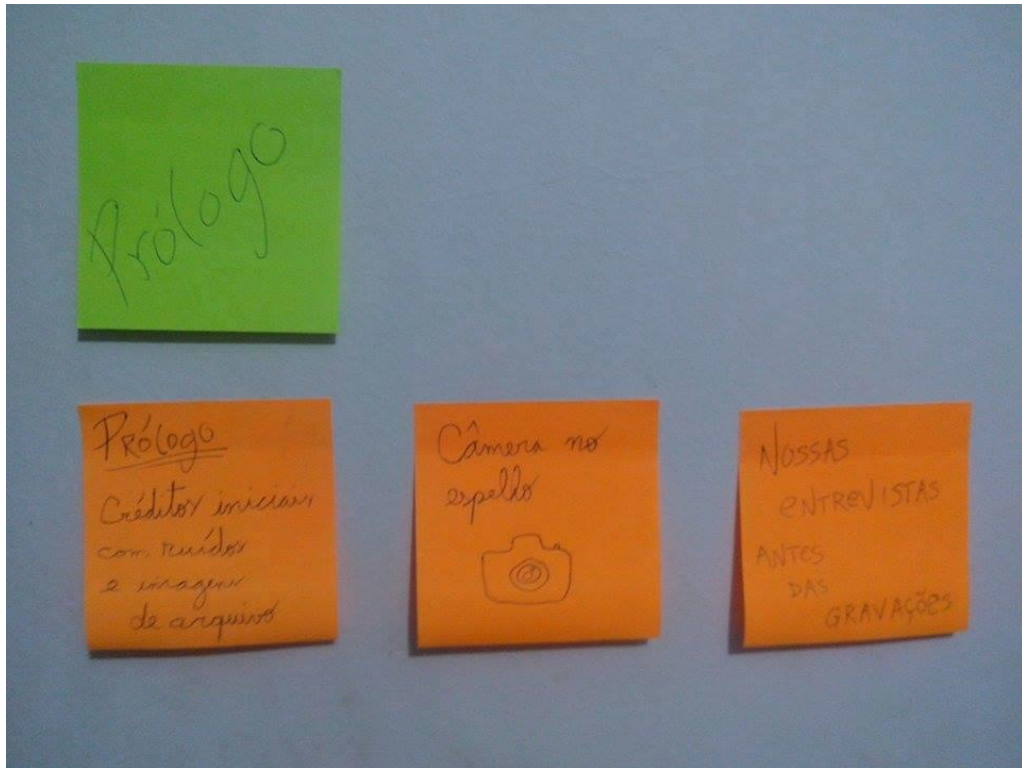
Fim do vídeo – Ele fala que precisa ir pra peça. Clima de correria e descontração.

