

UNESP – Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

PROGRAMA RETRATE

Orientandos

GRÉGORY DAMASO
LEANDRO DA SILVA FREITAS
SILLAS CARLOS DOS SANTOS

Orientadora:

Prof^ª. Dra. LORIZA LACERDA DE ALMEIDA

Banca examinadora:

Prof. Dr. ANTÔNIO FRANCISCO MAGNONI
Prof. Ma. ELISSA SCHPALLIR SILVA

Bauru – SP
2017

UNESP – Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

PROGRAMA RETRATE

Nome dos orientandos

Grégory Damaso

131030401

Leandro da Silva Freitas

131032658

Sillas Carlos dos Santos

131032615

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 – SP
2017

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho à equipe de produção do Programa Retrato, tanto na primeira quanto na segunda temporada, bem como aos professores que agregaram conhecimento ao nosso percurso durante a graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos membros da equipe da segunda temporada do Programa Retrato pela disposição, motivação, profissionalismo e companheirismo mostrados durante a realização do projeto. Agradecemos, também, aos jurados da segunda temporada pela colaboração e ensinamentos compartilhados. Agradecemos, ainda, a todas as pessoas que assistiram ao programa pela atenção e confiança no projeto.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 1	25
Figura 2 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 2 - 1	26
Figura 3 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 2 - 2	26
Figura 4 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 3 - 1	27
Figura 5 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 3 - 2	27
Figura 6 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 4 - 1	28
Figura 7 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 4 - 2	28
Figura 8 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 5 - 1	29
Figura 9 - <i>Youtube Analytics</i> : episódio 5 - 2	29
Figura 10 - Diagrama de mídias.....	38
Figura 11 - Frame apresentadora Ana Paula Padrão e participante: <i>reality show</i> "MasterChef"	42
Figura 12 - Frame iluminação: <i>reality show</i> "MasterChef"	43
Figura 13 - Frame apresentação do cenário: <i>reality show</i> "MasterChef"	44
Figura 14 - Frame maleta: <i>reality show</i> "MasterChef".....	45
Figura 15 - Frame inscrição do logotipo do programa nas paredes: <i>reality show</i> "MasterChef"	45
Figura 16 - Frame: <i>reality show</i> "Lucky Ladies".....	46
Figura 17 - Frame: <i>reality show</i> "Extreme Makeover Social".....	47
Figura 18 - Frame: <i>reality show</i> "Quebra-galho MTV".....	47
Figura 19 - Frame: Lea T: Transsexualidade e Tabu: "Sense8 Decoded"	48
Figura 20 - Frame: "How Does It Feel Out"	49
Figura 21 - Frame: "Canal Manual do Mundo"	50
Figura 22 - Frame: "Canal Tasty".....	50
Figura 23 - Frame: Canal COOPH - "7 Funky Photograph Tips"	51
Figura 24 - Estrutura de todos os episódios da segunda temporada do <i>reality show</i>	67
Figura 25 - Decupagem de plano "Apresentação tema e conversa entre jurados e participantes"	70
Figura 26 - Decupagem planos "conversa entre os jurados sobre as fotos das provas"	70
Figura 27 - Decupagem planos: "Feedback das fotos e eliminação"	71
Figura 28 - Frame episódio 2, estúdio F/1.4.....	76
Figura 29 - Estúdio F/1.4	77
Figura 30 - Estúdio de televisão da Unesp	77
Figura 31 - Frame episódio 2, estúdio F/1.4.....	78
Figura 32 - Frame episódio 2, estúdio de televisão da Unesp	78
Figura 33 - Frame episódio 2, estúdio F/1.4.....	79
Figura 34 - Frame episódio 2, estúdio de televisão da Unesp	79
Figura 35 - Gravações episódio 2, estúdio de televisão da Unesp.....	80
Figura 36 - Frame episódio 2.....	81
Figura 37 - Decupagem episódio final: bloco 1.....	88
Figura 38 - Decupagem episódio final: bloco 2.....	89
Figura 39 - Decupagem episódio final: bloco 3.....	90
Figura 40 - Decupagem episódio final: bloco 4.....	91
Figura 41 - Decupagem episódio final: bloco 5.....	93
Figura 42 - <i>Youtube Analytics</i> : segunda temporada, episódio 1 - 2.....	106
Figura 43 - <i>Youtube Analytics</i> : segunda temporada, episódio 1 - 2.....	107
Figura 44 - <i>Youtube Analytics</i> : segunda temporada, episódio 2 - 1.....	107
Figura 45 - <i>Youtube Analytics</i> : segunda temporada, episódio 2 -2.....	108
Figura 46 - <i>Youtube Analytics</i> : segunda temporada, episódio 3 - 1.....	108

Figura 47 - *Youtube Analytics*: segunda temporada, episódio 3 -2..... 109

Figura 48 - *Youtube Analytics*: segunda temporada, episódio final - 1..... 109

Figura 49 - *Youtube Analytics*: segunda temporada, episódio final - 2..... 110

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Frequência de acesso à internet.....	22
Tabela 2 - Plataforma de uso da internet	23
Tabela 3 - Redes sociais mais utilizadas pelos usuários	23
Tabela 4 - Cronograma senamal: websérie.....	39
Tabela 5 - Cronograma episódio final	39
Tabela 6 - Atuação de cada mídia no Retrato	40
Tabela 7 - Produtos do Retrato	40
Tabela 8 - Equipe reality show (episódios gravados)	53
Tabela 9 - Equipe reality show (episódio final)	55
Tabela 10 - Equipe Minidocs	56
Tabela 11 - Equipe Dicas Retrato	58

Sumário

RESUMO	1
INTRODUÇÃO	2
1. PRINCÍPIOS TEÓRICOS	4
1.1. A sociedade em rede e a cultura da convergência	4
1.2. Cultura participativa: o papel do receptor na era da convergência	6
1.3. Narrativa Transmídia	8
1.4. <i>Reality Show</i> e Novas Mídias	10
1.5. A esfera pública da internet no debate de assuntos relevantes: ativismo e empoderamento na rede	12
1.6. A fotografia como ferramenta de denúncia social	14
2. PROPOSTA	19
2.1. Bem-vindos ao Retratar: da ideia à primeira temporada	19
2.2. Novas propostas para a segunda temporada	20
2.3. Antes de produzir, analisar. O que foi levado em consideração no planejamento da segunda temporada do Retratar?	21
2.3.1. Uma breve análise do consumo de internet no Brasil	21
2.3.2. Sobre o Retratar, o que os espectadores acharam da primeira temporada?	23
2.3.3. Analisando os questionários e tomando as decisões para a segunda temporada	30
2.4. Criando a segunda temporada	32
2.4.1. O Retratar e as mídias digitais	33
2.5. Referências Gerais e Estéticas	41
2.5.1. <i>Reality Show</i>	41
2.5.2. Retratar Minidoc	48
2.5.3. Dicas Retratar	49
3. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO	52
3.1. Formação da equipe	52
3.2. Planejamento e pré-produção	58
3.3. Produção executiva	59
3.4. <i>Reality Show</i>	61
3.4.1. Pré-produção do <i>Reality Show</i>	62
3.4.2. Produção do <i>Reality Show</i>	72
3.4.3. Pós-produção do <i>reality-show</i>	82
3.4.4. Veiculação do <i>reality-show</i>	83
3.5. <i>Reality show</i> (episódio transmitido ao vivo)	84
3.5.1. Pré-produção da final ao vivo	84

3.5.2. Produção da final ao vivo	94
3.5.3. Veiculação da final ao vivo	96
3.5.4. Pós-produção da final ao vivo	96
3.6. Retratar mini docs	96
3.6.1. Pré-produção dos mini docs	96
3.6.2. Produção dos mini docs	98
3.6.3. Pós-produção dos mini docs	101
3.6.4. Veiculação dos mini docs	102
3.7. Dicas Retratar	102
3.7.1. Pré-produção do Dicas Retratar	103
3.7.2. Produção do Dicas Retratar	103
3.7.3. Pós-produção do Dicas Retratar	104
3.7.4. Veiculação do Dicas Retratar	105
3.8. Análise da segunda temporada	106
3.8.2. <i>YouTube Analytics</i> da segunda temporada	106
3.8.2. Questionário sobre a segunda temporada	110
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116
APÊNDICES	119
APÊNDICE A - BÍBLIA DE PRODUÇÃO	119
APÊNDICE B - Cronograma Geral	129
APÊNDICE C - FLUXOGRAMA DE PRODUÇÃO	133
APÊNDICE D - PROJETO DE COLABORAÇÃO	134
APÊNDICE E - ORÇAMENTO	139
APÊNDICE F - ORDEM DO DIA	140
APÊNDICE G - RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO 1ª TEMPORADA	142
APÊNDICE H - RESPOSTAS QUESTIONÁRIO TEMPORADA 2	173
APÊNDICE I - ROTEIRO DICAS RETRATAR	182
APÊNDICE J - ROTEIRO MINIDOCs	186

RESUMO

Grégory Damaso, Leandro da Silva Freitas e Sillas Carlos dos Santos

Programa Retratar

Trabalho de Conclusão de Curso – Comunicação Social - Radialismo

Orientador: Prof^a. Dra. Loriza Lacerda de Almeida

O presente trabalho apresenta os estudos e etapas de realização da segunda temporada do Programa Retratar, um *reality show* sobre fotografia social produzido por alunos do curso de Comunicação Social (Radialismo) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Será discutido como o gênero de *reality show* interage com diversas mídias diferentes, bem como o poder da fotografia enquanto ferramenta de denúncia para questões de interesse social. Será relatado os procedimentos realizados para a produção do projeto, em especial para a segunda temporada, produzida e divulgada no ano de 2016. Serão analisados, ainda, os resultados que a equipe obteve após a transmissão do projeto, bem como uma análise acerca da produção de uma forma geral.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura da convergência, Mídias Digitais, *Reality show*, fotografia social, convergência, narrativa transmídia

INTRODUÇÃO

O crescente acesso a diversos meios de comunicação tem proporcionado um espaço de troca de informações jamais visto em outra época. Com um simples aparelho celular, é possível interagir com pessoas de vários locais do mundo, ouvir áudios e assistir a transmissões ao vivo. Este novo contexto está revolucionando a forma como as pessoas interagem entre si, muitas vezes utilizando diversas plataformas diferentes para discutir sobre um mesmo conteúdo.

Entre as produções culturais que estão vivenciando esta transformação de forma mais intensa, está a produção para televisão. Filmes, novelas, programas e noticiários buscam uma forma de se atualizar para atender às demandas de um público cada vez mais conectado a outras mídias.

Esta dinâmica pode ser vista no gênero de *reality shows*, em especial, uma vez que muitos deles utilizam técnicas de interatividade e participação do público para desenvolver suas narrativas. Através de outras formas de comunicação, como telefones, celulares, e-mails e redes sociais, esse tipo de produção apresenta grandes oportunidades para a experimentação transmidiática.

Uma vez que as formas de comunicação estão facilitando o compartilhamento de conteúdos de uma maneira cada vez mais rápida e eficaz, é compreensível que algumas pessoas utilizem-se desta vantagem para comunicar suas ideias. Textos, vídeos, fotografias e diversas outras plataformas são divulgadas a uma grande quantidade de pessoas a todo momento, o que gera cada vez mais conteúdo a ser consumido. Entre estes conteúdos, está a fotografia como forma de denúncia de temáticas de interesse social. Muito antiga no jornalismo, este estilo de registro imagético tem alcançado novas significações com a convergência cultural atual. Com apenas uma foto, é possível informar e denunciar uma realidade a um número ilimitado de consumidores deste tipo de produção.

Atentos a estas novas dinâmicas comunicacionais, um grupo de alunos do curso de Comunicação Social (Radialismo) da Unesp de Bauru elaborou um programa chamado “Retrate”. O projeto é um *reality show* de competição fotográfica que aborda assuntos de interesse social. Com uma primeira temporada produzida em 2015, a

equipe decidiu continuar o projeto e realizar uma segunda temporada como Trabalho de Conclusão de Curso.

Este trabalho abordará o processo de produção do programa *Retrate*, com o intuito de compreender as possibilidades oferecidas pelos novos meios para a produção audiovisual contemporânea. O primeiro capítulo visa contextualizar o programa no atual cenário convergente e dinâmico no que se refere à produção audiovisual. Para isso, faz-se uma leitura aprofundada acerca dos estudos sobre rede, Cultura da Convergência, bem como narrativas transmidiáticas e mídias digitais. Além disso, também explora as possibilidades da fotografia como ferramenta de estudos nas ciências sociais e a utilização da rede como forma de debater-se assuntos de relevância social.

A partir das constatações teóricas, é apresentada a estruturação do programa, no capítulo dois. Da ideia à primeira temporada, o capítulo mostra como o programa foi realizado e divulgado em sua primeira edição. São apresentados, ainda, os dados de recepção da produção por parte do público que acompanhou o programa. Baseando-se nestes dados, o capítulo traz, ainda, o planejamento e estruturação da segunda temporada do projeto.

No terceiro capítulo é trabalhado, de forma detalhada, a produção da segunda temporada do *Retrate*. É explicado como esta temporada se diferencia da primeira, bem como foram os processos de realização do programa, apresentando todas as suas etapas. Considerando as análises acerca da primeira temporada e realizando uma série de novas propostas, o projeto torna-se maior, tanto em conteúdo quanto na forma audiovisual.

Será priorizado, neste trabalho, o relato das atividades referente à criação, planejamento, roteirização, direção, assistência de direção, planejamento do programa nas mídias digitais e produção executiva, pois estas foram as funções realizadas pelos responsáveis deste trabalho. Questões como direção de fotografia, direção de arte, som, montagem, videografismos etc, ainda que abordadas durante o processo, não serão detalhadas. Tais funções foram exercidas por voluntários do curso de Rádio e TV que serão identificados mais a frente e os créditos destes aspectos do trabalho são devidos a eles.

1. PRINCÍPIOS TEÓRICOS

1.1. A sociedade em rede e a cultura da convergência

Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (JENKINS, 2009)

Marshall McLuhan (1969, p.49. Apud MARTINO, 2015, p.193) na sua obra *Mutations 1990*, publicada em meados dos anos 60, previa que, no futuro, os estudantes teriam acesso a todo tipo de conhecimento em questão de minutos através de uma rede de computadores. Hoje, para uma parte da população mundial, não é difícil vivenciar o que o autor imaginou na década de 60. O advento da internet e das novas mídias alterou consideravelmente o modo de vida humana, incluindo a relação das pessoas com as produções culturais na Era da informação.

Estas alterações não se dão apenas na relação humano-máquina, pelo contrário, a mediação por novos meios de comunicação alterou a dinâmica de interação entre seres humanos. Uma pessoa, ao se conectar a uma rede de computadores supera barreiras espaciais, comunicando-se com diversas pessoas de qualquer localidade do globo em apenas alguns segundos, desde que esta também esteja conectada. Esta nova configuração social é o que o autor Manuel Castells (1999) denomina “sociedade em rede”.

O Conceito de rede, neste caso, se refere a inúmeros pontos conectados entre si. Que trocam informações, interagindo em diversas ligações com outros pontos e participando de uma complexa estrutura de comunicação. Nas palavras de Luís Mauro Sá Martino:

Em uma rede social digital, por exemplo, cada pessoa é um nó. Cada página ou comunidade, por sua vez, é outro nó. E, finalmente, o site de uma rede social é uma espécie de “nó de nós”, mas ao mesmo tempo, também é um nó quando pensado no conjunto da internet - que, não custa lembrar, é uma “rede de redes”. A interconexão entre os nós é uma característica fundamental de qualquer rede. (MARTINO, 2015, p. 100)

Dentre as características desta sociedade em rede estão a dissolução de fronteiras físicas e também a velocidade de circulação de informações. Uma vez inseridas nos ciberespaços, as pessoas podem se comunicar sem a restrição

geográfica do mundo desconectado. As informações trocadas entre elas encontram na rede a melhor forma de se articularem, circulam em alta velocidade e em maior quantidade. Há novas informações a todo tempo, que são mudadas, canceladas ou ratificadas por mais informações e se espalham entre os indivíduos conectados.

Dentre outras características econômicas, políticas e sociais, Manuel Castells cita uma mudança na lógica de comunicação dentro da sociedade em rede. Se anteriormente havia um domínio dos meios de comunicação de massa sobre a produção de conteúdo, hoje o consumidor também se torna um produtor em potencial. A conexão em rede permite que outros produtores, fora da mídia de massa, possam veicular seu conteúdo, distribuí-lo para outras pessoas conectadas e até interagir com produções que circulam em mídias como a televisão, o rádio, o jornal etc.

Esta característica do espectador, que será tratada com mais profundidade mais a frente, é um dos aspectos que configuram a chamada Cultura da Convergência.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 29)

Vale ressaltar que a cultura da convergência não se refere à junção de diversas funções em um único aparelho, o que Jenkins se refere como sendo a “falácia da caixa preta”. Convergência é um processo que acontece na forma de pensar dos consumidores e na forma como estes interagem com outros (JENKINS, 2009). Isso não significa que não haja aparelhos que acumulam mais de uma função, como *smartphones*, por exemplo, mas este é apenas um dos aspectos da cultura da convergência e não ela em sua totalidade.

Grande parte dos aspectos deste conceito estão relacionados ao consumidor de produtos midiáticos. A convergência acontece ao se relacionar conteúdos presentes em diferentes momentos e plataformas além dos que oferecem o conteúdo, ou seja, ela pode ocorrer no simples ato de relacionar-se algo do mundo real a uma série ou filme, por exemplo (MARTINO, 2015). Outro ponto característico da convergência está no domínio, já possuído pelo consumidor, das linguagens de cada meio de comunicação. Sabe-se os códigos de cada mídia, sejam os apresentados em programas de televisão, filmes documentários, telejornais etc. Este domínio dos

códigos confere ao espectador a possibilidade de reproduzi-los em suas próprias criações.

1.2. Cultura participativa: o papel do receptor na era da convergência

Durante muito tempo, os meios de comunicação funcionaram sob uma lógica dicotômica em que produtores de conteúdo e consumidores destes produtos estavam em lados diferentes do processo de comunicação. Cada um ocupava estritamente o seu papel, sem que os receptores interferissem significativamente na mensagem comunicada. Este modelo pode ser observado no começo do rádio ou da televisão, quando a interatividade do público com o produto era mínima ou inexistente.

Com o desenvolvimento dos processos comunicacionais, a relação entre os produtores e consumidores passou a ficar mais complexa. Emissoras de rádio e televisão passaram a expandir a interação do público por meio de cartas recebidas ou atendendo telefonemas durante suas transmissões.

A partir da popularização da internet na década de 90, porém, o poder de influência dos consumidores sobre o produto aumentou significativamente. O facilitamento da comunicação à distância, aliado a um maior acesso do público a computadores, câmeras, gravadores e smartphones expandiu significativamente o poder de interação do público com o produto.

A partir desta grande evolução na relação entre produtores e consumidores, Jenkins (2009), ao estudar a cultura da convergência, apresenta o termo “cultura participativa”, como explica o autor:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30)

É importante observar que os conceitos de “interação” e “participação” não são sinônimos no estudo da cultura participativa. Apesar de relacionados, os termos não dizem respeito às mesmas práticas, como explica Jenkins:

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para receber o feedback do consumidor [...]. A participação, por

outro lado, é moldada pelos protocolos culturais e sociais. Assim, por exemplo, o quanto se pode conversar num cinema é determinado mais pela tolerância das plateias de diferentes subculturas ou contextos nacionais do que por alguma propriedade inerente ao cinema em si. A participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia. (JENKINS, 2009, p.189-190)

Desta maneira, a interatividade está mais relacionada à concepção do produto, pois ela acontece baseada em formas já estruturadas para que o consumidor tenha certa interferência na obra, garantindo, assim, um maior controle pelos produtores. Por outro lado, a participação se dá no momento em que o público espontaneamente reage à mensagem das mais diversas formas, sendo esta reação mediada por normas sociais e hábitos culturais dos consumidores, o que a torna menos controlável pelos produtores da obra.

A cultura participativa aumentou as oportunidades dos consumidores de interagirem e participarem com o produto, especialmente com o crescimento do acesso à internet nas últimas décadas. Esta nova relação pode ser observada especialmente entre os fãs, que são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno (JENKINS, 2009, p.188).

Muitos fãs utilizaram-se de ferramentas proporcionadas pela popularização da internet e pelo maior acesso a aparelhos de comunicação não só para terem acesso aos conteúdos que preferem, mas também para expressar suas posições e pontos de vista sobre eles. Filmes amadores, paródias, releituras e diversas outras formas de expressão se tornaram mais fáceis de serem produzidas e ganharam mais visibilidade nesse novo contexto. De acordo com Jenkins (2009, p. 188), “nada disso é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura dos fãs. A web proporciona um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora”.

Este aumento na visibilidade das expressões culturais por parte do público na era da convergência fez com que, mais do que nunca, os produtores de conteúdo tivessem pouco ou nenhum controle sobre as reações às suas obras. O maior acesso a ferramentas de produção e o facilitamento da comunicação fez com que as produções dos consumidores baseadas em uma obra crescessem em número e, muitas vezes, em qualidade.

Com uma maior distribuição de obras produzidas pelos consumidores de um produto, as empresas responsáveis pela produção original viram-se forçadas a negar

estas reações, defendendo seu produto, ou aceitá-las, buscando a empatia e fidelidade do público.

As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender. As proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativistas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. (JENKINS, 2009, p.236)

Tratando-se de um fenômeno relativamente recente, é compreensível que muitas empresas produtoras de conteúdo não entendam exatamente como se comportar diante da cultura participativa. Como apresentado, algumas procuram afastar-se das produções feitas por consumidores enquanto outras buscam integrá-las a seus projetos. Em relação a esses dois posicionamentos opostos, o antropólogo Grant McCracken diz que “no futuro, produtores de mídia terão de se ajustar às exigências de participação do consumidor, ou correrão o risco de perder seus consumidores mais ativos e entusiasmados para alguma outra atração de mídia mais tolerante” (MCCRACKEN apud JENKINS, 2009, p.190).

1.3. Narrativa Transmídia

Esta Cultura da Convergência, como denomina Henry Jenkins, propicia um ambiente em que conteúdos de um mesmo universo narrativo possam ser distribuídos e explorados em plataformas, linguagens e formatos diferentes de forma articulada, possibilitando uma maior profundidade na experiência do consumidor. É a narrativa transmídia, como define o pesquisador Vicente Gosciola (2012, p.9): “é uma história expandida e dividida em várias partes que são distribuídas em diversas mídias, exatamente aquelas que possam expressar a sua parte da história”.

O conceito foi derivado de uma experiência musical em 1975, realizada pelo compositor e instrumentista Stuart Sanders Smith que compunha melodias, harmonias e ritmos diferentes para cada instrumento que em complementaridade formaria a música. Na área de Comunicação o termo foi cunhado pela primeira vez pela professora de estudos críticos da University of Southern California, Marsha Kinder em 1991, e relata em seu livro *Playing with Power in Movies, Television and Videogames: from Muppets Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* uma observação do cotidiano

de seu filho que pela manhã assistia a série de Tv das Tartarugas Ninjas, à tarde inventava histórias com seu amigo interpretando as personagens e de noite era levado para o cinema para ver uma diferente história das Tartarugas Ninjas. Assim ela concluiu o quão engajado pela história seu filho estava buscando de forma frequente uma expansão da história daqueles notórios personagens, o que denominou de *transmedia intertextuality*.

As partes que compõe uma narrativa transmídia são definidas segundo Gosciola (2012) pela sua “Qualidade Narrativa”, em que a partir de uma “grande narrativa” (história principal) aliada a “nave-mãe” (plataforma principal), são selecionadas partes menores que podem ser expandidas, como a história de algum personagem secundário, por exemplo, transformando-se em novos conteúdos independentes em plataformas distintas, que devem proporcionar através de sua linguagem o máximo de expressividade para a narrativa agregada, e no final cada história deve se articular uma com a outra de maneira orgânica estimulando no consumidor, o que o designer de games, Neil Young, chama de “compreensão acumulativa” explicada por Jenkins (2003) como “o caminho por meio do qual cada novo texto acrescenta um pedaço de informação que nos obriga a revisar nossa compreensão sobre a ficção como um todo”.

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais o consumo. (JENKINS, 2009, p. 138)

A narrativa transmídia ao possibilitar um uso integrado e mais expressivo de diferentes mídias, consegue atrair consumidores que eram usualmente usuários de uma plataforma específica (fãs de quadrinhos, games, filmes, entre outros) fornecendo um contato com esta obra intelectual de maneira mais aprofundada, de forma a incentivar engajamento do consumidor com a história, o que segundo Robert Pratten (2012) “Na “transmedia storytelling”, o engajamento sucessivo com cada mídia aumenta para a audiência a compreensão, o prazer e a afeição com a história.” Desta maneira o espectador já inserido na lógica da “Cultura Participativa” se sente

estimulado a procurar mais informações sobre aquele universo em específico, trocando ideias, teorias com outros fãs, participando das redes sociais, fornecendo assim suporte complementar ao universo transmidiático, criando seu imaginário coletivo.

1.4. Reality Show e Novas Mídias

Reality Show é um gênero televisivo que se encontra dentro da dinâmica do *Reality TV* que agrupa diversos estilo de programas com apelo popular que tem como principais características a tentativa de reproduzir com fidelidade fatos acontecidos no mundo cotidiano na televisão aliado ao “Voyeurismo midiático”, o que segundo a pesquisadora, Débora Rocha (2009, p.3) se constitui em “uma prática na qual o indivíduo sente prazer em observar a vida alheia”. Além disso a pesquisadora define elementos que fazem parte da estética da *Reality Tv* que impregna o modo de fazer o *Reality Show*:

Tal processo se estabelece como um conjunto de estilos e técnicas empregadas na produção televisiva, entre os quais se destacam a câmera escondida; a participação crescente de pessoas anônimas na programação; a exibição de celebridades como pessoas comuns; a reconstituição de fatos reais; a exibição do antes-e-depois; a observação do cotidiano de pessoas reais; a intervenção em acontecimentos reais através da performance. (ROCHA, DÉBORA, 2009, p.3)

As primeiras experiências da *reality tv* ocorreram na década de 1940 nos Estados Unidos nos programas de câmera escondida de Allen Funt, que queria que seu programa mostrasse situações aparentemente banais mas integradas ao cotidiano de todas pessoas. A primeira experiência de *reality show* ou como a pesquisadora Cossete Castro chama de *telerealidade* foi feita em 1973 com o programa *An American Family* que consistia em acompanhar o cotidiano da família Loud, uma típica família de classe média norte-americana. O programa contou com mais de 300 horas de material distribuídos durante sete meses e era não-roteirizado, porém contava com edição de imagens e fundo musical. A atração conquistou enorme simpatia do público atingindo audiências de mais de 10 milhões de pessoas e teve como ponto alto o divórcio do casal Loud. Luis Mauro de Sá Martino (2015, p.166) em seu livro *Teoria das Mídias digitais* explica o avassalador sucesso deste primeiro

reality show “conflitos afetivos, discussões entre pais e filhos, problemas de relacionamento. Alguns dos ingredientes de qualquer telenovela estavam ali, sem necessidade de roteirização prévia ou atores profissionais.”

No Brasil o gênero jornalístico foi pioneiro em incluir elementos da *reality tv*. No final da década de 1970 o programa o *Homem do Sapato Preto* levava casos policiais para a televisão servindo de influência para programas como *Aqui e Agora* e *Brasil Urgente* que se tornaram notórios ao seguirem a linha sensacionalista apresentando em suas pautas de forma exaltada casos de crimes familiares, sequestro, homicídios. Embora no Brasil os primeiros *reality shows* tenha sido os programas No limite e Casa dos Artistas, o exemplo mais notório é versão brasileira do Big Brother, formato desenvolvido pela empresa Endemol em 1998, cuja primeira edição foi exibida em 2002 e se tornou um fenômeno, incentivando o aparecimento de diversos outros programas do gênero, até então considerado um dos mais populares.

Cossete Castro em seu livro *Por que os reality shows conquistam audiência?*, explica que os elementos que fazem os reality shows tão populares é que eles têm em sua estrutura interna uma variada gama de formatos como a telenovela, *game show*, documentários, talk show entre outros e também pelo seu caráter “glocalizado”, que a autora define como a mesclagem de características globais e locais para se aproximar mais da realidade do seu local de exibição.

Os reality shows no Brasil tiveram seu impulso em meio a Cultura da Convergência por utilizarem diversas mídias para incentivar participação de seu público e cativar uma experiência diferenciada, como lembrado por Luis Mauro de Sá Martinho (2015) que as mídias digitais forneceram um ambiente mais favorável para os *reality shows* se desenvolverem utilizando este novo cenário para alimentar discussões nas redes, ampliando a exposição dos participantes e consequentemente do próprio programa. O já citado *Big Brother* foi pioneiro na utilização destes novos artifícios, sua audiência é convidada a participar através de votações pela internet, dispositivos móveis, telefone fixo, decidindo quem será eliminado, quem fica na casa, influenciando o rumo do programa, isso acontece também em *reality* musicais como *Superstar*, *The Voice Brasil*. Outras produções, como no caso do *reality show* culinário *MasterChef*, o espectador não influencia no resultado, no entanto, mídias auxiliares complementam e enriquecem a experiência de se assistir ao programa televisivo. Exemplo disso, é o *spoiler* proposital publicado pela produção no *Twitter* no programa

no final da segunda temporada, acontecendo de forma semelhante no final da terceira temporada em que o nome do vencedor foi anunciado no *Twitter* e simultaneamente foi replicado na tela da televisão.

1.5. A esfera pública da internet no debate de assuntos relevantes: ativismo e empoderamento na rede

Sendo o *Retrate* um *reality show* de fotografia social, espera-se na produção do projeto, a possibilidade de discussão de assuntos relevantes à sociedade. Entende-se o poder e a velocidade de difusão de informação presente na sociedade em rede e que, no ciberespaço coexistem produções de grandes organizações, de profissionais independentes e também produções amadoras. Cabe nesta altura da discussão, olhar mais de perto determinados assuntos que são discutidos na rede, principalmente, em produções amadoras e de profissionais independente.

Hugo Nasck é *Youtuber*. Em seu canal, discute questões relativas à não-binaridade de gênero. De maneira geral, o canal informa o público a respeito de fatos sobre a identidade de gênero não-binária e também suas vivências. A temática é delicada. Comumente, gêneros que fogem do binarismo “feminino/masculino” não são pautados nos grandes meios de comunicação. Ainda que o tema tratado por Hugo seja invisibilizado na mídia tradicional, seu canal contém mais de 50 mil inscritos e seus vídeos facilmente ultrapassam cinco ou seis mil visualizações. Deste modo, pode se perceber um grande número de pessoas não só consumindo seu conteúdo, mas também discutindo e difundindo as questões levantadas nos vídeos. Hugo Nasck é apenas um exemplo de diversas ações independentes que transformam o ciberespaço em um local de reflexão e informação. Ciberespaço é um termo utilizado pelo francês Pierry Lévy e refere-se a um espaço existente “entre” os computadores conectados, que permite que os usuários troquem dados (MARTINO, 2015). Ou nas palavras do próprio Lévy:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p.17)

As produções e relações entre os usuários que frequentam o ciberespaço constituem a chamada cibercultura, um neologismo que “especifica o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 1999). Embora possua suas especificidades, a cibercultura não se distancia da cultura do mundo físico, pelo contrário, ambas relacionam-se fortemente. O que as diferencia são as possibilidades técnicas e operacionais presentes na cibercultura que viabilizam práticas que seriam inviáveis no mundo *offline* por conta das limitações nele existentes (MARTINO, 2015).

Logo, a cultura, ao ser transposta ao ciberespaço, leva consigo toda a sua complexidade, disputas e tensões presentes no mundo físico. Aos olhos dos estudos culturais, cultura é “o conjunto dos processos sociais de significação ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (CANCLINI, 2005, p.41). Assim, a formação cultural refere-se, imediatamente, à formação da identidade de um indivíduo.

Nesta perspectiva, as identidades não são inatas, mas construídas através das relações sociais. Em um ambiente em que estas relações são pautadas em desigualdades, sejam elas de classe, etnia, gênero, sexualidade entre outras, esta construção tende a ser feita em meio a conflitos, tensões e disputas (MARTINO, 2015).

Como dito anteriormente, a cultura do ciberespaço herda as características existentes nas relações e produções do mundo físico, isto faz com que o ciberespaço se torne um ambiente de conflitos, tensões e dinâmicas entre os diversos grupos presentes nele. Deste modo, a rede transforma-se em um espaço de discussão e debate de diversos temas de caráter político em uma extensão do espaço público, como no caso do canal Hugo Nasck e muitos outros, incluindo o Retrato.

Uma definição clássica de espaço público pode ser pensada através do teórico alemão Habermas que vai definir o espaço público como um lugar abstrato no qual são discutidas questões políticas e de interesse público (HABERMAS. apud. MARTINO, 2015). Por esta definição, pode-se considerar o ciberespaço uma extensão do espaço público.

À primeira vista, o ciberespaço, formado na interação das pessoas na interface das mídias digitais, tem uma dimensão pública considerável, visível sobretudo nos sites e páginas da Web. A própria noção de “publicação” na internet representa esse ato de “tornar público” um determinado assunto, promovendo-o de algum modo a partir de sua exposição em um determinado site. (MARTINO, 2015, p.91)

Por estarem intimamente associadas às demandas e configurações do mundo *offline* onde são criadas, a rede e as tecnologias de comunicação concebidas dentro de uma sociedade pautada no consumo, na hegemonia de determinados grupos e na lógica capitalista, também possuirá estas características em si. No entanto, a própria estrutura do ciberespaço permite que nele convivam diferentes pensamentos. Desta forma, o ambiente conectado torna-se também um lugar de contra-hegemonia e de visibilidade para questões não dominantes no mundo físico. Grupos que defendem causas de minorias, como no caso da *Youtuber* Hugo Nasck e dos seguidores de seu canal utilizam-se da rede para buscar a afirmação de suas causas no espaço público.

O *Retrate* é criado dentro deste contexto. Como se mostrará mais a frente, uma das propostas do programa, além de explorar diferentes linguagens e plataformas, é pautar o debate de assuntos socialmente relevantes através da experiência dos participantes. Há no ciberespaço, muitas produções com caráter de crítica social, o programa entra neste contexto para ser mais um meio de reflexão política sobre assuntos tratados, ou não na mídia de massa.

1.6. A fotografia como ferramenta de denúncia social

O ser humano é uma espécie que pode ser identificada pelo seu potencial de comunicação. Desde o período pré-histórico é possível encontrar registros da capacidade das pessoas de criarem diferentes ferramentas e meios para divulgar suas ideias e expressar seus pensamentos. Pinturas, desenhos, livros, cartas, imagens, sons e a própria fala são alguns exemplos da diversidade de plataformas que a humanidade possui para se comunicar.

Entre essas inúmeras formas de expressão, a fotografia apresenta-se como ferramenta de registro e expressão que tem o poder de documentar eventos e retratar acontecimentos. Seja no jornalismo ou na arte, o registro fotográfico é uma plataforma única que trabalha tanto no nível da comunicação quanto no nível da imaginação, sendo capaz de comunicar uma realidade ou ilustrar um momento.

Aliada aos estudos científicos, a fotografia mostra-se como não só uma ferramenta complementar à pesquisa e busca pelo conhecimento, mas, torna-se plataforma de estudo valiosa especialmente para as ciências sociais. O sociólogo José de Souza Martins explica como as imagens fornecem uma rica possibilidade de expansão da compreensão das ciências sociais:

[...] a entrada da imagem no universo da Sociologia e da Antropologia abre um amplo terreno de indagações, dúvidas e experimentos que tanto enriquecem o conhecimento produzido por essas ciências quanto alargam a consciência das limitações que tem as técnicas de investigação, conhecidas e consagradas ou a consciência de sua importância relativa. (MARTINS, 2008, p.10-11)

Este caráter de interpretação proporcionado pelas imagens encontra na fotografia a plataforma ideal para enriquecer os estudos sobre o ser humano, suas sociedades e culturas. Tal caráter transforma a produção de fotografia não só em arte ou forma de expressão, de maneira que “os chamados fotógrafos e documentaristas sociais são hoje produtores de conhecimento social, o que torna a fotografia e o documentário, praticamente, um campo auxiliar das ciências sociais”. (MARTINS, 2008, p.11).

Sendo o registro fotográfico uma prática do ser humano contemporâneo, não deixa, assim como qualquer outro ato, de estar inserida num contexto histórico e social. Assim, a fotografia não só revela informações e desperta reflexões acerca do que está sendo fotografado, mas também sobre o próprio fotógrafo e as construções culturais deste sujeito.

Diferentemente do uso que os historiadores fazem das fotografias, ao sociólogo da imagem fotográfica põe-se o fato adicional de que a fotografia não é apenas documento para ilustrar nem apenas dado para confirmar. Não é nem mesmo e tão somente instrumento para pesquisar. Ela é constitutiva da realidade contemporânea e nesse sentido, é, de certo modo, objeto e também sujeito. (MARTINS, 2008, p.22-23)

Esta característica faz da fotografia um suporte que funde elementos da realidade objetiva com características da interpretação subjetiva. Ao registrar um assunto, o fotógrafo inclui, ali, seu repertório cultural e estético, seja este ato intencional ou não. Tal aspecto é fruto de debates acerca da possibilidade da fotografia de representar o real, afinal, todo e qualquer registro feito por uma câmera tem a mediação de uma pessoa que fotografa.

Ainda que seja uma forma imagética de representação da realidade que pode ser mais fiel ao assunto fotografado do que outras plataformas, como a pintura ou a escultura, a fotografia ainda apresenta limitações ao tentar reproduzir tal assunto em sua totalidade. A bagagem cultural e intelectual do fotógrafo, o tipo de equipamento e a atenção aos acontecimentos são apenas alguns aspectos que influenciam a produção fotográfica, impossibilitando a fotografia de ser completamente objetiva em sua representação. José de Souza Martins reconhece o potencial de registro e documentação que a fotografia proporciona para as Ciências Sociais, mas atenta-se à subjetividade que a ela é indissociável:

O uso da fotografia pela Antropologia e pela Sociologia chegou a ser considerado, e ainda é por muitos, um recurso objetivo de pesquisa, e por isso complementar da objetividade nas Ciências Sociais. Sujeito, porém, a ressalvas relativas ao risco da subjetividade própria de uma modalidade de expressão visual com trânsito na arte. (MARTINS, 2008, p.33-34)

A subjetividade do fotógrafo, apesar de ter potencial para distorcer o assunto representado, não necessariamente é fator a ser encarado de forma negativa, uma vez que esta interpretação subjetiva do real pode ser trabalhada para, enquanto apresenta o assunto fotografado, expressar, ao mesmo tempo, uma visão sobre este assunto.

A imagem fotográfica torna-se, assim, um meio que dialoga de forma fluida entre a representação, registro e comunicação objetiva de um momento e as ideias, pensamentos e reflexões de quem o fotografa. Tal aspecto permite que esta plataforma interesse, ao mesmo tempo, ao campo dos estudos e do saber científico e ao campo das artes e expressões culturais, como explica a antropóloga Sylvia Caiuby Novaes no livro “Entre arte e ciência: a fotografia na antropologia”:

A fotografia, como todas as ambiguidades que fazem parte de sua essência, parece ser o elemento mais adequado para fazer essa mediação entre arte e ciência. Fotos expressivas (não necessariamente realistas ou objetivas) que permitam a ponte entre o visível e o invisível na cultura, que não sejam mero registro visual. Como diz Elizabeth Edwards: “A fotografia pode comunicar sobre a cultura, a vida das pessoas, experiências e crenças, não no nível da descrição superficial, mas como uma metáfora visual, que liga os espaços entre o visível e o invisível, que não comunica por meio de um paradigma realista, mas por meio de uma expressividade lírica”. (NOVAES, 2015, p.10)

Esta subjetividade do fotógrafo, que é capaz de interferir mínima ou majoritariamente na produção da obra, nem sempre é a única interpretação subjetiva

presente na composição de uma fotografia. Assim como a pessoa que fotografa, outros indivíduos que eventualmente participam do processo influenciam o resultado final.

É importante estar atento a este fator especialmente quando a fotografia retrata pessoas e grupos. Muitas vezes o fotógrafo, antes de produzir seu trabalho, pesquisa sobre as pessoas quem pretende registrar e conversa com elas, aprendendo seus costumes, hábitos, ideias e posicionamentos. Tais narrativas produzidas pelos fotografados podem influenciar a criação do fotógrafo, como explica José de Souza Martins:

Ao sociólogo da imagem é indispensável ter em conta que o próprio fotografado, em muitas circunstâncias, é um poderoso coadjuvante do ato fotográfico e que, portanto, o real é a forma objetiva de como a ficção subjetiva do fotografado interfere na composição e no dar-se a ver para a concretização do ato fotográfico. (MARTINS, 2008, p.15)

O sociólogo ainda lembra que esta troca entre pesquisador e pesquisado não é exclusiva da fotografia, uma vez que “não há pesquisa sociológica nem antropológica sem interação entre o pesquisador e as populações que estuda e às quais recorre para obter de viva voz respostas, depoimentos e narrativas. (MARTINS, 2008, p.12)

O antropólogo e fotógrafo Fernando de Tacca resume esta ideia no artigo “Fotografia: intertextualidades entre ciência, arte e antropologia”, no qual faz uma análise da relação entre o potencial científico da fotografia para as ciências sociais e a liberdade criativa deste meio de comunicação enquanto forma de arte:

[...] a antropologia visual pode e deve se apropriar do fotógrafo para além do método e da disciplina, fundamentais para seu campo de estudos das culturas, e se lançar para as fronteiras da arte, nas quais o antropólogo pode aspirar ao artístico, ficcionando e friccionando, sem culpas e sem sofrimentos, procurando seduzir o “outro” sujeito cognoscente, que, sensível, olha, percebe e elabora sentimentos e conhecimentos. (TACCA, 2015, p.212-213)

Desta maneira, a fotografia encontra seu lugar tanto nas ciências e suas objetividades quanto na arte e suas subjetividades. Muitas vezes dialogando entre estes dois campos, o fotógrafo é capaz de retratar um assunto e transpor sobre ele seus sentimentos e pensamentos. Com esta característica, a fotografia torna-se uma plataforma rica em possibilidades e experimentações para fotógrafos profissionais e

amadores ao redor do mundo, com as mais variadas intenções, práticas e resultados fotográficos.

2. PROPOSTA

2.1. Bem-vindos ao Retratar: da ideia à primeira temporada

O programa Retratar é um *reality show* sobre fotografia social que foi produzido por nove estudantes do curso de Comunicação Social (Radialismo) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. O objetivo era que o produto fosse usado como objeto de avaliação para cinco disciplinas do curso, sendo elas Direção de programas de televisão, Organização da produção em televisão I, Marketing, Realidade socioeconômica e política do Brasil e Efeitos visuais.

Atentando-se à crescente produção de atrações do gênero de *reality show* na televisão brasileira e ao maior acesso à equipamentos fotográficos por fotógrafos amadores, buscou-se criar um programa que integrasse estes aspectos numa lógica televisiva. Com o objetivo de usar a fotografia como forma de expressão e comunicação, foi idealizado, também, que a produção abordasse temáticas de interesse social, uma vez que tal ferramenta é muito utilizada nas ciências sociais, como explica Sylvia Caiuby Novaes:

Além de técnica de registro de dados mais especificamente visuais, da cultura material e do comportamento, posteriormente, a fotografia passou a ser muito utilizada por antropólogos como elemento de troca na pesquisa ou como modo de dar visibilidade às pessoas que nossa sociedade insiste em tornar invisíveis. (NOVAES, 2015, p.14)

O programa teve sua primeira temporada realizada em 2015, na cidade de Bauru, em São Paulo, e consistiu em uma competição entre fotógrafos não-profissionais que eram orientados por três jurados e tinham como objetivo produzir fotografias de acordo com o tema que lhes era proposto. A intenção era que os participantes refletissem sobre os assuntos abordados no programa e aperfeiçoassem suas técnicas fotográficas ao longo da temporada.