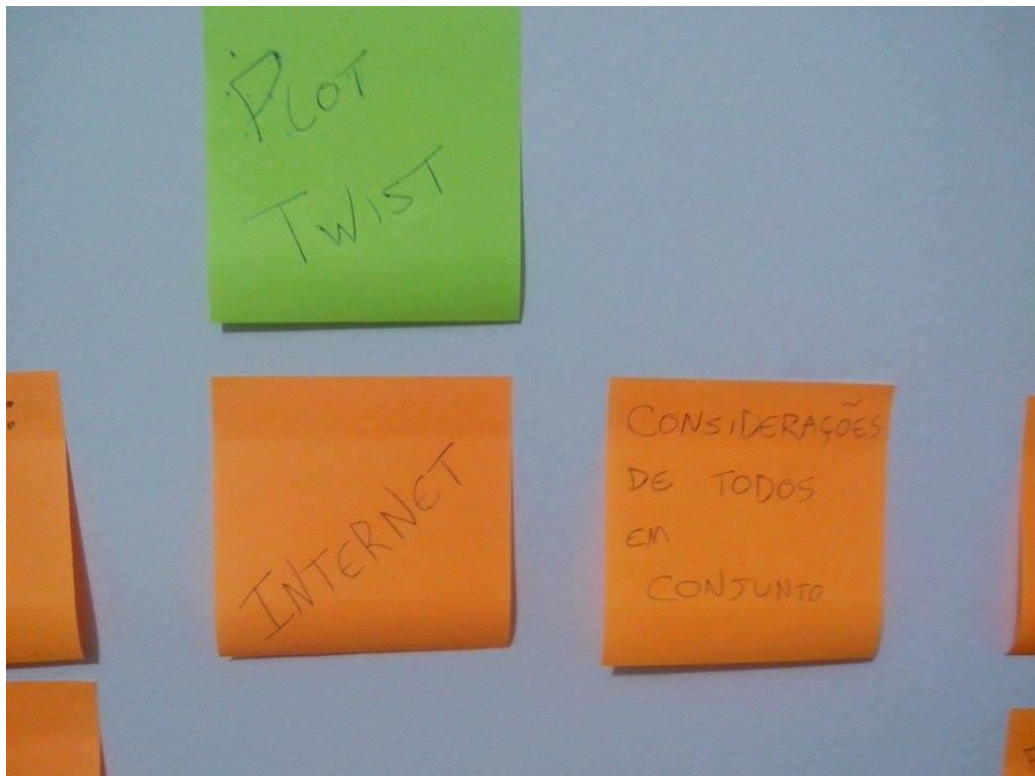
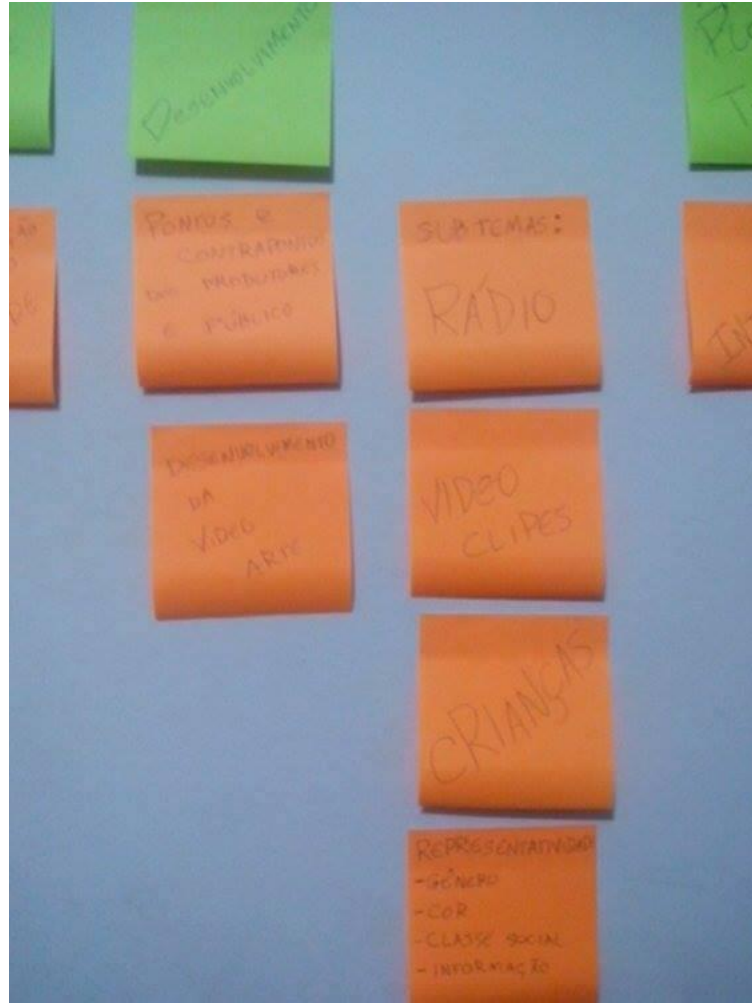
## APÊNDICE 4 – Cronograma