Tratando-se de uma produção para um curso focado principalmente em comunicação via rádio e televisão, o programa, a princípio, seguiu modelos de produção para TV. No entanto, devido a estudos sobre a cultura da convergência e às novas tecnologias de comunicação que evidenciaram um novo contexto de produção audiovisual, optou-se pela distribuição do projeto via internet, buscando aliar um gênero originalmente televisivo, o *Reality show*, às novas tecnologias de informação

e comunicação. Desta maneira, os episódios tinham uma duração média de vinte minutos e eram lançados semanalmente.

A primeira temporada teve um total de cinco episódios, sendo os quatro primeiros gravados e o último transmitido ao vivo. Os episódios gravados foram divulgados na internet por meio da plataforma *YouTube*, enquanto o último episódio foi transmitido por meio da *WebTv*, um projeto da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp que consiste em realizar transmissões audiovisuais pela internet. O primeiro episódio foi divulgado em 25 de Agosto de 2015 e o último episódio foi transmitido em 22 de Setembro de 2015.

Para a competição, foram escolhidos seis participantes, dos quais três eram eliminados no primeiro episódio enquanto os outros continuavam até a final. Os participantes eram orientados por três jurados, sendo eles os fotógrafos profissionais Gabriel Woelke e Wilian Olivato e a socióloga Loriza Lacerda. Baseados na avaliação dos jurados a respeito das fotografias produzidas, os participantes recebiam pontos que, ao final, aliados à votos via internet do público, definiram o vencedor, que foi recompensado com prêmios relacionados à fotografia.

A participação do público foi essencial na decisão do vencedor. Ao fim de cada episódio, as fotografias realizadas pelos competidores eram postadas na conta no Instagram¹ do programa, onde o público era convidado a votar em suas fotos preferidas. Ao fim, o número total de curtidas nas fotos dos participantes contribuiu para a decisão do vencedor.

2.2. Novas propostas para a segunda temporada

A primeira temporada do programa *Retrate* teve uma boa recepção do público, com os episódios somando mais de 3 mil visualizações no *YouTube* e diversas interações com a página. Esta resposta positiva à primeira temporada levou três membros do grupo original a dar continuidade ao projeto, produzindo, assim, a segunda temporada do *reality show* no ano seguinte, em 2016, na mesma cidade.

A partir de estudos sobre cultura da convergência, novas mídias e narrativas transmídia, a equipe definiu uma série de alterações em relação à primeira temporada com o objetivo de melhorar a experiência do consumidor em relação ao programa.

¹ Disponível em <https://www.instagram.com/programaretrate/> Acesso em 08/05/2017

Foram pensadas estratégias que envolviam tanto no conteúdo do projeto quanto em seu formato e divulgação.

Uma das principais mudanças deu-se na realização de produtos paralelos aos episódios do *reality show*. Foram criados outros dois projetos a fim de complementar as temáticas abordadas pelo produto principal. Um deles foi o Dicas Retratar, uma minissérie de vídeos que ensina alguns truques e técnicas fotográficas ao público. O outro produto foi uma série de minidocumentários que abordavam os temas de interesse social discutidos do *reality show*.

Também foram planejadas uma série de estratégias que tinham como objetivo aumentar a possibilidade de interação do público com o programa, bem como tornar sua narrativa mais atraente e mais próxima a modelos de *reality shows* bem-sucedidos. O processo de criação desta nova temporada será descrito a seguir.

2.3. Antes de produzir, analisar. O que foi levado em consideração no planejamento da segunda temporada do Retratar?

2.3.1. Uma breve análise do consumo de internet no Brasil

Sabe-se que as mídias digitais adquiriram considerável relevância no contexto atual, mas como perceber se este “sucesso” é, de fato, presente no cotidiano do brasileiro? Para isso, recorreu-se aos dois últimos relatórios (2015 e 2016) da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), realizados pela Secom (Secretaria de comunicação social). Os relatórios estão disponíveis no site da secretaria e mostram um panorama do consumo de mídia no país.

O Retratar, pensado inicialmente como um programa de televisão, teve sua veiculação na rede mantendo algumas características do formato televisivo. Além de questões relativas à produção e à veiculação, a decisão foi tomada por conta das características próprias do ciberespaço, citadas no capítulo anterior, que tinham mais proximidade com a proposta do programa. No entanto, é importante ressaltar que a televisão ainda é o meio de comunicação ao qual a maioria dos brasileiros tem acesso, sendo apontada por quase todos os entrevistados durante a pesquisa. Os motivos que levam a este fato não serão abordados neste trabalho, por tal discussão não se enquadrar em sua proposta. No entanto, não queremos apontar para uma realidade idealizada, onde os novos meios de comunicação estão disponíveis para acesso de todos. Ainda que ressaltemos o crescimento do acesso à internet nos últimos anos,

estamos cientes de que diversas questões socioculturais e políticas contribuem para a criação de barreiras digitais em diversas regiões do país.

Quando perguntados, na PBM 2016, sobre a quantidade de dias que acessam a internet, a resposta dos entrevistados aponta esta divisão bem clara entre a inserção total dos meios de comunicação no cotidiano dos brasileiros e sua não inserção. Pode-se perceber isto pelo fato da porcentagem de pessoas que acessam a internet todos os dias ser a maior (50%), seguida pela quantidade de pessoas que nunca acessam a internet (37%), sendo que o número de pessoas que acessam a internet esporadicamente varia entre 1% e 3%.

No entanto, se comparado às pesquisas anteriores, já existe uma mudança neste dado. Uma vez que o número de pessoas que nunca acessam internet vem decrescendo (53% na PBM2014 e 51% na PBM 2015), ao mesmo tempo que o número de pessoas que acessam a internet todos os dias cresceu consideravelmente até atingir metade das respostas dadas (26% em 2014 e 37% em 2015). Percebe-se assim, um crescimento da presença das mídias digitais na rotina das pessoas.

Frequência de acesso à internet	PBM 2014	PBM 2015	PBM 2016
Todos os dias	26%	37%	50%
Nenhum dia	53%	51%	37%

Tabela 1 - Frequência de acesso à internet

Outro dado que chamou a atenção durante a leitura dos relatórios foi o surpreendente aumento dos *smartphones* como ferramenta de acesso à internet superando os computadores pessoais. Parte da experiência do público com o programa será por aplicativos prioritariamente pensados para smartphones como *Instagram* e *Snapchat* e mesmo as mídias como *YouTube* e *Facebook*, já oferecem aplicativos para *mobile* e investem cada vez mais nesta alternativa. Os dados da PBM, junto com os dados de outra pesquisa que citaremos mais a frente, foram relevantes na manutenção do programa dentro das mídias em que ele se encontrava e na inclusão do *snapchat* (aplicativo para celular) nesta estrutura.

Plataforma de uso da internet	2014	2015	2016
Computador	84%	71%	65%

Celular	40%	66%	91%
Tablet	8%	7%	12%
Nenhum deles	-	-	28%
Não sabe/não respondeu	1%	2%	0%

Tabela 2 - Plataforma de uso da internet

Na pesquisa foram consideradas duas menções, por isso os números de um mesmo ano não, necessariamente, fecham 100%. A opção “nenhum dele” não foi apontada no relatório da pesquisa de mídia de 2015.

O número de pessoas que utilizam o celular enquanto assistem televisão também cresceu de 19% em 2015 para 28% em 2016.

Por fim, um dado presente no relatório da pesquisa realizada em 2015 aponta as redes sociais mais utilizadas pelos usuários (também foram considerada duas menções).

Rede social	%
Facebook	83
Whatsapp	58
YouTube	17
instagram	12
Google +	8
Twitter	5
Skype	4
Linkedin	1
Outros	1
Não utiliza redes sociais	6
Não sabe/não respondeu	2

Tabela 3 - Redes sociais mais utilizadas pelos usuários

2.3.2. Sobre o Retrato, o que os espectadores acharam da primeira temporada?

O fato do projeto ser a segunda temporada do programa proporciona a vantagem de já possuir-se um produto para se ter como base. Em abril de 2016, decidimos utilizar, junto aos dados obtidos na PBM, duas análises da primeira temporada do

programa. Para isso, foram utilizados os seguintes recursos: o *YouTube Analytics*, ferramenta do site *YouTube* que mostra de maneira detalhada, informações sobre a audiência do canal (os vídeos mais vistos, em que parte o espectador deixou de ver determinado vídeo, onde se localiza o público que assiste, etc), e um questionário elaborado pela equipe do programa para os espectadores.

O *Google analytics* contribuiu para a percepção do comportamento dos espectadores. Através deles podíamos ver o quanto os episódios prendiam a atenção do público. Deste modo, utilizamos esta ferramenta como uma primeira forma de percepção da recepção da audiência.

O questionário foi elaborado no site *Typeform*. Optou-se por esta plataforma ao invés do *Google forms* por ela oferecer recursos visuais e multimidiáticos como a possibilidade de inserção de imagens e vídeos durante o questionário, o que deixa o processo mais prazeroso para quem preenche. No entanto, uma das desvantagens do site, que percebemos ao fim deste processo, é que este não converte as respostas em gráficos como o *Google forms*, a conversão foi feita pelos integrantes do grupo. O questionário contava com 52 questões sobre o programa. Através delas procurava-se saber a opinião dos espectadores sobre elementos do programa como a apresentadora, participantes, jurados, duração do programa, ritmo, temas abordados etc. Os entrevistados respondiam as perguntas escolhendo números em uma escala de 1 a 10. Sendo 1 a pior classificação e 10 a melhor. Ao final, também pedíamos para que os entrevistados sugerissem temas para a nova temporada e também falassem um pouco sobre seus hábitos na mídia.

Conseguiu-se um total de 50 respostas, embora saibamos que, se comparado ao número de visualizações dos episódios, este número não é muito significativo, decidiu-se considerar a pesquisa na elaboração da segunda temporada, por ela possuir respostas que ratificam observações feitas durante a leitura da Pesquisa Brasileira de Mídia e do YouTube Analytics.

Analisando o Youtube Analytics

Nesta análise, atentou-se a duas informações disponíveis: a retenção absoluta de público e a retenção relativa de público. A primeira mostra a porcentagem de vezes que cada momento do vídeo foi assistido em relação ao número de visualizações que este tem e a segunda, mostra o nível de retenção de público do vídeo comparando-o

a outras produções do *YouTube* com durações semelhantes. Escolheu-se analisar estes aspectos devido à insegurança quanto à duração dos episódios, que tinham uma média de 25 minutos. Tinha-se a intenção de, nesta nova temporada, diminuir o tempo de cada episódio, mas precisávamos saber se, independentemente do tempo de duração, a dinâmica do programa estava atraindo o público. Neste quesito, a ferramenta contribuiu bastante na análise.

A primeira temporada:

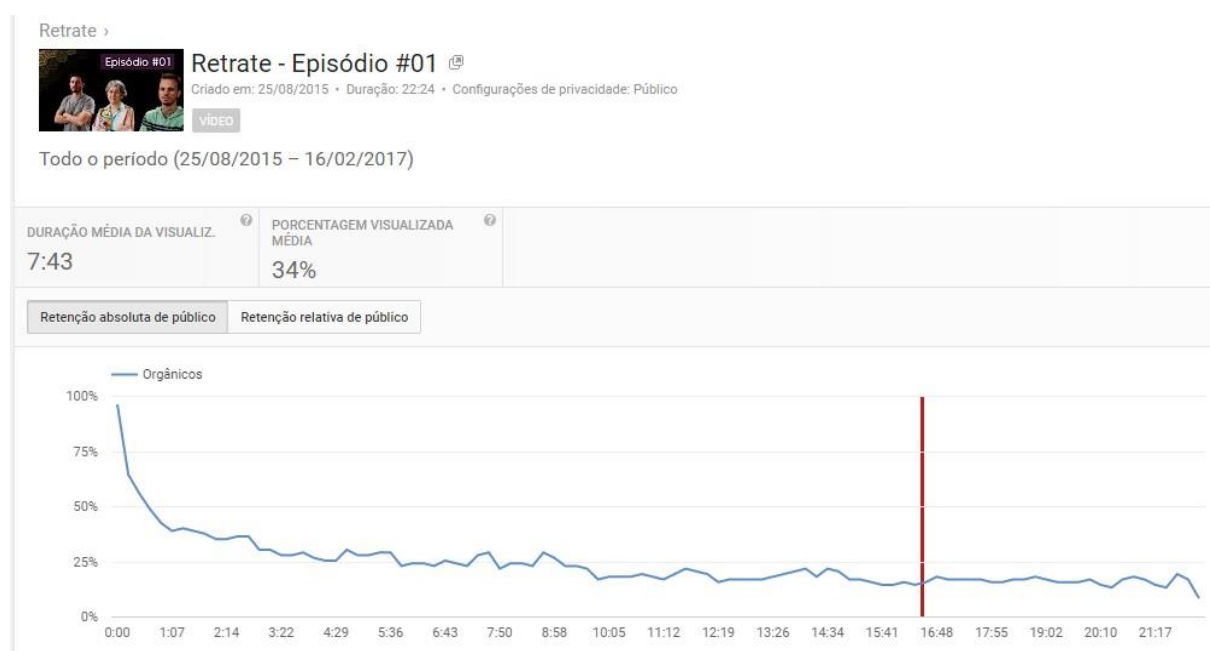


Figura 1 - Youtube Analytics: episódio 1

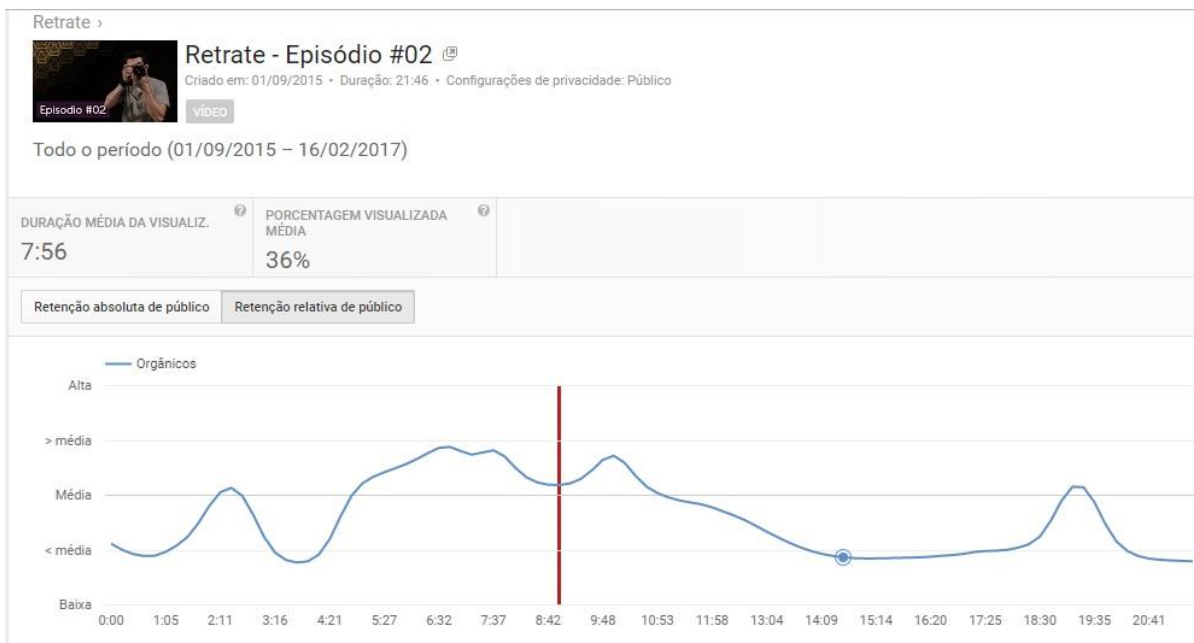


Figura 2 - Youtube Analytics: episódio 2 - 1



Figura 3 - Youtube Analytics: episódio 2 - 2

Retrate >



Retrate - Episódio #03

Criado em: 08/09/2015 • Duração: 22:49 • Configurações de privacidade: Público

vídeo

Todo o período (08/09/2015 – 16/02/2017)



Figura 4 - Youtube Analytics: episódio 3 -1

Retrate >



Retrate - Episódio #03

Criado em: 08/09/2015 • Duração: 22:49 • Configurações de privacidade: Público

vídeo

Todo o período (08/09/2015 – 16/02/2017)

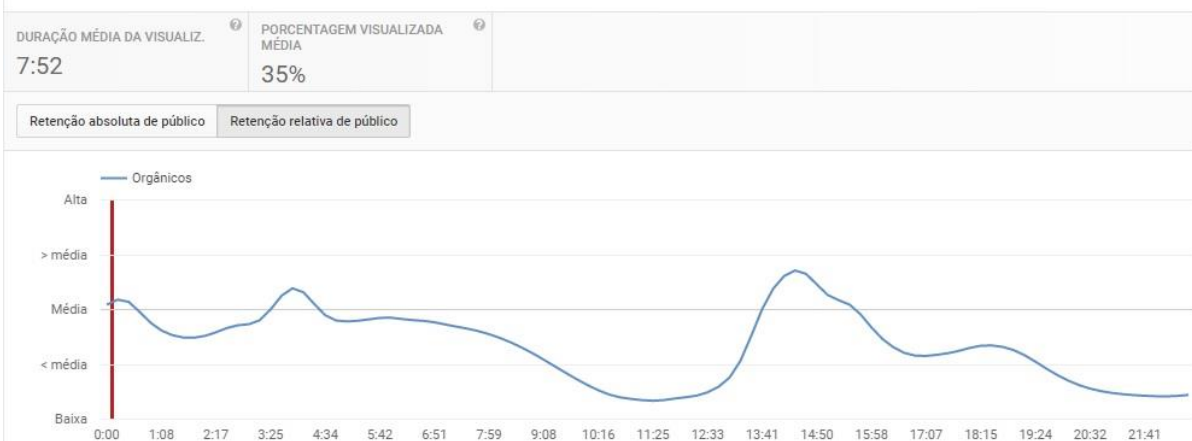


Figura 5 - Youtube Analytics: episódio 3 - 2



Figura 6 - Youtube Analytics: episódio 4 - 1



Figura 7 - Youtube Analytics: episódio 4 - 2

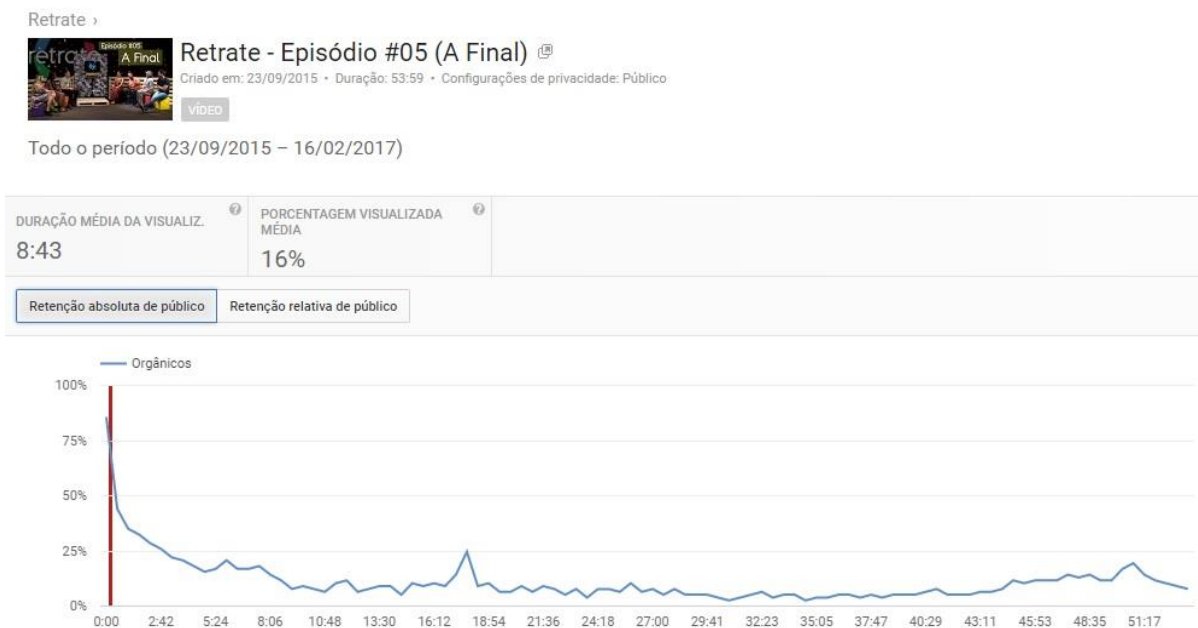


Figura 8 - Youtube Analytics: episódio 5 - 1



Figura 9 - Youtube Analytics: episódio 5 - 2

Ao analisar-se os gráficos, percebe-se que ambas as formas de medição apontam uma baixa retenção de audiência. No que se refere à retenção absoluta, há uma queda significativa no decorrer de todos os episódios. Embora, uma diminuição da audiência seja esperada, a intensidade com que isso ocorre chamou a atenção,

pois boa parte dos vídeos foi reproduzida em menos de 25% das vezes. Quando verifica-se a retenção relativa de público, o cenário melhora, ainda que só um pouco. A maioria dos episódios mantém uma retenção média da audiência, mas em alguns momentos, a retenção cai para níveis baixos. O melhor desempenho foi constatado no quarto episódio, no qual, mudou-se a forma de edição das provas, intercalando as ações dos participantes e incluindo mais depoimentos durante o programa. Neste episódio, a retenção relativa varia em níveis médios atingindo alguns picos altos durante o vídeo.

A final também foi analisada. Diferente dos demais episódios, ela possui quase uma hora de duração, um desafio para a retenção de público se tratando da web. De fato, a retenção de audiência relativa variou entre médio e baixo, enquanto que a retenção absoluta manteve-se com menos de 25% durante praticamente todo o episódio. Neste caso, considera-se a recepção ao produto postado no *YouTube*, uma vez que não se tem informações sobre este desempenho durante a sua transmissão ao vivo.

2.3.3. Analisando os questionários e tomando as decisões para a segunda temporada

Concluiu-se, após analisar-se as respostas dos questionários, que os personagens do programa foram bem aceitos pelo público. A apresentadora teve significativa aprovação do público e nenhum dos participantes ou jurados teve desempenho ruim segundo o público. Levamos em consideração, diversos aspectos como clareza ao se expressar, credibilidade, carisma, experiência, identificação do público e evolução durante o programa.

A pesquisa também ratificou o que foi verificado através do *YouTube Analytics*, as notas da audiência para a duração dos episódios variaram entre 5 (boa) e 10 (muito longa). Poucos entrevistados acharam que os episódios tiveram curta duração. O episódio final, principalmente. A maioria das respostas se mantiveram entre 5 (boa duração) e 10 (longa duração).

Quando perguntados a respeito do ritmo do programa, o resultado foi bem equilibrado, embora boa parte das pessoas tenha se mostrado satisfeita com o ritmo do programa, a quantidade de pessoas que responderam com a nota 5 (média), foi a maior, representando 20,5% das respostas.

Os itens 44 ao 52 do questionário eram destinados a estudantes e profissionais de audiovisual e pretendiam apontar as falhas técnicas observadas pelo público. Neste quesito, a área mais apontada como insatisfatória foi a direção de fotografia da primeira temporada. Assim, o questionário também serviu como uma maneira de termos informações que não conseguiríamos com as outras ferramentas de análise.

Por fim, as duas últimas perguntas eram referentes ao uso de mídias sociais pelos espectadores. A pequena mostra de respostas que colhemos repetiu o resultado apontado pela Pesquisa Brasileira de mídia citada anteriormente. O *Facebook* é a mídia mais utilizada pelos entrevistados seguido pelo *Whatsapp*, *YouTube*, *Instagram*, *snapchat* e *twitter*. Tanto o *Periscope* quanto o *Tumblr* foram citados apenas um vez na pesquisa.

Quando a questão se trata das mídias sociais utilizadas enquanto os telespectadores assistem a um programa de TV, o cenário muda. O *Facebook* perde a liderança para o *Whatsapp*, seguidos pelo *Twitter* (que ganha mais relevância do que na pergunta anterior), *Snapchat* e *Instagram*.

A partir destas observações, decidiu-se as seguintes mudanças na estrutura da segunda temporada:

- Diminuição do tempo do programa, o intuito passou a ser realizar episódio com duração média de 15 minutos;
- Investir em narrativas intercaladas durante a apresentação da prova;
- Incluir o *Snapchat* na estrutura do programa.
- Na medida do possível, manter apresentadora e jurados
- Elaborar novos produtos onde se possa fragmentar o conteúdo programa e diminuir sua duração.
- Diferente da temporada anterior, onde os três finalistas permaneciam durante os quatro outros programas, nesta temporada, haverá uma eliminação por episódio. A mudança surgiu por perceber-se a necessidade de se testar a inclusão de uma sanção aos episódios. Pois na primeira temporada, as fotos tiradas durante a websérie tinham resultado apenas no programa final. Desta vez, as fotos tiradas eliminarão um candidato por programa.

Uma vez feita as análises do contexto geral e da primeira temporada, seguimos para a elaboração da segunda temporada.

2.4 Criando a segunda temporada

Embasados pelos estudos sobre narrativa transmídia, pretende-se então, elaborar um produto que se estenda por outras plataformas de linguagem, mantendo as relações entre eles para que a experiência do espectador seja ainda mais rica. Além do *reality show*, outros dois produtos foram criados na franquia *Retrate*. O primeiro é uma série de mini documentários para web que visam explorar os temas trabalhados nos episódios do *reality* e o segundo é uma série de dicas de fotografia que tem como intuito instigar os espectadores a produzirem foto e mandarem suas criações para o programa, além de servir como guia para a prova final do *reality*.

Foi feito um questionamento se a criação de outros produtos que complementassem o *Retrate*, mas que fossem disponibilizados na mesma plataforma que ele o tornaria um projeto transmídia, a resposta foi encontrada em uma entrevista do Professor Dr. Dênis Porto Renó da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação ao programa *Sala de Aula*. Aos 9 minutos e 46 segundos do vídeo ele esclarece que, a proposta de Jenkins refere-se às produções em multiplataformas, sejam elas físicas ou de linguagens. (RENÓ, 2014). A partir desta elucidação, retomou-se a criação dos novos produtos.

Durante a criação, viu-se a necessidade de sistematizar as decisões de criação para que toda a equipe tivesse um documento ao qual pudessem recorrer, caso surgisse alguma dúvida sobre o projeto. Para isso, criou-se a Bíblia de Produção do *Retrate*. Em seu site, o roteirista João Nunes define uma bíblia para televisão como “uma espécie de guia para conhecer e entender a série, que explica com detalhe adicional o que nem sempre fica claro num episódio-piloto ou tratamento.” (NUNES, 2014). Na bíblia de produção do *Retrate*, além das especificações das necessidades técnicas para a produção, a proposta para apresentação de cada parte do programa etc, a bíblia também possui a definição de cada um dos programas da franquia.

Web Reality Show : Será dividido em duas partes, a primeira será trabalhada no formato de websérie composta de três episódios com o desenvolvimento dos

participantes através de provas eliminatórias em que eles executarão o direcionamento de seus tutores, em cada uma, o participante escolherá uma foto que sintetiza sua experiência, posteriormente ela será avaliada pelo jurado que julgará quem deverá permanecer no programa e ainda contará com a participação popular através das mídias sociais do programa como, por exemplo, o *Instagram*. A segunda parte é um programa ao vivo que corresponde ao final do programa, na qual os jurados e os participantes vão relatar suas experiências durante o programa e realizar uma última prova, cujo a foto resultante será, discutida e disponibilizada no *Instagram* para o voto popular.

Os mini documentários: Como forma de se aprofundar os temas trabalhados ao longo do *Reality Show*, o *Retrate* contará com uma série de três mini documentários abordando os temas tratados no reality. Este documentário tem como objetivo auxiliar na característica social do programa. Nesta série pretende-se sensibilizar o público para as questões delicadas as quais os participantes são postos em contato durante o *reality*, contando, inclusive com entrevistas das pessoas fotografadas por eles.

Dicas Retrate: A série de vídeos aulas contará com a apresentação de Júlia Piccolo, vencedora da primeira temporada do programa. Nesta série, ela ensinará dicas básicas de fotografia com o intuito de aproximar os espectadores que sejam leigos da prática de fotografar. A série será composta por 3 episódios de 3 a 5 minutos e será disponibilizada antes da veiculação do programa. Na final do *reality*, os participantes deverão usar uma das técnicas ensinadas no *Dicas Retrate* para a realização de sua foto.

2.4.1. O Retrate e as mídias digitais

Além dos três produtos diferentes mencionados, o programa também articula diferentes mídias sociais na sua concepção, ação que visa otimizar a experiência do espectador conectado às novas tecnologias de informação.

O meio principal de distribuição do programa é o site *YouTube*, no entanto, outras redes como *snapchat* e *Instagram* também compuseram a estrutura do

programa. Nas próximas páginas, vamos explorar um pouco mais a utilização destas redes.

YouTube

A plataforma principal utilizada foi o site *YouTube*. Nela, foram disponibilizados os três produtos da franquia (Retrate *reality*, Mini doc e Dicas Retrate). A mídia *YouTube*, foi o primeiro pensamento do grupo ao discutir-se o local de armazenamento e veiculação do produto. A plataforma tornou-se uma das redes mais acessadas pelos brasileiros e, conforme ganhou popularidade, mudou o contexto de produção audiovisual vigente.

O *YouTube* foi criado em 2005 e no ano seguinte foi comprado pela empresa Google. Desde então, o site teve um crescimento significativo.

“Em novembro de 2007, ele já era o site de entretenimento mais popular do Reino Unido, com o site da BBC ficando em segundo. No começo de 2008, de acordo com vários serviços de medição de tráfego da web, já figurava de maneira consistente entre os dez sites mais visitados do mundo” (BURGESS E GREEN, 2012, p.18)

Hoje, o site se mantém entre os sites mais acessados do mundo, ocupando, o terceiro lugar, segundo a ComStore, (empresa que mede audiências, marcas e comportamentos do consumidor em diferentes plataformas) e se firmando como maior plataforma de vídeo do mundo.

Além de sua importância no cenário econômico, o site também mostra-se interessante por sua estrutura. Em seus primeiros anos de vida o *YouTube* se apresentava, através de seu slogan, como “*Your Digital Video Repository*”, ou seja, como um repositório de vídeo para o usuário, incentivando que este produzisse seu próprio conteúdo e o disponibilizasse na rede. Esta “abertura” do site para reunir diversos tipos de produções fora do circuito tradicional de distribuição de produtos audiovisuais e sua abrangência que atinge de vídeos produzidos por grandes empresas à vídeos amadores, fez o *YouTube* mostrar-se uma boa plataforma a ser explorada pelo programa.

“A cultura audiovisual, hegemônica desde a época de ouro do rádio, irradiada pelo cinema e a televisão, se transformou bastante graças às tecnologias, passando a constituir num tipo de experiência bem mais interativa. A hipermídia configurada pelo YouTube, compactuando as mídias anteriores

num mesmo suporte tecnológico, resulta num estilo de comunicação somente possível no âmbito da cibercultura” (PAIVA, 2009).

Instagram:

Criado há um pouco mais de sete anos, o aplicativo é uma rede social de fotografia, no qual pessoas conectadas, postam, curtem e comentam fotos e vídeos de curta duração, interagindo com outros usuários. Em dezembro de 2016, o aplicativo atingiu a meta de 600 milhões de usuários ativos, o que mostra uma boa aceitação do serviço.

O *Instagram* será a principal forma da audiência interagir com a narrativa do *Retrate*. No perfil do programa, serão postadas as fotos tiradas pelos participantes a cada episódio e ficará a cargo dos seguidores do *Retrate* curtirem as fotos que mais gostarem. Ao final, o participante que tiver mais curtidas em suas fotos, será o vencedor.

Snapchat:

Criado em 2011, é um aplicativo que permite que seus usuários postem fotos instantâneas que duram um determinado tempo e depois são apagadas. Há a possibilidade de enviar o material particularmente para um contato ou incluí-la na “história” do usuário, onde ficará disponível por 24 horas.

As características que mais chamaram atenção no aplicativo foram:

Seu **crescimento considerável** nos últimos tempos, recebendo, inclusive uma proposta de compra feita pela gigante Facebook.

A **efemeridade do conteúdo disponível**. O fato do programa ser disponibilizado na rede, oferece aos espectadores a possibilidade de ver o conteúdo quando desejarem. No entanto, as pessoas que acompanham o programa conforme os episódios são lançados e seguem o *Snapchat*, recebem depoimentos e conteúdos extras durante as exposições sem o perigo de receberem *spoilers*. Estes conteúdos (que variam entre depoimentos dos participantes eliminados, comentários dos jurados convidando o público a assistir o programa e bastidores da final) são postados na “história” do programa e duram 24 horas após a publicação.

Facebook²:

² Disponível em www.facebook.com/programaretrate Acesso em 08/05/2017

Segundo a *ComScore* e a Pesquisa Brasileira de mídia do ano de 2015, é o site mais acessado do mundo, ultrapassando *Google* e *YouTube*.

A dinâmica, popularidade e o fluxo de pessoas nesta rede social são interessantes para a divulgação do programa. Nenhum dos produtos será veiculado no *Facebook* propriamente dito, mas através dele é que divulgaremos os episódios lançados no *Youtube*.

Também será através do *Facebook* que manteremos um canal de comunicação direto com o público, seja através de contato direto para resolução de dúvidas ou realização de eventuais promoções para divulgação do programa.

Em 2015, o *Facebook* anunciou um novo recurso: A possibilidade de se fazer transmissões ao vivo pelo site. As chamadas “*lives*”. Inicialmente, este recurso estava disponível apenas para pessoas públicas, mas em 2016, a empresa liberou a ferramenta para todos os usuários. Visto isso, pretende-se, durante a final ao vivo, realizar uma *live* no *Facebook* para incentivar os seguidores da página a se direcionarem para o programa transmitido no site da Faac WebTV.

FAAC Webtv:

Gerida por estudantes do Campus de Bauru da Unesp, a Faac WebTV é responsável pela transmissão ao vivo de eventos da Faculdade de Arquitetura, Comunicação e Artes (FAAC) e também pela transmissão dos Projetos interdisciplinares realizados no quinto semestre do curso de Rádio e TV.

O projeto foi responsável pela transmissão da final ao vivo do programa no ano passado, no entanto este ano, encontra-se com algumas dificuldades em sua gestão interna que podem impossibilitar a realização de um novo ao vivo do programa. Há a possibilidade de uma transmissão ao vivo pelo YouTube ou a elaboração de uma final gravada para o YouTube, mas que o público possa acompanhar através de outras redes como *Periscope* e *live* no *Facebook*.

Ao sistematizar os produtos e as mídias utilizadas, recorreremos a uma estrutura proposta pelo grupo *Era Transmídia* disponibilizada pelo SENAC na qual, o projeto é colocado no papel através dos seguintes passos: Descrição do *StoryWorld*, no qual deve-se dizer todos os aspectos fundamentais do universo criado; Definição do público alvo, definição das janelas e dos suportes utilizados e, por fim, um cronograma que mostre a relação entre os produtos.

Storyworld:

Seis participantes tem o desafio de realizar uma série de fotografias com diferentes temáticas sociais. Para isso eles são orientados por 3 jurados. Primeira temporada: Três participantes realizam a maior parte do programa. Ao final, recebem o primeiro, o segundo e o terceiro lugar.

Primeiro Lugar: Júlia

Segundo Lugar: Biscoito

Terceiro Lugar: Jessica

Segunda temporada: A cada programa, um participante é eliminado pelo jurado responsável. Ao fim, restarão 3 participantes para a grande final. Todo o programa se passa na cidade de Bauru e região.

Público alvo: Jovens e adultos interessados em fotografia e conectados à mídias digitais e plataformas como *Youtube, Facebook e Instagram*.

Janelas e Suportes: *Reality show* para web: 3 Episódios de 30 minutos e 1 episódio final de 60 minutos

Documentário: 3 episódios que acompanham o tema do *reality show*

Vídeos com Dicas de fotografia: 4 vídeos de até 5 minutos com dicas de fotografia

Instagram: Fotos dos participantes postadas a cada episódio.

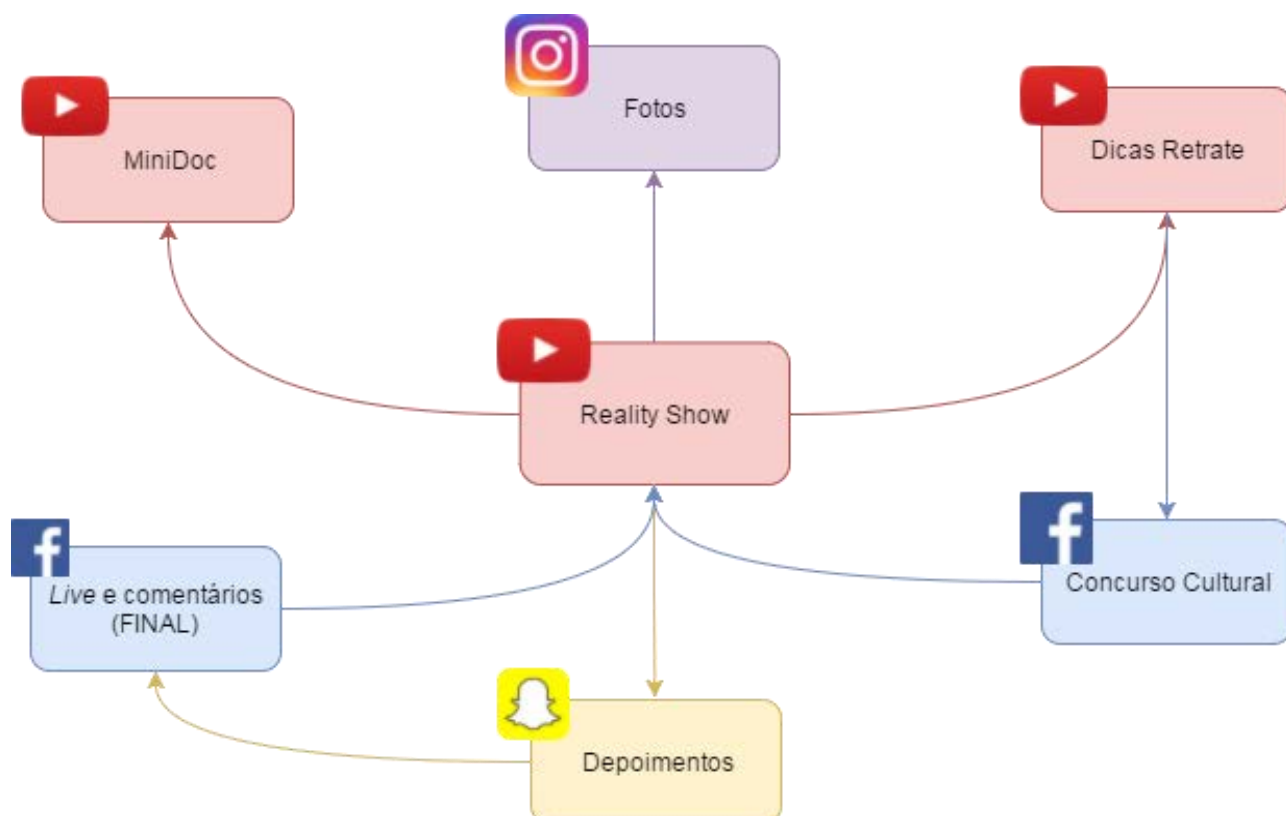


Figura 10 - Diagrama de mídias

Snapchat: Depoimentos dos participantes e bastidores do programa.

Cronograma Semanal: Websérie

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
		Reality		MiniDoc			Dicas Retratar
	Vídeo apresentando os prêmios	Postagem do YouTube		Postagem do YouTube			Postagem do YouTube
		Fotos EP 1					
		Jurado convidado			Depoimento do		

		do a assistir o program a			último elimina do		
--	--	------------------------------------	--	--	-------------------------	--	--

Tabela 4 - Cronograma semanal: websérie

Final ao vivo:

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
		Transmiss ão ao vivo					
	Divulgaçã o Final	Transmiss ão ao vivo: Comentári os	Postag em agrade cimento				
		Fotos participant es	Postag em agrade cimento				
		Bastidores e depoiment os					

Tabela 5 - Cronograma episódio final

Atuação de cada mídia no Retrato:

Mídia	Está relacionada com o andamento do programa em si?	Adiciona informação extra à experiência do espectador?	Número de postagens na semana	Plataforma principal?	Possibilidade de interação com o público
-------	--	---	-------------------------------------	--------------------------	--

	Sim	Sim	3	Sim	Comentários Compartilhamento
	Não	Sim	4	Não	Concursos culturais, chat com a página, curtidas/compartilhamento/comentários
	Sim	Não	1	Não	Curtidas que valem votos nas fotos
	Não	Sim	2	Não	Chat

Tabela 6 - Atuação de cada mídia no Retrato

Produtos

Produto	Carro chefe da franquia?	Adiciona informação nova ao espectador?	Como contribui ao conteúdo da plataforma mãe?
Reality	Sim	Sim	É a plataforma mãe
Minidoc	Não	Sim	Aborda os temas apresentados no programa e os trabalha por uma nova perspectiva com outros personagens
Dicas Retrato	Não	Sim	Embora a série em si não esteja ligada ao programa em si, os participantes usam uma das técnicas ensinadas no Dicas Retrato na prova final. A apresentadora é vencedora da primeira temporada do Retrato

Tabela 7 - Produtos do Retrato

2.5. Referências Gerais e Estéticas

A segunda temporada do *Retrate*, apesar de ser um trabalho de conclusão de curso levando o nome dos três alunos responsáveis, o projeto foi concebido e combinado com toda a equipe para ser uma criação coletiva em que toda a equipe têm autonomia para explorar sua respectiva área de maneira a enriquecer o programa como um todo, sendo o trabalho criativo de cada área de caráter inalienável, portanto as experiências que serão relatadas no presente relatório vão se focar prioritariamente nas áreas em que os alunos responsáveis efetivamente exerceram que são: produção executiva, roteiro, direção, assistência de direção, colorização e finalização.

O início do trabalho de direção, composta pelos alunos Leandro Freitas e Sillas Carlos, foi trazer referências gerais e estéticas para todos os produtos da franquia de forma a construir um ponto de partida sólido do qual todos os membros das áreas técnicas/criativas, inclusive os diretores, seriam incentivados a criar, explorando de forma expressiva suas respectivas áreas

2.5.1. Reality Show

MasterChef Brasil, Bandeirantes, 2014

O *reality show* de competição culinário foi considerada a principal referência, pela sua excelência técnica e narrativa englobando todas as áreas de maneira satisfatória. O primeiro episódio da terceira temporada foi utilizado de parâmetro de análise contribuindo para as seguintes percepções:

Roteiro: o episódio em questão contém uma narrativa poderosa, bem amarrada a todas as outras áreas técnicas, tem seu mérito em desde o início já prender a atenção do espectador ao criar uma atmosfera tensa de competição em que já se apresenta o principal objeto de desejo dos competidores, o título de *Masterchef*, para logo depois mostrar o que estudioso em escrita criativa Robert McKee (2010) denomina de “forças antagonistas” que são os três jurados, nomes relevantes da gastronomia, que têm o poder de decidir quem será o vencedor, ou seja, para ganhar o prêmio os competidores terão que “vencer”, impressionando-os, através de suas habilidades culinárias, garantindo sua permanência semana a semana e ao final o desejado título.