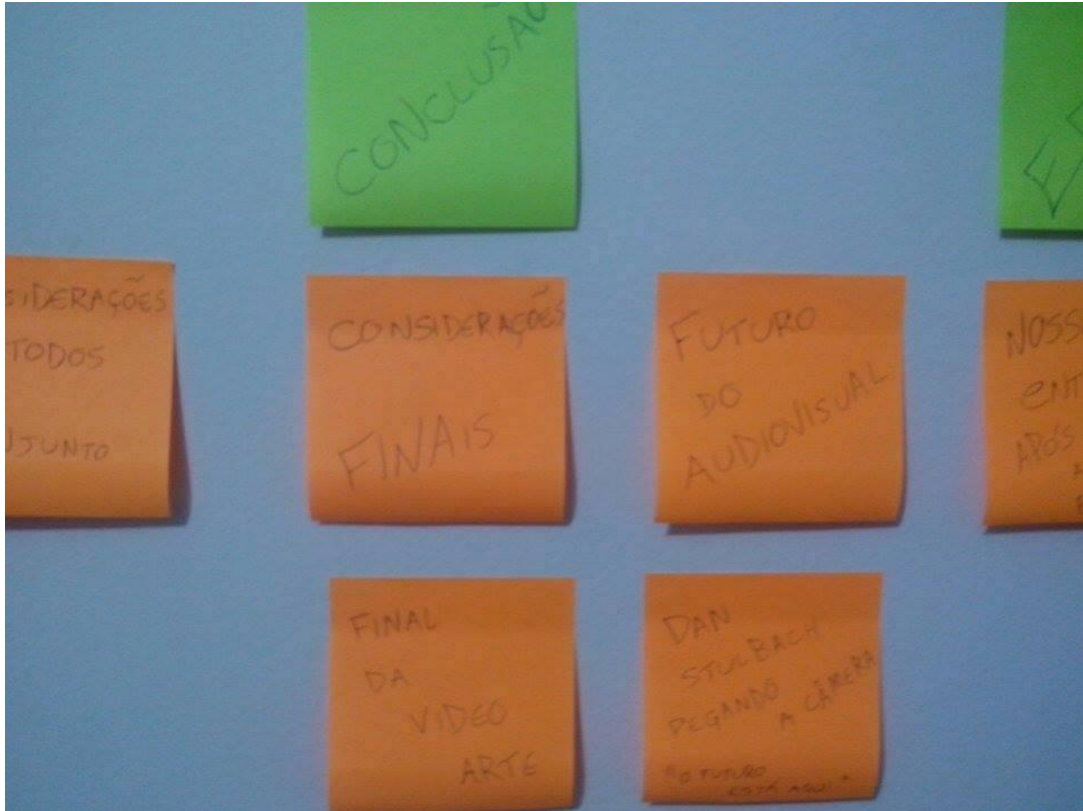
15/02/2016	Finalização do Primeiro Corte do Produto (entende-se por 1º corte de uma obra audiovisual, como primeira versão, podendo sofrer pequenas alterações ao decorrer do tempo, mas que não fujam da temática, justificativa, objetivos e visibilidades já expostas acima.)
24/02/2016	Apresentação aberta ao público na UNESP de Bauru do Primeiro Corte para a banca que examinará o Trabalho de Conclusão de Curso
Fevereiro a Março de 2016	Busca por patrocinadores e apoiadores do produto e, possivelmente, últimas mudanças a partir do que for examinado no primeiro corte.
Fevereiro a Abril de 2016	Início dos trabalhos de divulgação por meio das redes sociais já citadas; confecção de DVDs e camisetas a serem doadas aos entrevistados e/ou patrocinadores/apoiadores, além de pessoas comuns como forma de merchandising do filme. Além de venda de alguns dos DVDs e camisetas.
Abril de 2016 a Março de 2017 (no mínimo).	Disponibilização nas nossas redes sociais de fotos, informações, curiosidades sobre o filme, sobre nossos entrevistados, pequenos trechos do documentário e/ou extras do que foi gravado mas não contém no produto final.
Abril de 2016 a Março de 2017	Inscrições em festivais de cinema nacionais e internacionais.
Fevereiro de 2017 a Abril de 2017	Início das negociações com emissoras e canais de TV e salas de cinema pelo Brasil.
Após negociações (e possíveis exibições) com emissoras e canais de TV e salas de cinema pelo Brasil	Divulgação do documentário na íntegra na Internet, provavelmente por meio do <i>Youtube</i> e/ou <i>Vídeo</i> .



## APÊNDICE 5 – Primeiro esquema de roteiro







## **APÊNDICE 6 – Trecho do roteiro principal**

### **== -INTRODUÇÃO - IMPORTÂNCIA DO AUDIOVISUAL**

(Inicialmente, sem GCs apresentando-os. Acho legal a ideia de mostrar quem essas pessoas são nas partes subsequentes para demonstrar o calibre do posto delas em relação ao que estão falando. Além de deixar os GCs delas mais próximos dos consumidores, dando uma equivalência de valores. Outra vantagem que senti é que, como o tema é introdutório, é melhor deixar o foco no que eles falam, sem correr risco de desviar a atenção.)

#### **TONI VENTURI**

Vídeo 1 Câmera Principal - 9112

01'10" – “O audiovisual está presente no cotidiano das pessoas seja através da televisão, seja através da Internet, do cinema, todas as formas de comunicação, via celular, via mensagem. Ele faz parte intrínseca na vida de todo mundo.” (uma boa síntese do intuito do documentário, bom caráter introdutório)

#### **DAN STULBACH**

Vídeo 2 Câmera Principal - 9217

00'15" – Importância do audiovisual. “A comunicação é importante, ela é evidente. Desde o risquinho na caverna que era uma espécie de comunicação, uma espécie de arte, até hoje com toda essa tecnologia.”

#### **ANDRÉ BUSHATSKY**

Principal – 9128

00'20" – Qual a importância do audiovisual?: “é fundamental para as pessoas, faz parte da vida, é uma forma de entretenimento, passar conteúdo e informar. Ele tá aí, sempre existiu, desde que começou a assistir... é fundamental para relaxar ou para se informar”

#### **CLÁUDIA DA NATIVIDADE**

MVI\_2314

0:40 – audiovisual como instrumento de comunicação/expressão

## ZICO GÓES

Principal – 9197

00'20" – Importância do audiovisual: “resposta de um milhão de dólares e de uma semana... o mercado do audiovisual, televisão, internet e coisas parecidas, é uma representação da sociedade, do que quer e é, se vê na televisão, se expressa e interage com o mundo. Resumindo é uma integração, partindo do âmbito audiovisual as pessoas se comunicam”

## MAURÍCIO EÇA

MVI\_9117

0:30 – “O audiovisual faz parte da vida de todo mundo, tanto entretendo, como informando (...) eu cresci sendo educado através do cinema e da televisão. Historicamente a gente sabe o quanto o cinema e a tv influenciou em muita coisa...”

## CARLA FIORONI

0:29 - É difícil se imaginar sem o audiovisual, porque tudo o que a gente imagina tem a ver com imagem.

## ELIZABETH SAVALLA

00'20" – Importância do audiovisual: “Sem não se vive, ainda mais nessa era digital... O papel da imprensa e do audiovisual para aproximar as pessoas.”

## THUNDERBIRD

Principal 9163

00'30" importância do audiovisual “acho que as pessoas já estão impregnadas, já dependem disso, pelo menos eu dependo disso... quando me isolo, sinto muita falta desse impacto... está muito inserido na relação do ser humano com a vida em geral”

## CARLA FIORONI

2:00 - O audiovisual tá presente em tudo, não é só porque eu sou atriz (...) Não consigo imaginar uma pessoa que vive nesse século que não se toque pelo audiovisual

## TONI VENTURI

Vídeo 1 Câmera Principal - 9112

00'20" – IMPORTÂNCIA DO AUDIOVISUAL “Nossa, que pergunta! A gente poderia ficar horas falando sobre isso. Acho que não há nada mais determinante e importante no século XXI do que a imagem. O audiovisual em todas as suas formas e suas mídias, suas janelas e suas expressões, elas hoje estão presentes na vida de cada cidadão. E eu digo isso para as sociedades industrializadas e semi-industrializadas, não as sociedades mais primitivas ou em outro estágio de desenvolvimento.”

## AMADA FOCA

Vídeo 1 Câmera Principal - 9200

00'20" – IMPORTÂNCIA DO AUDIOVISUAL

- “Difícil responder isso”
- “Pergunta complexa logo de cara!”
- “Mas, assim... No nosso caso, é nossa vida. O audiovisual é a possibilidade de criar universos que não existem para mostrar coisas que fazem as pessoas refletirem sobre o nosso universo. Acho que essa é a grande parada.”

00'46" –

- “Mesmo fazendo comédia a gente procura, de alguma maneira, fazer o cara pensar em alguma coisa. Não rir só por rir. No final, o audiovisual é fazer pensar.”
- “Resumindo, é a evolução da contação de histórias, né. Sempre teve na sociedade essa coisa de contar histórias. Remete a coisa mais primitiva.”

## JOSÉ ROBERTO TORERO

Vídeo 1 Câmera Principal - 9189

00'53" – (importância do audiovisual)“O ser humano tem fome de historinhas. Tem fome de comida e fome de historinhas. Durante muitos anos essas historinhas eram dadas por religião, teatro, literatura... Mas aí quando apareceu o cinema, surgiu uma nova forma de contar historinhas. Depois a televisão, que é meio cinema... Depois a internet, enfim, ainda é no audiovisual.”

**PAULA KIM** (possível fala final para emendar na relação com público)

Vídeo 1 Câmera Principal - 9228

01'20" – Importância do audiovisual “Trouxe uma importância no sentido da representatividade do ser humano. Está atrelado ao contar histórias, desde os desenhos nas cavernas (\*Torero fala o mesmo)... Mesmo com o cinema tratando temas mais difíceis com mais crítica, o entretenimento no audiovisual existe para as pessoas se sentirem mais representadas.”

02'00" – “A TV por exemplo. Ela não necessariamente representa as pessoas, mas ela trabalha com essa questão de ideais.”

**THUNDERBIRD**

Principal 9163

01'10" o que as pessoas querem ver? Essa visão mudou de ontem pra hoje? “Estou sempre atrás do pulo do gato, do grande truque... é o segredo... então tô sempre experimentando, já fiz de tudo... acho que as pessoas inteligentes querem algo inusitado hoje me dia... as pessoas menos esforçadas querem mais do mesmo, são acomodadas e querem mais do mesmo, aquela novelinha, aquela jornalzinha, aquela impostação de voz, querem sossego, mas tem as pessoas que querem se incomodar, algo novo, aquilo que mude o cenário e é pra essas pessoas que eu trabalho”