Com a dinâmica do jogo já apresentada nos primeiros minutos o resto do episódio consiste na apresentação dos candidatos ou personagens que participarão do programa, feito de maneira efetiva pela forte presença da apresentadora Ana Paula Padrão, que antes de cada candidato se apresentar para a triagem com os jurados, conversa com o candidato fazendo perguntas-chave sobre sua vida de forma a começar a construir a empatia do público ou não com determinado participante.



Figura 11 - Frame apresentadora Ana Paula Padrão e participante: reality show "MasterChef"

Fotografia: Corresponde uma mesclagem entre a usual estética de programas de televisão, em que a iluminação é pensada de maneira mais orgânica, os pontos de luz são prioritariamente direcionados para cobrir em primeiro plano a área total do cenário, misturado com uma estética de *show com* a presença de *spots* de luzes azuis se movendo pelo cenário.



Figura 12 - Frame iluminação: reality show "MasterChef"

Direção: Mantém a interação entre os apresentadores, jurados e competidores de forma orgânica, garantindo o realismo intrínseco do *reality show* em ação e em conjunto com a fotografia cria planos que são precisos em proporcionar diferentes atmosferas de clima durante o programa, seja de expectativa nos planos em que a câmera desloca-se mostrando o cenário principal, até nos planos fechados em momento de forte tensão como a decisão dos jurados sobre a classificação de um participante.



Figura 13 - Frame apresentação do cenário: reality show "MasterChef"

Som: de maneira geral chamou a atenção a forma expressiva que os efeitos sonoros são utilizados ao serem aliados aos movimentos de câmera demarcando-os sonoramente e contribuindo com a dinamicidade do programa. Dentro da própria narrativa o som é bem explorado, exemplo disso, é o momento 7'36" do primeiro episódio da terceira temporada em que o jurado Henrique Fogaça apresenta uma maleta com o prêmio em dinheiro do programa e logo em seguida a fecha de maneira brusca e todo som é cortado deixando uma atmosfera tensa no ar, para depois ele interromper o silêncio falando que a motivação dos participantes não deve ser dinheiro, mas paixão. Além disso a trilha sonora com uma atmosfera clássica, composta principalmente por violinos ajuda na criação do ambiente tenso que move a competição.



Figura 14 - Frame maleta: reality show "MasterChef"

Arte: Os cenários tem uma estética simples e elegante e tem como principal característica a inscrição do logotipo de programa em vários elementos do cenário.



Figura 15 - Frame inscrição do logotipo do programa nas paredes: reality show "MasterChef"

Edição: o programa em geral tem uma montagem dinâmica que tem como principais elementos a união entre movimentos de câmera, trilha sonora e efeitos sonoros, cortes ritmados com a trilha sonora e movimentos de câmera acelerados, construindo uma eloquência maior para a narrativa.

Lucky Ladies, Fox Life, 2015

Neste *reality* cinco funkeiras são treinadas pela cantora Tati Quebra-Barraco para se tornarem ícones do funk. Chama a atenção principalmente na apresentação das personagens em que seus depoimentos são intercalados com imagens do “cotidiano” que confirmem ou neguem o que foi dito, contribuindo para já no primeiro episódio as personagens sejam apresentadas de forma efetiva, com o público já podendo criar empatia por elas. Serve de referência para o roteiro e edição, principalmente no que se refere ao uso de narrativa não linear que proporciona maior dinamicidade



Figura 16 - Frame: reality show "Lucky Ladies"

Extreme makeover Social, Rede Record, 2010.

O programa é um *reality show* com temática social que consiste em reformar creches para crianças em situação de vulnerabilidade econômica. É uma referência para o roteiro por conter uma narrativa que insere a temática do programa de maneira didática e contém um outro diferencial que é a atuação e o envolvimento da apresentadora dentro da situação apresentada nos episódios e com os personagens.



Figura 17 - Frame: reality show "Extreme Makeover Social"

Quebra-galho, MTV, 2007

O programa tinha a proposta de auxiliar a resolução de problemas do cotidiano por apenas cinquenta reais. Para o Retrato extraímos como referência a montagem de cenas externas que adquirem uma dinamicidade a partir de elementos como aceleração do vídeo e *jump cuts*, acompanhado pela trilha sonora.



Figura 18 - Frame: reality show "Quebra-galho MTV"

2.5.2. Retratar Minidoc

Para a série de curta-documentários que tem como objetivo principal aprofundar os temas do *reality* foi pensando como ponto de partida estilizar a estética documental de forma experimental. Utilizamos como referência geral e estética os seguintes produtos:

Sense 8 Decoded, 2015

Série de mini documentários criados pela *Netflix* e que consiste em entrevistas com especialistas acerca das temáticas que rondam a série *Sense 8*. Tomamos como referência, o início dos vídeos que contém um recorte de cenas do tema do mini documentário dentro do seriado, os planos detalhes de objetos relevantes do cenário e de partes do rosto do entrevistado, que são intercalados com narrações em *off*. Outro destaque é o tom intimista da narrativa, expresso principalmente na junção da trilha sonora com a montagem, ao mesmo tempo que confere seriedade ao tema, aproxima o espectador do assunto retratado.



Figura 19 - Frame: Lea T: Transsexualidade e Tabu: "Sense8 Decoded"

How Does It Feel Out, 2015

Este vídeo foi criado pela equipe do *BuzzfeedYellow* em seu canal no *Youtube* e consiste retratar as experiências de diversas pessoas ao se assumirem homossexuais. De maneira semelhante ao vídeo do *Sense 8*, apresenta em sua

estética muitos planos detalhes, só que apenas de partes do rosto das pessoas. Diferente da primeira referência o tom da narrativa aqui é mais dramático, desde a trilha, intensificado pelos próximos planos detalhes já citados. Decidimos seguir a linha do primeiro vídeo intimista mas não piegas, porque nosso foco era promover uma reflexão e achamos que se incentivamos a criação de um clima mais dramático isso se perderia.

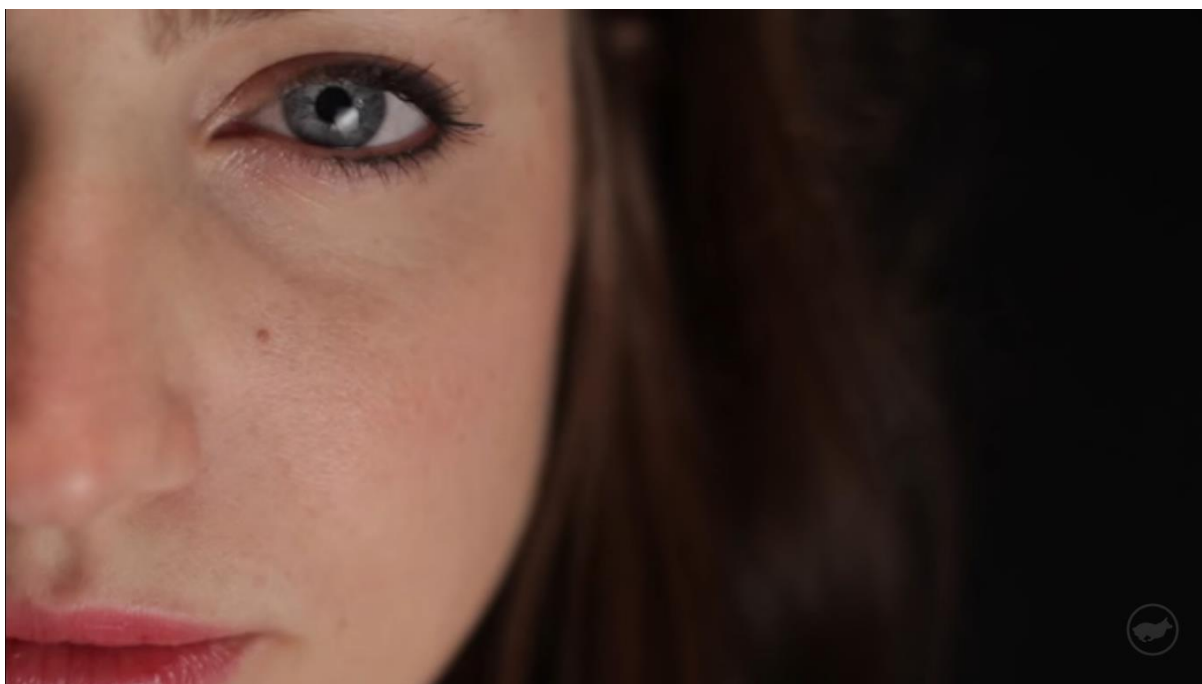


Figura 20 - Frame: "How Does It Feel Out"

2.5.3. Dicas Retratar

A ideia do Dicas Retratar consiste em ser um *vlog* com tutoriais rápidos ensinando dicas de fotografia. O ponto de partida era o programa ser algo didático, simples e dinâmico e que se mesclasse a apresentadora ensinando determinada dica com videografismos de forma a inserir informações complementares. Buscamos estas características nos seguintes canais de *Youtube*:

Manual do Mundo, 2008

O canal de *Youtube* Manual do Mundo, criado e comandado pelo jornalista Iberê Thenório, apresenta dicas em forma de tutorial acerca de experimentos científicos caseiros, receitas, mágicas entre outros. Os vídeos deste canal são didáticos e a dinâmica da gravação consiste em uma câmera geral e outra detalhe com leves movimentos.



Figura 21 - Frame: "Canal Manual do Mundo"

Tasty, 2016

Canal como variadas receitas culinárias que tem como principal característica a presença de videografismo durante o vídeo inteiro, com intenção de ficar mais dinâmico, dispensando o papel de um apresentador.



Figura 22 - Frame: "Canal Tasty"

7 Funky Photography Tips - COOPH (Cooperative of Photography) - 2015

Este vídeo nos foi apresentado por Júlia Piccolo, apresentadora do Dicas Retratar e tem como principal característica como referência, dicas de fotografia de forma sucinta e dinâmica utilizando videografismos, sem mediação de apresentador.



Figura 23 - Frame: Canal COOPH - "7 Funky Photograph Tips"

3. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

3.1. Formação da equipe

A concepção do Retrato tem em seu cerne ser um trabalho de criação coletiva, por isso pensamos que a equipe deveria ser constituída por pessoas que acreditassem na ideia do projeto e o ajudasse a se desenvolver. A equipe foi formada por alunos voluntários de Rádio e Tv da Unesp de Bauru, contando com membros dos quatro anos de graduação e com alunos já formados.

O processo de formação da equipe iniciou-se com o convite dos envolvidos na primeira temporada, por já estarem inteirados de toda a dinâmica do programa. Logo depois fizemos uma postagem no grupo de *Facebook* “Bixos radialismo 2016” que tem os alunos de todos os anos, perguntando as funções que cada um tinha mais afinidade.

Convidamos duas alunas do terceiro ano de Relações Públicas para atuarem como “Social Media” ajudando a movimentar as redes sociais do programa. A partir disso a equipe se constituiu da seguinte forma:

Equipe Reality Show (episódios gravados)

Função	Nome
Roteiro	Ana Carolina Piaggi Carolina Maris Leandro Freitas Sillas Carlos
Produção Executiva	Leandro Freitas
Produção	Alexsandro Stênico Bruna Cruz Fernanda Rúbia Gardinalli
Direção	Leandro Freitas Sillas Carlos
Primeiro Assistente de Direção	Grégory Damaso

Segunda Assistente de Direção	Júlia Gargitter
Direção de Som	Lucas do Carmo Thaís Martins
Direção de Fotografia	Alexandre Senô
Primeira Assistente de Fotografia	Raissa Constantino
Segunda Assistente de Fotografia	Ana Carolina Cannone
Direção de Arte	Bárbara Benevenuto
Primeira Assistente de Arte	Letícia Alice
Segunda Assistente de Arte	Ana Dantas
Logger	Grégory Damaso
Montagem	Pedro Anderson Rodrigo Pereira
Tratamento de Som	Mateus Mello
Videografismo	Vítor Amorim
Colorização e Finalização	Grégory Damaso
Redes Sociais	Raquel Schmidt Vanessa Kaori
Coordenação de Produção Multimídia	Sillas Carlos
Apresentação	Bia Pístola

Tabela 8 - Equipe reality show (episódios gravados)

Equipe Reality Show (episódio final)

Função	Nome
Roteiro	Ana Carolina Piaggi

	Carolina Maris Leandro Freitas Sillas Carlos
Produção Executiva	Leandro Freitas
Produção	Alexsandro Stênico Bruna Cruz Fernanda Rúbia
Direção Geral	Leandro Freitas
Direção de Imagem	Sillas Carlos
Primeiro Assistente de Direção	Grégory Damaso
Segunda Assistente de Direção	Júlia Gargitter
Direção de Som	Lucas do Carmo Thaís Martins
Sonoplastia	Mateus Mello
Direção de Fotografia	Alexandre Senô
Primeira Assistente de Fotografia	Raissa Constantino
Segunda Assistente de Fotografia	Ana Carolina Cannone
Câmeras	Ana Carolina Cannone Graciela Agüena Perosa Raissa Constantino Vitória Toledo
Direção de Arte	Barbara Benevenuto
Primeira Assistente de Arte	Letícia Alice
Segunda Assistente de Arte	Ana Dantas

Operadora de GC	Beatriz Sosnowj
Apoio de Set	Ana Carolina Piaggi Carolina Maris
Edição	Grégory Damaso Juliana Mossoni Pedro Anderson Rodrigo Pereira
Tratamento de Som	Mateus Mello
Videografismo	Grégory Damaso Leandro Freitas Vitor Amorim
Colorização e Finalização	Grégory Damaso
Coordenação de Produção Multimídia	Sillas Carlos
Redes Sociais	Raquel Schmidt Vanessa Kaori
Produção da Live	Júlia Antunes Raquel Oyakawa
Comentários	Anna Luisa Lopes Olga Barbosa Ozias Japhette la Blessed
Apresentação	Bia Pístola

Tabela 9 - Equipe reality show (episódio final)

Equipe Minidocs

Função	Nome
Roteiro	Ana Carolina Piaggi Carolina Maris

	Leandro Freitas Sillas Carlos
Direção	Leandro Freitas Sillas Carlos
Primeiro Assistente de Direção	Grégory Damaso
Segunda Assistente de Direção	Júlia Gargitter
Produção	Alexsandro Stênico Bruna Cruz Fernanda Rúbia Gardinalli
Produção Executiva	Leandro Freitas
Direção de Fotografia	Vitória Toledo
Primeira Assistente de Fotografia	Graciela Aguenta Perosa
Logger	Graciela Aguenta Perosa
Direção de Som	Beatriz Sosnowj
Edição	Eduardo Sansigolo Juliana Mossoni
Tratamento de Som	Mateus Mello
Videografismo	Vítor Amorim
Social Media	Raquel Schmidt Vanessa Kaori
Coordenação de Produção Multimídia	Sillas Carlos

Tabela 10 - Equipe Minidocs

Equipe Dicas Retratar

Função	Nome
---------------	-------------

Roteiro	Ana Carolina Piaggi Carolina Maris Leandro Freitas Sillas Carlos
Direção	Leandro Freitas Sillas Carlos
Primeiro Assistente de Direção	Grégory Damaso
Segunda Assistente de Direção	Júlia Gargitter
Produção	Alexsandro Stênico Bruna Cruz Fernanda Rúbia Gardinalli
Produção Executiva	Leandro Freitas
Direção de Som	Lucas do Carmo Thaís Martins
Direção de Fotografia	Henrique Gun Raíssa Constantino
Direção de Arte	Barbara Benevenuto
Primeira Assistente de Arte	Letícia Alice
Segunda Assistente de Arte	Ana Dantas
Logger	Grégory Damaso
Tratamento de Som	Mateus Mello
Edição	Raquel Oyakawa
Videografismo	Vítor Amorim
Redes Sociais	Raquel Schmidt Vanessa Kaori

Coordenação de Produção Multimídia	Sillas Carlos
Apresentação	Júlia Piccolo

Tabela 11 - Equipe Dicas Retratar

3.2. Planejamento e pré-produção

A partir da formação da equipe, foram definidas as etapas necessárias para a realização do projeto, seguidas pelo cronograma de execução de cada uma delas. O tempo de produção foi definido em nove meses, sendo de abril a dezembro de 2016.

No mês de abril, foi dada prioridade para a pesquisa teórica sobre os temas necessários à realização da segunda temporada, como cultura da convergência, *reality shows* e fotografia social. A partir do mês de abril, os criadores também realizaram uma avaliação da primeira temporada e discutiram novas propostas para a temporada seguinte.

Em Junho foi definida a equipe do projeto, o que possibilitou o início da pré-produção. Para definir os processos necessários para a realização da segunda temporada do Retratar, a equipe de direção elaborou um fluxograma a fim de esquematizar as etapas necessárias, bem como sua ordem de realização.

Após a estruturação do fluxograma, foi criada uma conta na plataforma online de armazenamento da *Google* para que os documentos e demais materiais sobre a segunda temporada fossem armazenados, facilitando a comunicação e consulta dos membros da equipe. Uma vez que todos tiveram acesso à plataforma, foram criadas pastas de acordo com a necessidade do projeto, dividindo os arquivos em áreas, facilitando, assim, a organização do espaço virtual.

A partir deste momento, foi escolhida uma pessoa da equipe para ser representante por cada uma das áreas de produção, sendo estas Direção, Roteiro, Direção de Fotografia, Direção de Som, Direção de Arte, Produção, Produção executiva e Pós-produção. O objetivo era facilitar a comunicação entre os membros da equipe, bem como garantir maior independência às equipes de cada área.

Buscando otimizar a produção dos três produtos da segunda temporada do Retratar, a equipe foi separada entre os três, de forma que cada produto tinha um time de pessoas diferentes para realizá-lo. Esta estratégia possibilitou que cada membro pudesse estar mais focado no produto que iria produzir, garantindo, assim, maior envolvimento e qualidade nos resultados da produção.

3.3. Produção executiva

Para a realização do projeto, foi necessário arrecadar verba a fim de cobrir custos de produção. Aluguel de equipamentos, compras de materiais para cenário, despesas com alimentação e transporte da equipe, bem como itens de consumo como pilhas e lâmpadas foram alguns dos gastos que a equipe teve ao longo da realização da segunda temporada do Retratar.

A produção executiva foi a primeira área a se mobilizar, já em abril, pensando em como arrecadar dinheiro para pagar o projeto e foram esboçadas três possibilidades: editais do governo de incentivo à produção audiovisual tal como a Lei *Rouanet*³, financiamento coletivo ou *crowdfunding* que consiste no investimento pessoal de pessoas que se identificaram com seu projeto e financiamento privado através do incentivo das empresas de Bauru e região e virtuais.

Após estudar as opções percebemos que para aderir aos editais de incentivo à cultura precisaríamos de um tempo que não tínhamos, já que os trâmites burocráticos demandam em torno de um ano e a gente contava com 9 meses para produzir todo o produto. Quanto ao financiamento coletivo, a franquia Retratar por ter seu conteúdo na web, possibilitando o acesso em diversos lugares do mundo, teria grande potencial para esta modalidade de arrecadação de dinheiro. Entretanto, assim como os editais de incentivo, o tempo dentro do nosso cronograma de produção que isso iria demandar tornou esta opção inviável. Escolhemos, assim, o financiamento privado, por ser a opção mais viável no tempo que tínhamos para financiar o Retratar.

Antes da arrecadação da verba, porém, era necessária uma estimativa da quantia básica necessária para a produção do projeto. Desta maneira, o produtor executivo realizou um levantamento de preços acerca dos custos prévios de cada área, considerando os gastos da primeira temporada, elencando itens essenciais para a produção audiovisual do Retratar⁴.

³ Lei Federal de incentivo à cultura que consiste que tem como destaque a sua política de incentivo fiscal em que empresas e pessoas físicas aplicam uma parte de seu imposto de renda investindo em projetos culturais

⁴ Orçamento geral disponível nos apêndices

Após esta etapa foi concebido um projeto de colaboração⁵ cuja proposta era que as empresas financiassem o projeto comprando cotas pré-estabelecidas pela equipe e, em troca, tinha sua marca divulgada no programa, de acordo com a quantia com a qual colaborasse, ele foi criado em duas versões uma expandida e detalhada e outra em formato de apresentação de slides⁶, mais enxuta, apenas com as informações essenciais, ideal para facilitar a comunicação com as empresas. O projeto foi pensado para ser dividido em três partes: apresentação do programa; por que colaborar com o Retratar? e Como Colaborar com o Retratar?

Apresentação do Programa

Introduz o possível patrocinador ao programa, com uma retrospectiva da primeira temporada e a apresentação do projeto da segunda temporada, com seu “universo expandido” nas webséries de mini-documentários e vídeo aulas.

Por que colaborar com o Retratar?

Aqui eram os exemplificados motivos pelos quais se deveria colaborar com o Retratar, com dados da repercussão da primeira temporada, uma pesquisa divulgada pela empresa de pesquisa e inteligência de mercado *Ipsos Media* sobre o público de *Reality Show* que revelava que 11% das pessoas se encontravam dentro do interior paulista e além disso um outro motivo elencado foi a questão da responsabilidade social, elemento importante da atual dinâmica mercadológica do Marketing 3.0⁷, o Retratar tem o diferencial de ser um programa de *reality show*, acrescentando a um gênero usualmente vinculado em grande parte ao entretenimento um conteúdo com função social e que certamente faria com que a empresa patrocinadora tivesse uma visibilidade mais positiva perante seu público.

Como colaborar com o Retratar:

Para esta etapa foi realizada a elaboração das cotas e outras formas de colaboração com o projeto, sendo estas:

- Apoio Cultural: donativos ou empréstimo de materiais necessários à gravação: combustível, alimentação, equipamentos de luz e/ou som, figurino, maquiagem, espaços e objetos para constituição de cenário, entre outros.

⁵ Projeto de colaboração disponível nos apêndices

⁶Projeto de colaboração em formato de apresentação de slides, disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0B7VLftYa8zXJOHE1MVVAcTIEVEU/view?usp=sharing>

⁷ Preza a relação da empresa com o consumidor, preocupando-se com valores de bem-estar social.

- Patrocínio: divide-se em três cotas: bronze, prata e ouro.
 - COTA BRONZE - R\$ 200,00
 - COTA PRATA - R\$ 300,00
 - COTA OURO - R\$ 500,00
- Oferecimento: Valores acima de R\$ 500,00

De acordo com a forma de colaboração e a quantia investida, a empresa recebia em contrapartida diferentes espaços de divulgação de sua marca no projeto.

Após a realização do orçamento e definição das formas de colaboração, a equipe pesquisou empresas, de Bauru e região e empresas virtuais, que pudessem se interessar pelo projeto. Foi criada uma lista com as empresas cujo perfil se aproximava da proposta do programa, o que aumentava as chances de aceite de colaboração.

Desta maneira, entramos em contato com os possíveis colaboradores para apresentar-lhes a proposta e esbarramos com uma grande dificuldade, pois em Bauru e região, é incomum o hábito de se apoiar financeiramente projetos culturais e junto a isto tem a crise financeira, resultando em um fraco arrecadamento financeiro, sendo que apenas uma empresa apoiou o projeto com dinheiro que foi o Taxi Fininho. Entretanto, conseguimos ajuda em equipamentos e objetos necessários para a gravação e entre as empresas⁸ que colaboraram desta maneira, a loja de artigos fotográficos Bananafoto foi a que colaborou com a maior quantia, oferecendo 550,00 (quinhentos e cinquenta) reais em produtos, inclusive os prêmios da final foram retirados desta colaboração.

O programa teve complicações financeiras graves em decorrência principalmente da greve de funcionários, docentes e discentes de Bauru, tornando inviável o acesso de todos os laboratórios e de toda a estrutura que a universidade dispunha como o estúdio e os equipamentos, o que fez com tivéssemos gastos não previstos no orçamento como aluguel de equipamento de som no Dicas Retratar, aluguel de equipamentos de luz no *reality show*, além da pintura do estúdio emprestado pela produtora F/1.4. Conseguimos arcar com estas despesas de formas não-convencionais de captação, colocando nosso dinheiro, rifando um dos produtos doados pela empresa Banana Foto e vendendo comida na universidade.

3.4. Reality Show

⁸ Lista de empresas e suas contribuições disponível no apêndice

3.4.1. Pré-produção do *Reality Show*

No mês de abril, primeiro mês de pré-produção, foi dedicado para repensar o produto a partir da experiência com a primeira temporada sistematizando os resultados do questionário elaborado na plataforma *typeform* e do *YouTube Analytics*, para, assim, começar formular uma nova estrutura para a nova temporada. Dentre as principais mudanças pensamos na inclusão da eliminação em cada episódio de forma a movimentar a narrativa do programa, o aumento do número de participantes, agora seriam cinco, além da diminuição do tempo total do produto através da fragmentação do conteúdo em outras plataformas.

No final do mês nos reunimos com a nossa orientadora e ela nos ajudou a ampliar nossas ideias de temas para a nova temporada assim como a pensar em uma dinâmica diferenciada de adicionar um elemento surpresa a cada prova, seja tirar foto com um equipamento diferente, como um celular, até investir em novas técnicas fotográficas, aperfeiçoando maneiras com que os participantes teriam para explorar expressivamente as provas.

Os temas levantados eram os seguintes:

- Movimentos Sociais
- Festa
- Transgêneros
- Do lado de dentro
- Perspectiva divertida
- Lixo\questão socioambiental
- Etnias
- Inclusão
- Vidas noturnas
- Formas de trabalho
- Tribos
- Cercas
- Cenas de rua
- Índios
- Favelas
- Família

- Velhice
- Gerações

Paralelamente com a reformulação do programa, criamos neste mês um projeto de patrocínio que tinha em vista investimentos de empresas privadas.

No início de maio fizemos o primeiro esboço da estrutura do *reality show* e nela modificamos o número de participantes aumentando para seis pessoas por uma questão estrutural de ter no episódio final três finalistas, no segundo e no terceiro episódio seria realizado um sorteio entre os participantes em relação a diferentes equipamentos e técnicas fotográficas para serem agregados a prova e na final foi planejado uma prova ao vivo. Esboçamos também uma primeira ideia para o tema da final e sua respectiva prova, queríamos trazer para o programa a discussão sobre gênero e sexualidade, a qual ainda não abordamos em nenhuma temporada, desta forma pensamos em abordar a Performatividade de Gênero, desconstruindo comportamentos comuns enraizados na heteronormatividade e para isso elaboramos uma prova que consiste em chamar diferentes pessoas ativistas na temática, colocar algumas araras com variadas roupas e pedir para elas se vestirem com qualquer roupa que se sentirem confortáveis e a partir disso fotógrafos finalistas fariam um ensaio fotográfico. Esta ideia foi inspirada pelo programa Amor e Sexo que discute estas questões de sexualidade e gênero através de jogos e performances musicais, teatrais durante o programa.

Em junho, com a equipe já formada, apresentamos o que a gente já tinha estruturado deixando-os à vontade para contribuir com ideias, logo depois apresentamos referências gerais e estéticas para todas as áreas de forma a dar um ponto de partida e estimular suas respectivas criações. Neste mesmo mês fechamos parceria com um estúdio para as gravações e selecionamos os jurados e os temas que iriam compor esta nova temporada.

Jurados

Para a segunda temporada do programa refizemos o convite para os jurados da primeira temporada, Gabriel Woelke e o Willian Olivato que aceitaram de imediato. A professora Loriza por ser orientadora do projeto não pode integrar novamente como jurada. Para esta vaga pensamos que seria importante para o programa em sua

responsabilidade social corrigir a falta de representatividade da primeira edição em que todos os jurados eram da etnia branca/caucasiana. Além de continuar a ser uma mulher, visto que a maioria da população brasileira é composta por mulheres, ela deveria ser negra, ativista do movimento negro e que visse a fotografia como uma ferramenta de expressão, de luta. A produção se encarregou desta função e logo nos apresentou a jornalista Greice Luiz, que tem um vasto trabalho de luta dentro do movimento negro em Bauru com palestras sobre empoderamento negro, inclusive algumas voltadas para o público infantil, incentivando o orgulho em ser negro e seu ativismo.

Temas

No final de junho, após fechamos com os jurados, nos reunimos com eles para explicar em detalhes a nova estrutura do programa e já definir junto os temas desta temporada. Apresentamos as ideias de temas que levantamos junto com a professora Loriza como sugestões e a partir daí o jurado Willian Olivato quis trabalhar com Cercas, por se tratar de um tema abstrato e abrangente que vai além de questões geográficas, podendo ser exploradas, dinâmicas sociais, questões psicológicas. Gabriel Woelke identificou-se com o tema família, pois no mesmo ano ele tinha feito um ensaio com mulheres para os dias das mães e com este ponto de partida combinamos com ele de expandir para se discutir e inspirar nos participantes a essência do que é família, fugindo do convencional imposto pela sociedade de ser integrada por um homem, uma mulher e filhos/as. Para o tema que a Greice iria apresentar a princípio ela escolheu a questão socioambiental do lixo, porém ao acabar a reunião, percebemos que estávamos desperdiçando o potencial da Greice que tem grande bagagem de vivência e teórica sobre ativismo negro, um tema extremamente relevante na sociedade atual, principalmente no Brasil com seu racismo velado, corremos atrás dela antes dela ir embora e fizemos esta proposta de troca de temas e ficou definido ativismo negro como o último tema do programa.

Em julho enquanto a fotografia, arte, som, estavam trabalhando em suas concepções artísticas para o programa, a equipe de roteiro se reunia para montar um esqueleto do programa episódio por episódio e depois escrever seus respectivos roteiros e a equipe de direção em conjunto com a produção realizavam os *castings* para os novos participantes do programa.

Casting

Para esta nova temporada a seleção dos candidatos tinha como principais pontos ampliar a diversidade do programa, seja social, étnica e/ou de gênero, sair círculo social da UNESP e trazer mais moradores de Bauru, disponibilidade, além da história do participante com a fotografia. Cientes de que a fotografia demanda de equipamentos, usualmente caros, prezamos que os participantes gostem de fotografia, seja tirando fotos com câmeras profissionais ou com celular. Com estes elementos queríamos trazer para o programa personagens com os quais variados públicos pudessem se identificar e torcer.

Para a divulgação do processo seletivo fizemos um vídeo com a apresentadora Bia Pistola convidando as pessoas a se inscreverem e lembrando que não era necessário ser profissional na área, precisava apenas gostar de fotografia e ter boa vontade em se explorar nesta área, na perspectiva de um olhar fotográfico mais social.

Espalhamos este vídeo pela internet em grupos do *Facebook*, desde de relacionados a faculdade, até outros grupos que envolve a comunidade bauruense, além disso conversamos com pessoas que tem luta e ativismo em Bauru em diferentes causas, como negra, LGBT, feminista, para ajudar a divulgar para as pessoas.

Tivemos um total de 32 inscritos e apesar de ter havido um equilíbrio entre homens e mulheres não conseguimos alcançar a representatividade social que tanto queríamos já que maioria dos inscritos eram brancos, heterossexuais, classe média/alta.

Para a entrevista do processo seletivo, utilizamos as seguintes perguntas base:

1. Apresentação do candidato
2. Conhece o Retrato?
3. Por que você quer participar do Retrato?
4. Noções básicas de fotografia
5. Qual sua história com a Fotografia? Nos conte como ela surgiu na sua vida e o que ela significa para você
6. História de uma foto que te marcou
7. Disponibilidade

A partir destas informações a gente tentava extrair dos participantes também, envolvimento com questões/movimentos sociais, interesses, visões de vida, elementos que poderiam constituir-los também como bons personagens.

A partir dos critérios já estabelecidos e tentando dentro do recorte dos candidatos buscar a maior representatividade social possível dentro do programa selecionamos os seguintes candidatos:

1. Aline Manzino
2. Ítalo Cardoso
3. Jeferson Barbato
4. Júlia Kato
5. Júlio Dias
6. Luana Tumiatti

Roteiro

Um dos elementos que caracterizam um *reality show* é a sua não-roteirização, prezando por tentar expressar a realidade de forma mais orgânica com o mínimo de interferência possível, o que é uma missão complicada como explica o pesquisador Luís Mauro Sá Martino ao se falar de *reality show*:

O grau de espontaneidade e imprevisibilidade, típicos da realidade em si, passam por uma transformação, mínima que seja, nos programas. A ilusão da câmera onisciente e invisível, nesse sentido, não pode ser levada longe demais: a captação da realidade, nesse caso, pressupõe, um amplo trabalho de produção e, portanto, interfere no que está sendo feito e visto (MARTINO, 2015, p.165)

Levando isso em consideração a equipe de roteiro se concentrou em estruturar com mais detalhes os eventos já previstos para acontecer em cada episódio, conforme a imagem abaixo:

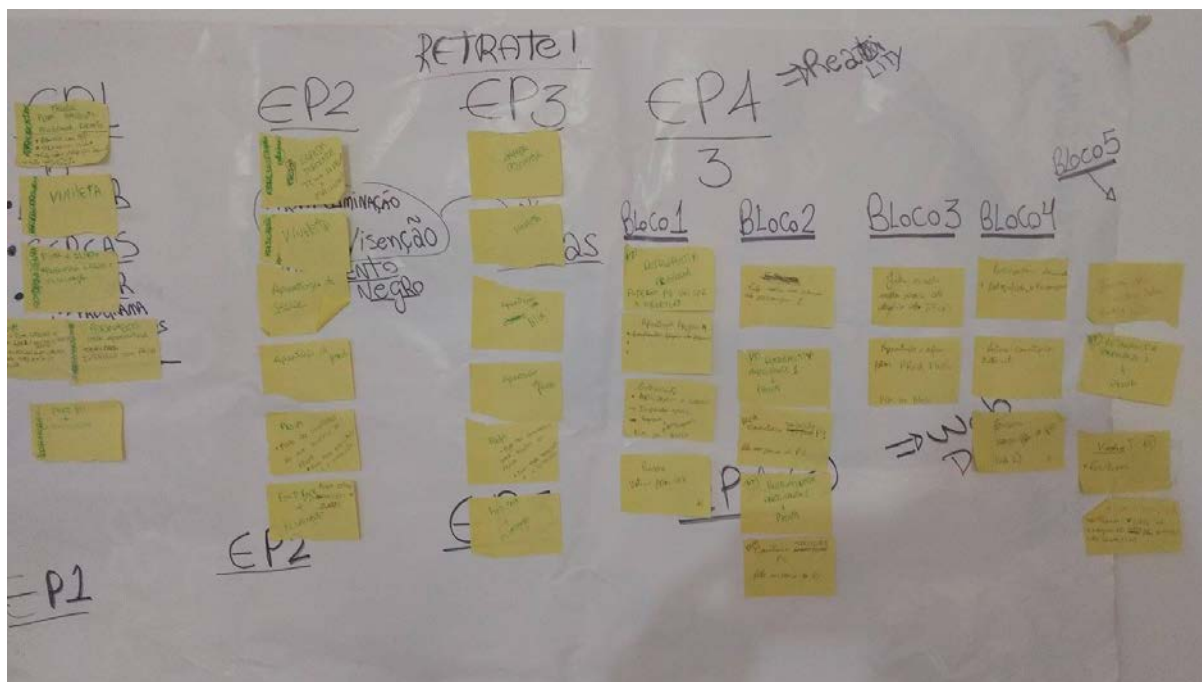


Figura 24 - Estrutura de todos os episódios da segunda temporada do Reality Show

Episódio 1 - Cercas

Este episódio tem a missão de apresentar a ideia do programa, assim como os jurados e os participantes inserindo o público para dentro do universo do programa. Para isso pensou-se no seguinte esquema:

- Apresentação do programa como um *reality show* de fotografia que visa desenvolver em seus participantes um olhar fotográfico mais crítico e sensível às temáticas sociais do cotidiano, retomando imagens da temporada passada.
- Rápida apresentação dos três jurados, informando nomes, suas respectivas profissões e contato com a fotografia.
- Apresentação do tema do episódio
- Introdução mais detalhada do jurado que irá apresentar o tema do episódio
- Conversa sobre o tema do programa com os participantes
- Apresentação dos participantes intercalado com suas respectivas provas
- *Feedback* da prova
- Eliminação

Episódio 2 - Ativismo Negro

- Apresentação do tema do episódio
- Introdução mais detalhada do jurado que irá apresentar o tema do episódio
- Conversa sobre o tema com os participantes
- Prova
- Eliminação

Episódio 3 - Famílias

Este episódio segue a mesma estrutura do episódio anterior, apresentando uma novidade, os candidatos deverão votar na melhor foto deste episódio, segundo sua perspectiva, só que de outro participante, a foto mais votada faria com que o candidato autor não pudesse ser eliminado, garantindo sua vaga para a final do programa.

- Apresentação do tema do programa
- Introdução mais detalhada do jurado que irá apresentar o tema do episódio
- Conversa sobre o tema com os participantes
- Prova
- Votação da melhor foto segundo os participantes
- Anúncio do primeiro finalista
- *Feedback* da prova
- Eliminação

A partir disso, as estruturas pensadas episódio por episódio em conjunto com as falas da apresentadora foram colocados em formato de roteiro de três colunas, que consiste na sistematização das ações divididas em vídeo, em áudio e instruções técnicas, como por exemplo se o áudio será executado em consonância com o vídeo (ao vivo) ou fora do vídeo, como uma narração (*off screen*).

Ficou combinado que durante as gravações dos episódios as integrantes da equipe Ana Carolina Piaggi e Carolina Maris irão acompanhar as gravações e anotar as ações mais importantes contribuindo para a edição final dos episódios.

Direção

· **Decupagem⁹ de planos:** para fluir melhor a dinâmica de gravação em sua escolha de planos dividimos cada episódio em três momentos chaves: apresentação do tema e conversa dos jurados com os participantes, conversa entre os jurados sobre as fotos das provas e *feedback* das provas e eliminação do participante. Para a primeira parte foi planejado utilizar três câmeras, sendo que a primeira estaria na grua¹⁰ e faria planos gerais em sentido de ambientação, a segunda câmera estaria nos participantes em plano conjunto e em alguns momentos em planos médios e a outra câmera revezaria entre a apresentadora no momento em que ela chama o jurado para falar sobre o tema, e o jurado conversando com os participantes, tudo em plano médio. No momento em que os jurados discutem sobre as fotos das provas, mediados pela apresentadora, pensamos em duas câmeras, sendo a primeira em suporte da grua fazendo planos gerais e a segunda fazendo planos médios de cada jurado e da apresentadora em separado, revezando com leves movimentos de *travelling*¹¹ passando por cada membro, tudo isso utilizando de suporte a *steadycam*. No momento final em que o jurado do programa revela a síntese de opiniões de cada foto e revela o eliminado, foi pensando em um esquema de câmeras e planos semelhante ao primeiro momento, utilizando as mesmas três câmeras, sendo a primeira na grua em planos gerais, a segunda na *steadycam* acompanhando os participantes em planos conjuntos e mais fechados, pelo motivo desta parte representar um momento de grande tensão no programa, e a última câmera novamente revezando entre a apresentadora e o jurado em plano médio. Deste planejamento encontramos dificuldade para executar os planos com a grua por causa da greve na universidade, impedindo nosso acesso aos equipamentos do estúdio de Rádio e Televisão, sendo substituído por planos abertos no tripé.

⁹ Divisão de cena em planos

¹⁰ Sistema de guindaste em que a câmera é instalada em uma extremidade e pesos são colocados na extremidade oposta gerando um efeito de gangorra.

¹¹ Todo movimento em que a câmera se desloca no espaço

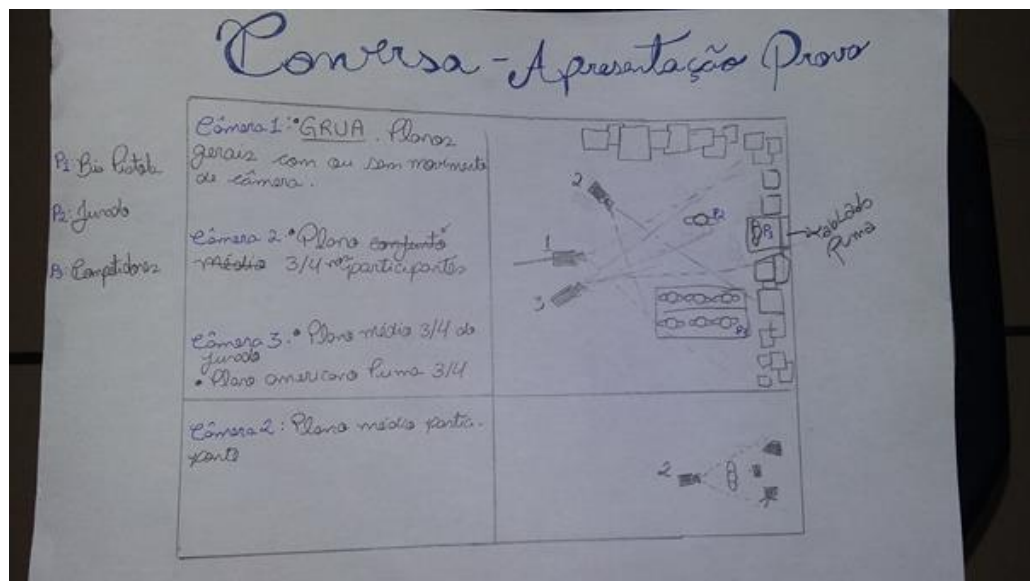


Figura 25 - Decupagem de plano "Apresentação tema e conversa entre jurados e participantes"

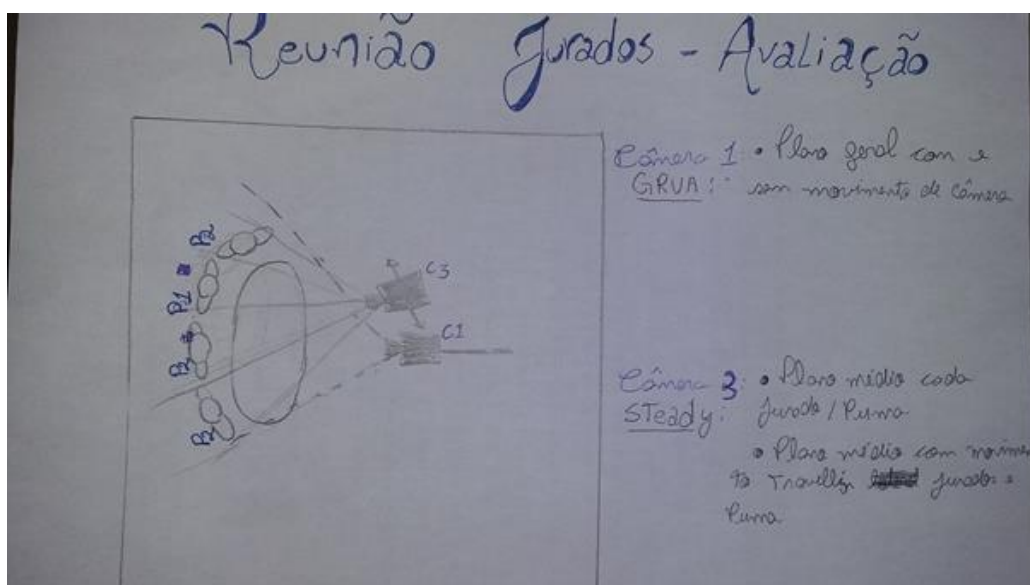


Figura 26 - Decupagem planos "conversa entre os jurados sobre as fotos das provas"



Figura 27 - Decupagem planos: "Feedback das fotos e eliminação"

- **Esquema de gravação das provas:** pela própria lógica de espontaneidade do gênero reality show, o esquema de gravação das provas do programa foi planejado para que as provas se tornassem o mais orgânicas possíveis. Utilizamos de duas câmeras, usualmente uma para planos mais gerais e outra para planos detalhes. A equipe de fotografia era instruída pela direção em tempo real sobre os planos a serem feitos neste momento de acordo com o andamento da prova.
- **Apresentadora:** para esta nova edição do programa nossa intenção era de incluir mais a Bia Pistola, apresentadora do programa, nas situações de cada episódio, interagindo mais com os participantes e os personagens a serem fotografados. Desta maneira incluímos a apresentadora em todas as gravações das provas e lá ela tinha a missão de se incluir no cenário da prova, conversando com as pessoas envolvidas, procurando saber mais sobre o local escolhido, para desta forma ter informações o suficiente para conduzir melhor as entrevistas e extrair de forma mais aprofundada as motivações dos participantes.
- **Jurados:** a direção instruiu os jurados de forma que eles pudessem expressar de forma mais objetiva e clara tanto na conversa sobre o tema com os participantes, quanto na avaliação da foto. No primeiro caso, durante as gravações o jurados tinham uma hora para conversar sobre o tema com os participantes, pela nossa lógica de gravação, e para fluir da melhor maneira, orientamos os jurados a seguir os seguintes tópicos:

apresentação e explicação do tema de forma a já deixar elucidada nos primeiros minutos o assunto tratado, após isso mostrar referências visuais e introduzir junto as possíveis consequências que o tema reflete, explicação da prova para os participantes explicitando seu objetivo e se for o caso, as técnicas que deverão ser empregadas na produção da fotografia. Na avaliação da foto, os critérios que instruímos os jurados a seguir foram os seguintes: técnica, avaliar se o candidato souber expressar seu ponto de vista utilizando de maneira expressiva a linguagem fotográfica, o segundo critério é a história da foto, que consiste em saber as motivações dos participantes para a construção daquela foto, juntamente com o último critério que é a intenção da foto na qual importa o que o participante quer expressar através daquela fotografia. Como os jurados não participavam da gravação da prova, para a avaliação da fotografia era feito uma edição dos momentos mais relevantes dentro destes critérios e enviado para eles previamente.

3.4.2. Produção do *Reality Show*

A produção dos episódios gravados do *Reality show* foi marcada por uma série de dificuldades que testaram a criatividade e capacidade de resolução de problemas não só dos responsáveis pelo programa, mas da equipe como um todo. As gravações ocorreram dentre os meses de agosto e setembro. É importante contextualizar este período da Universidade para que se possa entender a origem de determinadas dificuldades de produção.

No ano de 2016, a Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho teve uma alteração em seu calendário letivo decorrente de uma greve das três categorias que se iniciou no dia 1 de junho de 2016, com a paralisação dos docentes da unidade, e durou até o dia 5 de setembro de 2016. Durante este período o estúdio, laboratórios e outros serviços oferecidos pela faculdade congelaram suas atividades. Deste modo, diversas atividades que não poderiam cessar tiveram que se adaptar à nova condição de paralisação, o *Retrate* foi uma delas.

Para realizarmos a gravação dos programas, a princípio, seria necessário um estúdio de televisão onde se gravaria os encontros dos participantes com os

jurados. Com o estúdio da Unesp impossibilitado de ser usado buscou-se opções para substituí-lo. Chegou-se a pensar em reelaborar o programa de modo que estes encontros pudessem ser feitos em gravações externas. Porém, antes de trabalhar-se com esta possibilidade entramos em contato com diversas possíveis locações com produtoras de Bauru, teatros, outras universidades, prefeitura etc. Ao fim, conseguiu-se uma parceria com a produtora F/1.4 de Bauru. A empresa possui um estúdio recém inaugurado, e aceitou ceder o uso para a produção do programa desde que esta não batesse com as datas já agendadas pelos clientes. Iniciamos as gravações neste estúdio, mas, no meio do processo tivemos que alterar novamente o local de gravação, fato que será detalhado no relatório do episódio 2.

Quanto aos equipamentos, o grupo possuía câmeras HD SLR como t3i e t5i, alguns equipamentos como rebatedores, *steadycam* etc. No entanto, a maior dificuldade estava na captação de áudio. Com a paralisação, não poderíamos recorrer ao gravador som da faculdade e nem aos microfones. Começou-se então uma busca por estes equipamentos. Inicialmente, pensamos em alugá-los, mas o valor do aluguel pelo número de diárias seria o equivalente ao preço de um equipamento novo e não tínhamos este dinheiro em caixa. Neste quesito, o apoio do Programa de Educação Tutorial Interdisciplinar em Rádio e televisão (PET-RTV), foi fundamental. O projeto nos emprestou um gravador *Zoom H4n* e um microfone *Shotgun* da marca Yoga, os equipamentos foram usados durante as gravações do Reality e dos minidocumentários.

No entanto, a paralisação que nos dificultou acesso à infraestrutura, facilitou os aspectos referentes aos recursos humano do projeto. Com a paralisação das aulas, podíamos contar com a disponibilidade da equipe, que, como mencionada, reunia estudantes todos os anos do curso, o que normalmente seria um desafio para o agendamento das gravações. Conseguimos, graças a isso, dispor de um bom tempo durante as semanas de gravação que ocorreram simultaneamente com as gravações do Retrato Minidoc.

As gravações em estúdio aconteciam normalmente às terças a noite, sendo que os participantes tinham, a princípio sexta, sábado ou domingo para a realização das provas gravadas em externas. As fotos produzidas nos desafios eram recebidas pela produção 24 horas após o fim da prova do participante. Neste tempo, o time de edição preparava um compilado das gravações de seu desempenho para ser

apresentado aos jurados junto com a foto original e tratada de cada um dos participantes. Normalmente, as gravações no estúdio eram feitas com a equipe completa e seguia a seguinte ordem: depoimentos dos participantes sobre a prova; avaliação dos jurados de cada uma das fotos, anúncio do eliminado do episódio em questão; intervalo para troca de roupa e gravação da apresentação da prova do episódio seguinte. No entanto, comumente era necessário inverter a ordem das gravações por problemas na agenda de algum dos participantes.

Estes imprevistos nas agendas, inclusive, foram problemas recorrentes durante as gravações. Diferentemente da primeira temporada, não se eliminou metade dos participantes no primeiro episódio. Pelo contrário, iniciou-se com seis e o número foi diminuindo a cada programa. Além disso, se na primeira versão do programa, cada jurado realizava a gravação de apenas um episódio, nesta nova temporada, cada um deles é responsável, e consequentemente aparece mais, por um determinado episódio. No entanto, todos estão presentes durante as avaliações das fotos para decidir quem deixa o programa, ou seja, todos os jurados estão em todos os programas. Se por um lado isso contribuiu para a dinâmica do resultado final, por outro tornou-se um desafio ao ser necessário conciliar todas as agendas, além de organizar a produção de forma que se conseguisse gravar com até 10 personagens em uma única diária de forma prática e produtiva.

Os desafios presentes na gravação de cada um dos episódios estão descritos logo abaixo:

Primeiro episódio: Cercas

Por ser o primeiro episódio produzido, a dificuldade de conciliar horários foi significativa. Tivemos, neste episódio seis participantes, três jurados e a apresentadora, ou seja, um total de dez personagens interagindo entre si. Conseguir um horário em que todos do elenco e da equipe pudessem gravar e que estivesse disponível na agenda da F/1.4 foi a primeira dificuldade. No entanto, depois de muitos ajustes de cronograma, foram agendadas duas datas.

O som, durante as gravações no estúdio também foi uma dificuldade para ser superada. O estúdio não possuía isolamento acústico e o som reverberava bastante. Percebe-se inclusive que, quando comparado aos outros, o primeiro episódio é o que

tem o som com menor qualidade. Os outros foram gravados em outro lugar devido a um problema que será relatado mais à frente.

Ainda que tivessem ocorrido visitas técnicas antes do início das gravações, a equipe de foto não tinha familiaridade com o espaço e contava com o complicador de que o estúdio não possuía iluminação própria, tendo esta que ser alugada e montada no dia. Esta montagem atrasou consideravelmente a primeira gravação, e demandou um novo ajuste de agenda para que o segundo dia de gravação pudesse ocorrer mais cedo.

Além disso, foi neste episódio que começamos a perceber que nosso intuito de realizarmos episódios de menor duração não poderia se cumprir sem perda de conteúdo importante para a narrativa. O primeiro episódio, em especial, precisava ao mesmo tempo, além de apresentar a prova, a sua realização e o feedback, também apresentar os participantes para o público. Deste modo, seria impossível contemplar todos esses itens de forma bem-feita em um episódio que possuísse de 10 a 15 minutos. Dentre cortar informações e manter o episódio com longa duração, escolhemos a segunda opção.

Segundo episódio: Ativismo negro

Este foi o episódio mais delicado do programa. Tanto em relação a sua temática quanto às dificuldades de produção ocorridas. Primeiramente, resolveu-se tomar o máximo de cuidado com o tema abordado. O episódio tinha como objetivo trabalhar o empoderamento negro através da fotografia tirada pelos participantes, desafio proposto pela jurada Greice Luis, ativista do movimento negro de Bauru. A primeira percepção da direção do programa quanto a isso, foi uma possível problemática na execução da prova pelo fato de nenhum dos participantes desta temporada ser negro. Houve o temor de que o programa acabasse tirando o protagonismo de pessoas negras ao colocar pessoas brancas para retratar o tema. Por outro lado, não queríamos deixar que esta ausência invalidasse o debate proposto pelo programa.

Como forma de evitar este inconveniente, além de se conversar com a jurada que propôs o desafio, também recorreu-se a uma das integrantes do *Kimpa*, coletivo negro da faculdade. Em ambas as respostas, percebeu-se que não haveria problema nesta situação, desde que o tema fosse trabalhado com cuidado e respeito. Por fim, decidimos gravar também a opinião das pessoas fotografadas pelos participantes

tanto sobre o tema quanto sobre a situação na qual estavam sendo fotografadas e exibi-las no programa, de modo que a maior parte das vozes presentes no programa fossem destas pessoas.

Foi neste episódio também que tivemos o maior problema de produção desta temporada. Com a aproximação das eleições municipais, uma produtora alugou o estúdio da F/1.4 durante todos os períodos do dia durante aproximadamente um mês, deixando-nos sem a possibilidade de gravar. Neste ponto, já havíamos gravado o episódio um inteiro e a apresentação da prova do segundo episódio. Mantivemos as gravações das provas que eram em locações externas, mas atrasamos a gravação do restante do programa enquanto buscamos um novo local para produzir.

A solução chegou com o fim da greve dos servidores técnico-administrativos da Unesp e a reabertura do estúdio. No entanto, a diferença entre os estúdios era gritante, de modo que foi necessário um esforço conjunto de arte, fotografia, direção e assistência de direção para reproduzir a estética conseguida no estúdio antigo dentro do novo. Abriu-se mão de planos gerais a partir do segundo episódio assim foram utilizados panos brancos para refazer o fundo infinito na Unesp conseguimos fazer com que as diferenças nas gravações de um mesmo episódio não saltassem aos olhos de quem assiste ao programa.



Figura 28 - Frame episódio 2, estúdio F/1.4



Figura 29 - Estúdio F/1.4



Figura 30 - Estúdio de televisão da Unesp



Figura 31 - Frame episódio 2, estúdio F/1.4



Figura 32 - Frame episódio 2, estúdio de televisão da Unesp



Figura 33 - Frame episódio 2, estúdio F/1.4



Figura 34 - Frame episódio 2, estúdio de televisão da Unesp



Figura 35 - Gravações episódio 2, estúdio de televisão da Unesp

Ainda neste episódio, um imprevisto no calendário do jurado Wilian Olivato nos levou a mudar a ordem da gravação. Como dito antes, primeiramente gravaríamos o feedback da primeira prova e a eliminação para então gravarmos a apresentação da segunda prova proposta pela jurada Greice Luis. No entanto, o jurado Wilian só poderia chegar no estúdio muito depois do horário que começaríamos a gravação. A solução foi recorrer à montagem do programa. Ela foi baseada em uma técnica de montagem chamada efeito *Kuleshovi* que parte do princípio de que as imagens cinematográficas, ganham um sentido, não em seu contexto isolado, mas sim na sua contextualização através de outras imagens da montagem (XAVIER, 2003 Apud SOUSA 2012). O primeiro experimento que deu nome ao efeito é descrito por César Henrique Guazzelli Sousa da Pontifícia Universidade católica em seu trabalho “A História como Montagem: contribuições do cinema para a crítica da historiografia”

O cineasta russo filmou o rosto do ator Msojukine olhando fixamente para um ponto. Depois, cortou essa imagem em vários pedaços e, na montagem, intercalou-a com outras: uma criança brincando, uma mulher tomando banho, um morto em um caixão, um prato de sopa. A montagem foi projetada para um público desavisado, que elogiou bastante a interpretação do ator. (SOUSA P.30. 2012)

Ou seja, graças a montagem, o público não percebeu que tratava-se de um mesmo vídeo que, relacionado a outros, ganhava novos significados. Para

contornarmos a situação em que nos encontrávamos, gravamos a apresentação da prova com a câmera voltada apenas para a Greice falando sobre o tema, sem mostrar os participantes, pois um deles deixaria o programa no primeiro episódio. Em seguida gravamos o feedback e a eliminação do primeiro episódio, deixando para gravar os participantes reagindo à apresentação de Greice em outra diária. Esta diária, no entanto, foi gravada em outro estúdio por conta do problema com a locação da F/1.4. Ou seja, ao final, o diálogo entre Greice e os participantes durante a apresentação da primeira prova foi composto por vídeos gravados em locais e momentos diferentes.



Figura 36 - Frame episódio 2

Terceiro episódio: Famílias

Mais uma vez, a conciliação de agendas foi um obstáculo na produção. Um problema de saúde fez com que o participante Jefferson retornasse a sua cidade natal e tivemos de rever a gravação. Por se tratar do feedback da segunda prova não tínhamos como gravar sem todos os participantes. Isso atrasou a gravação do terceiro episódio. Utilizamos a diária para gravar a avaliação dos jurados, mas não conseguimos gravar o *feedback* das provas e nem a apresentação da terceira prova, que foram postergados em uma semana. Quando Jefferson retornou a Bauru, o momento coincidiu com um compromisso do jurado Gabriel Woelke, responsável, pela

última prova. Isso, novamente fez com que direção e produção revissem o calendário de gravação para conseguir conciliar um horário comum. No fim, a gravação foi realizada sem mais imprevistos de horários.

No entanto, a maior dificuldade desta prova foi a desistência da participante Luana. Devido a problemas de saúde que estavam sendo agravados pelo retorno do semestre letivo e da pressão da avaliação dos jurados, a participante decidiu, depois de muito hesitar, deixar o programa. Após de uma conversa entre ela, direção e produção, resolvemos gravar uma última entrevista para ser exibida no fim do segundo episódio. Deste modo, a final do programa contou com dois e não com três participantes.

3.4.3. Pós-produção do *reality show*

O gênero *reality show*, muitas vezes, conta com acontecimentos que podem gerar narrativas não planejadas pela equipe de produção do projeto. Ao envolver participantes e provas gravadas em tempo real, o programa *Retrate* apresentou um caráter de imprevisibilidade grande. Atentos a este fator, buscamos estar melhores preparados para orquestrar os acontecimentos imprevistos de forma a criar uma narrativa interessante e bem construída para o público.

Durante a produção dos episódios, uma ou mais pessoas da equipe de roteiro acompanhavam as gravações a fim de fazer observações e anotações acerca do desenrolar das ações dos participantes. Com o objetivo de compreender o desenvolvimento e as estratégias usadas pelos participantes, o membro responsável pelo roteiro procurava acrescentar ideias e propostas ao roteiro para que sua narrativa fosse melhor apresentada na versão final do episódio.

Entregávamos os episódios gravados à equipe de pós-produção, que era responsável pela montagem, trilha sonora e edição de efeitos visuais. A equipe seguia o roteiro do episódio, depois de adaptado conforme anotações durante a gravação, para montar o vídeo e, após uma primeira versão, encaminhava o arquivo à equipe de direção. Ao assistir a este primeiro corte do episódio, a equipe de direção apresentava encaminhamentos para melhorias na edição do produto, que voltava à equipe de pós-produção para que estes ajustes fossem feitos. Após a montagem do vídeo, era realizada a pós-produção do áudio. Este processo era responsável por eliminar o excesso de ruído no áudio captado durante as gravações.

Os efeitos visuais e videografismos, em sua maioria, já estavam produzidos antes do início das gravações do programa. Efeitos, vinhetas e layouts gráficos foram criados baseando-se na concepção de arte do projeto e eram inseridos nos episódios conforme o roteiro ou necessidade apresentada. Uma exceção foi a vinheta de abertura, que não pode ser produzida antes do início das gravações. Devido à dinâmica da segunda temporada em que os participantes eram eliminados a cada episódio e ao objetivo de fazer uma vinheta que destacasse os participantes que não faziam mais parte do programa, foi necessário que, a cada gravação de eliminação, uma nova versão da vinheta de abertura fosse feita. Desta maneira, as vinhetas de abertura dos episódios destacam a pessoa que foi eliminada no episódio anterior.

Para que fosse garantida a melhor qualidade de áudio e imagem, os vídeos eram gravados e editados em resolução de 1920 x 1080 pixels, com 29,9 *frames* por segundo e áudio estéreo em 48Hz. Cada episódio possuiu uma média de 30 minutos de duração, com exceção do episódio final.

3.4.4. Veiculação do *reality-show*

Após a finalização dos episódios, o vídeo era carregado no *YouTube*, no mesmo canal no qual foi publicada a primeira temporada, a fim de ser divulgados ao público. Devido ao uso de máquinas não profissionais para trabalhos em vídeo de alta definição e à internet sem estabilidade necessária para transferências de arquivos virtualmente pesados, o tempo para que o produto fosse carregado na plataforma era cerca de 6 horas.

Este processo, algumas vezes, prejudicou a manutenção da periodicidade proposta pela equipe. A intenção era que os episódios fossem divulgados ao público sempre às terças-feiras, às oito horas da noite. A divulgação do primeiro episódio, em especial, foi afetada pelo longo processo de carregamento do arquivo no *YouTube*, o que impossibilitou o cumprimento da data e horários previamente divulgados ao público. Inicialmente anunciado para ser publicado via internet às oito horas da noite do dia primeiro de novembro de 2016, o episódio foi divulgado apenas no mesmo horário do dia seguinte. O adiamento foi necessário uma vez que, atingido o horário planejado para a estreia, o arquivo não havia sido carregado no *YouTube* por completo.

O atraso foi imediatamente comunicado pela equipe de direção à equipe responsável pelas mídias digitais do projeto, que elaborou uma nota de esclarecimento que foi divulgada na página do programa no *Facebook*. A postagem explicava que houveram contratempos em relação à divulgação do episódio e anunciava a nova data: oito horas da noite do dia seguinte.

Quanto ao segundo episódio, o horário foi cumprido de forma satisfatória, sendo o produto divulgado às oito horas da noite do dia oito de novembro de 2016. Entretanto, novamente por atraso causado pela velocidade de processamento das máquinas e da conexão à internet disponíveis, o terceiro episódio também teve de ser adiado em um dia. Com planejamento inicial de ser divulgado no dia quinze de novembro de 2016, o público só pode assistir a este episódio no dia dezesseis.

3.5. Reality Show (episódio transmitido ao vivo)

3.5.1. Pré-produção da final ao vivo

Após o fim das gravações dos episódios filmados, iniciamos a preparação para o dia da transmissão do episódio final. Uma vez que neste último episódio seria apresentada uma prova inédita, foi necessário que este desafio fosse gravado antes da transmissão.

A equipe de roteiro afinou o roteiro organizando os acontecimentos previstos bloco por bloco:

Bloco 1 - Apresentação do programa

Este bloco será iniciado por um VT com o resumo da temporada e logo depois a apresentadora fará perguntas gerais de maneira a explorar a experiência dos participantes e jurados dentro do programa. Ao final do bloco será finalizado a votação pelo público das fotos dos episódios gravados no *Instagram*.

Bloco 2 - Provas inédita

Neste bloco será apresentado para o público o último desafio do programa no tema “gênero e sexualidade” orientados pela nova jurada Gabriela Neves. Serão apresentadas vídeos da realização destas provas de cada um dos finalistas, mas sem apresentar as fotos finais.

Após cada apresentação, a apresentadora irá perguntar para algum jurado exceto a Gabriela Neves sua opinião sobre a execução da prova e sua expectativa quanto a foto concebida.

Bloco 3 - Apresentação da Foto

As fotos da prova final são reveladas e os participantes as defenderão de forma a convencer o público e os jurados de que sua foto representa melhor o tema em seu viés crítico.

Ainda neste bloco, Júlia Piccolo irá premiar a foto vencedora do concurso do Dicas Retratar, também irá informar que fará parte do corpo de jurados para a prova final e a votação das fotos do último desafio será aberto no *Instagram*.

Bloco 4 - Feedback da Jurada convidada sobre prova final

O bloco contará com um “VT” com os participantes eliminados durante esta edição contando sobre suas experiências durante o programa. Logo após a apresentadora irá ler comentários do público lançados no *YouTube*. Ainda neste bloco os candidatos deverão falar sobre os motivos pelos quais eles merecem ganhar o programa, pelo *feedback* da jurada Gabriela Neves sobre prova, porém sem revelar qual participante foi melhor, em sua opinião, e por fim o bloco termina com encerramento da votação das fotos inéditas na internet.

Bloco 5 - Resultado final

O último bloco do programa contará com o “VT” das famílias dos participantes finalistas, seguido pelas considerações finais de cada participante no palco e a escolha e justificativa de cada jurado sobre qual é a melhor foto em sua opinião, terminando com a apuração de todos os votos dos jurados no palco e do público pela internet. É importante complementar que a decisão do vencedor do Retratar seria feita somando o total de “curtidas” nas fotos dos outros programas com as “curtidas” do último desafio e os votos dos jurados, no episódio ao vivo. Sendo que as “curtidas” da foto do último desafio serão multiplicadas por dois e os votos dos jurados, valerão dez pontos cada. Deste modo, o vencedor será aquele que tiver a maior pontuação final

Com o objetivo de que os participantes se preparassem para a quarta e última prova, a equipe informou aos finalistas o tema a ser trabalhado: gênero e sexualidade. Os participantes tiveram duas semanas para informar à equipe, o local e data para gravação de suas provas.

Assim que o contato foi realizado, a equipe do Retrato se mobilizou para realizar as filmagens. O finalista Jeferson fez um ensaio utilizando uma modelo e diversos materiais artísticos nos laboratórios de Artes Visuais da Unesp de Bauru. Júlio, por outro lado, convidou outra modelo para posar para suas fotos numa das ruas mais movimentadas do centro da cidade.

Com as duas provas gravadas, o material foi encaminhado para a equipe de edição e pós-produção. Enquanto isso a equipe de roteiro preparou um roteiro especial que continha todas as falas da apresentadora, a ordem e conteúdo dos blocos, além da indicação de vídeos pré-gravados para o último episódio, sendo estes:

- VT de Resumo da temporada
- VT de Explicação prova final
- VT da Prova 4 do finalista Jeferson
- VT da Prova 4 do finalista Júlio
- VT das fotos enviadas pelo público para concorrer a um prêmio
- VT dos ex-participantes da segunda temporada
- VT das famílias dos finalistas
- VT de créditos finais do episódio final

As equipes de edição e pós-produção do *reality show* e dos mini documentários se juntaram para realizar a montagem destes VTs do quarto episódio.

A equipe de arte realizou uma série de estudos sobre o estúdio de TV da Unesp de Bauru, a fim de elaborar a cenografia ideal para a realização do programa final. Ao longo do período de pré-produção, a equipe apresentou alguns rascunhos criados digitalmente e, em contato com a equipe de direção, fizeram as alterações necessárias para atingir um resultado satisfatório.

Após a aprovação da cenografia proposta, a equipe de arte deu início à produção do cenário. Foram necessários sete paletes, adquiridos por meio de apoio com a empresa Faidiga Madeiras. A equipe imprimiu as fotos do *Instagram* do Retrato referentes à segunda temporada a fim de decorar os paletes com as imagens. Também foram necessárias tapadeiras de madeira do estúdio da Unesp para compor o cenário, bem como tecido helanca preto, também do estúdio, para revesti-las. Além disso, um piso de borracha foi utilizado, também pertencente ao estúdio da faculdade.

Em relação aos assentos do cenário, a equipe buscou empréstimos de estudantes do curso de Radialismo que concordaram em colaborar com o projeto.

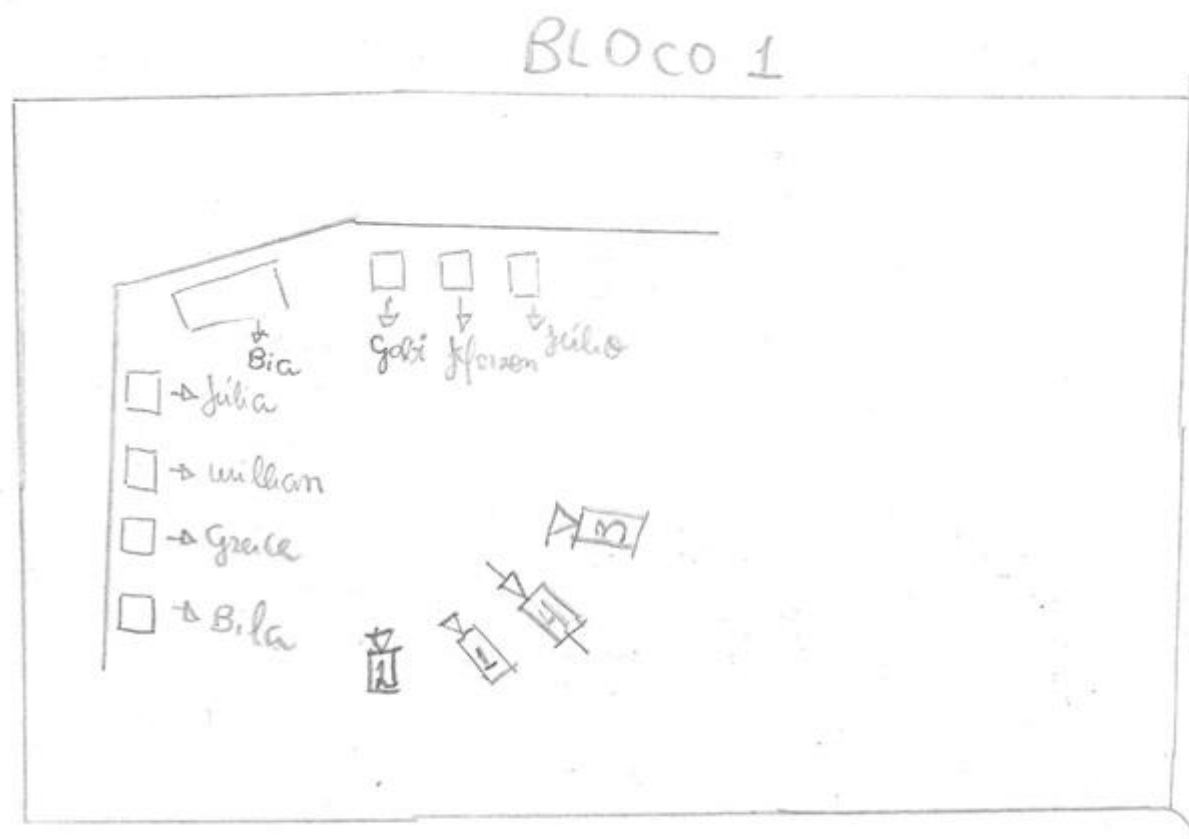
A equipe de fotografia, assim como a equipe de arte, realizou uma série de análises do estúdio, com o objetivo de elaborar um mapa de iluminação que atendesse às necessidades do programa.

A equipe de áudio buscou realizar o planejamento da captação de som da melhor maneira possível, uma vez que o estúdio da Unesp não continha microfones de lapela o suficiente para sete pessoas (dois finalistas, quatro jurados e a apresentadora). Desta maneira, a solução encontrada foi usar um microfone unidirecional no estúdio a fim de captar o som de algumas pessoas que ficassem sem o microfone de lapela.

A direção planejou em sua decupagem a organização das câmeras e dos planos durante o programa ao vivo, iria ser trabalhado com quatro câmeras desta vez e o planejamento bloco por bloco foi este:

Bloco 1

Para o primeiro bloco e como base para todo o programa, pensamos em deixar a câmera 1 cobrindo as ações da apresentadora, a 2 com os participantes, eventualmente revezando com a jurada Gabriela Neves nos próximos blocos, a 3 com os jurados e 4 no suporte grua fazendo planos gerais. As câmeras de 1 a 3 eram orientadas a ficar em plano médio a princípio e, na hora, caso precisasse ir fechando mais.

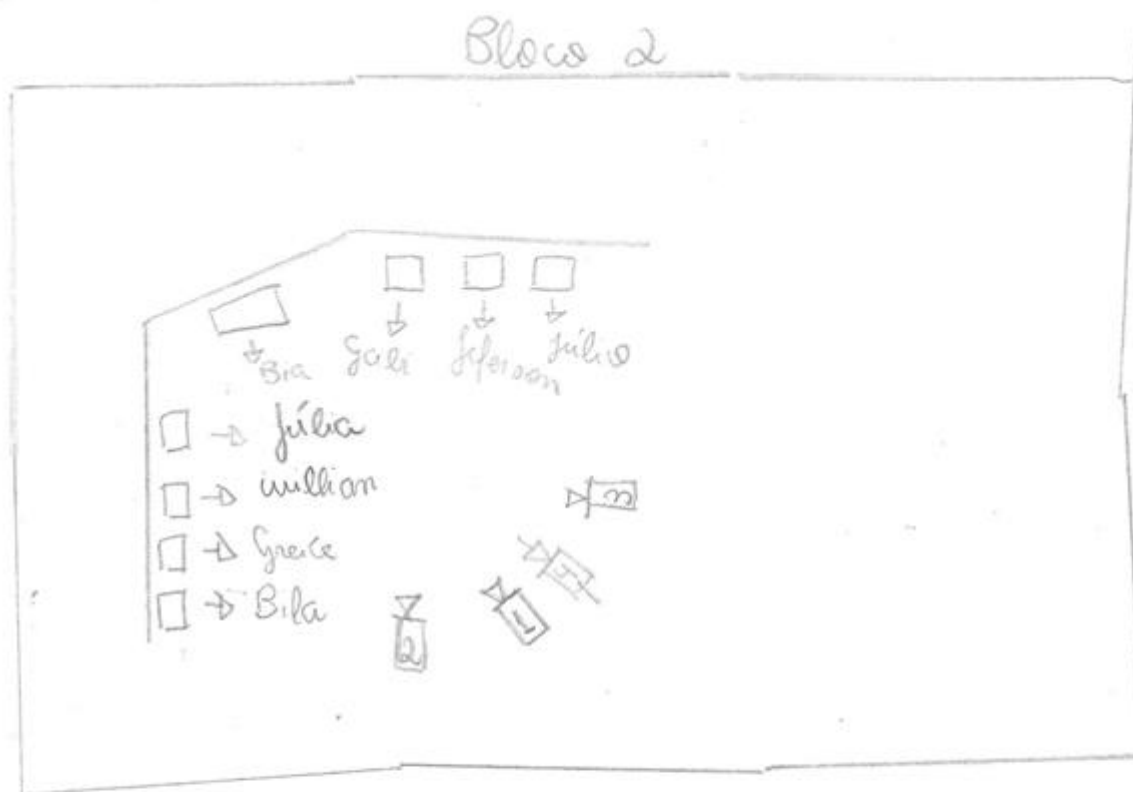


- 1- Apresentadora
- 2- Participantes
- 3- Jurados / Júlia
- 4- Plomo Geral - Grua

Figura 37 - Decupagem episódio final: bloco 1

Bloco 2

No segundo bloco como o foco é a apresentação do último desafio a única mudança perante o primeiro bloco é que a câmera 2 que era dos participantes, neste bloco irá acompanhar a jurada Gabriela Neves.

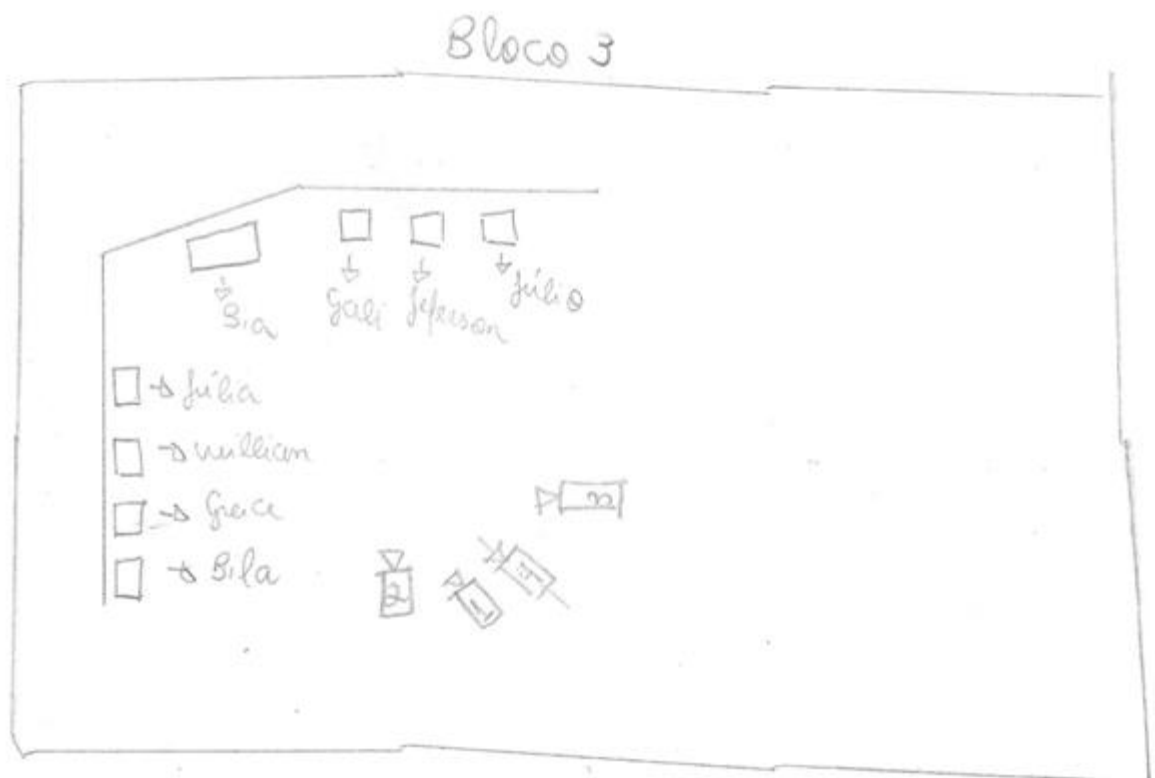


- 1- Apresentadora
- 2- Gabi .
- 3- Jurados
- 4- Plano geral - Guia

Figura 38 - Decupagem episódio final: bloco 2

Bloco 3

Neste bloco as ações serão concentradas mais no tablado da apresentadora onde acontecerá a premiação do concurso Dicas Retratar e a defesa da foto de cada participante, elegemos a câmera 1 que já acompanha a apresentadora cujas ações são realizadas em sua maioria no tablado para cobrir estas partes também. As outras posições de câmera se mantêm.



- 1 - Apresentadora + Júlia + Participantes
- 2 - Participantes / Gabi
- 3 - Jurados
- 4 - Geral - Grua

Figura 39 - Decupagem episódio final: bloco 3

Bloco 4

Os principais momentos deste bloco consistem nos candidatos explicando os motivos porque devem ganhar o programa e o feedback da jurada convidada, Gabriela Neves. Para fluir melhor decidimos mudar a disposição das câmeras, separando uma câmera para a Gabriela, no caso deste bloco, a câmera 1 que usualmente era para a apresentadora, a câmera 2 continua com os participantes e desta forma poderíamos

captar melhor o *feedback* da Gabriela intercalando com as reações de cada participante.



- 1 - Gabi
- 2 - Participantes
- 3 - Jurados / Puma (enquanto ela lê os comentários)
- 4 - Geral - Guia

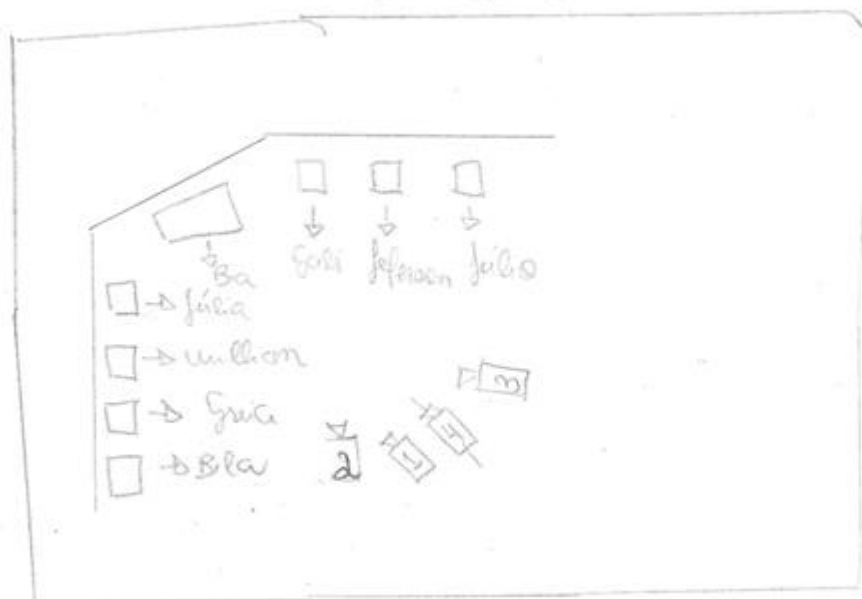
Figura 40 - Decupagem episódio final: bloco 4

Bloco 5

Para este bloco dividimos entre antes do resultado e na hora do resultado, no primeiro momento as posições das câmeras se mantêm igual no bloco 1, câmera 1 na

apresentadora, a 2 cobrindo as ações dos participantes e eventualmente da Gabriela Neves, a câmera 3 nos jurados e 4 fazendo planos gerais na grua. Na hora do resultado que é momento em que a apresentadora chama os participantes, faz um discurso sobre cada um e revela quem é o vencedor, por ser o momento de maior tensão do programa, o clímax do programa, decidimos fazer da seguinte maneira: a câmera 1 vai fazer um plano conjunto da apresentadora com os participantes, a 2 será responsável por planos mais fechados de cada participante, a câmera 3 planos mais fechados da apresentadora e como de costume a 4 continua fazendo planos gerais.

Bloco 5



ANTES DO RESULTADO

- 1- Apresentadora
- 2- Participantes/Gua
- 3- Jurados/fúria
- 4- Geral -gua

— II —

NA HORA DO RESULTADO

- 1- PLANO CONJUNTO BIA + PARTICIPANTES
- 2- PARTICIPANTES (PLANO FECHADO)
- 3- BIA
- 4- GERAL -gua

Figura 41 - Decupagem episódio final: bloco 5

Para que todos os membros da equipe estivessem devidamente preparados para a realização de uma transmissão ao vivo, foram planejados alguns dias de ensaios. A fim de garantir a sincronia do grupo e a qualidade do produto, a equipe se

prontificou a realizar diversos ensaios específicos e 2 ensaios gerais antes da transmissão oficial.

Uma vez que os ensaios estavam planejados, reservamos o estúdio alguns dias antes do dia da transmissão. Contando que o episódio final seria transmitido na terça-feira, dia 22 de novembro de 2016, buscamos ensaiar nos dias 17, 18 e 21, sendo eles uma quinta-feira, sexta-feira e segunda-feira, respectivamente.

A reserva para os dias de ensaio e para o dia da transmissão foi feita com um mês de antecedência a fim de evitar eventuais conflitos de agenda com outros projetos. No entanto, na semana em que daríamos início aos ensaios, foi descoberto que havia ocorrido uma falha de comunicação entre os funcionários do estúdio de televisão da Unesp. Originalmente planejado para ser um dia de ensaios, o dia 18 de novembro de 2016, sexta-feira, já havia sido reservado, por uma professora do curso de Radialismo para uma aula.

Para não perdermos um dia inteiro de ensaio, buscamos uma alternativa. A solução encontrada foi pedir aos responsáveis pelo estúdio que a equipe ensaiasse no sábado, dia 19, uma vez que o estúdio da Unesp não funciona formalmente aos finais de semana, foi necessária uma autorização da chefe do Departamento de Comunicação Social da Unesp de Bauru. Após encaminhar o pedido e receber a autorização, um estagiário do estúdio se voluntariou para supervisionar as atividades da equipe do Retrato no sábado, durante os ensaios. Desta maneira, a equipe pode aproveitar três dias de ensaios antes da transmissão oficial, como havíamos planejado inicialmente.

3.5.2. Produção da final ao vivo

Para o programa ao vivo, descobrimos a possibilidade de se fazer transmissão ao vivo através da *Tricaster* do estúdio da Unesp direto para o *YouTube*. Isso fez com que abrísssemos mão de recorrer à *WebTv*. Este recurso contribuiu bastante para que não dispersássemos o *reality* por mais de um site e facilitou o acesso do público ao episódio. Vale apontar que a mesma *Tricaster* é capaz de transmitir para outros sites como *Facebook*, fato que pode facilitar as futuras produções do curso.

A vantagem da produção ao vivo é que, ainda que tenha uma pré-produção mais intensa do que os programas gravados, a produção em si baseava-se na transmissão

do programa. Depois de feitos os testes de transmissão, gravados os VT's do programa ao vivo, os dias de produção em si, basearam-se nos ajustes de cenário e iluminação, ensaios técnicos e outros preparativos para que o programa fosse ao ar no horário estipulado. A equipe chegou mais cedo do que o elenco para ajudar na montagem e nos ensaios. Após isso, foi realizado um lanche e uma pausa para que todos retornassem logo em seguida para a um último ensaio e a transmissão ao vivo.

As equipes do Reality show e do MiniDoc foram unidas para formarem a equipe do programa ao vivo. Procurou-se manter cargos similares aos realizados durante o programa. Deste modo, os responsáveis pelo som no *reality*, assumiram o som da final. O responsável pelo tratamento de som, a sonorização, a equipe de foto do reality e do mini doc formaram a direção de fotografia e a operação de câmera do programa ao vivo e assim por diante. A direção se dividiu em direção geral e direção de imagem. Uma vez que o roteiro do programa já estava pronto anteriormente, as roteiristas foram convidadas para se responsabilizarem pela interação entre o público e o programa. Elas realizavam a contagem dos votos no *Instagram*, respondiam comentários, auxiliavam na transmissão da *live* no *Facebook* que aconteceu no intervalo do programa etc. Deste modo, a contribuição de cada integrante da equipe do programa foi essencial do início ao fim do processo.

Paralelo aos acontecimentos do estúdio, duas produtoras se mobilizaram para realizar a *live* planejada na página do Retrato no *Facebook*, durante o programa final. A *live* consistiu em uma mesa de conversa onde três convidadas comentaram o programa e o desempenho dos participantes. O elenco havia sido escolhido e contatado pela direção que deu alguns encaminhamentos prévios para as comentaristas sobre o que aconteceria de interessante em cada bloco para a discussão, sem informar-lhes as surpresas e provas que ocorreriam no programa. A ideia desta *live* era levar as pessoas que navegavam pelo *Facebook*, mas não estavam atentas ao programa final, a acessar o *YouTube* e assistir o episódio.

Foram convidadas para a live três mulheres fotografadas durante o Retrato. Anna Luisa Lopes foi fotografada pela semifinalista Nell no segundo episódio da temporada, que tinha como tema o empoderamento negro. Ela, por ser estudante de Rádio e TV da Unesp ficou encarregada de mediar a discussão. Outra convidada era Ozias Japhette La Blessed, fotografada pelo finalista Jeferson na mesma prova. Por fim, convidamos Olga Barbosa, modelo escolhida por Júlio no desafio final do

programa que seria mostrado naquele episódio. As três convidadas aceitaram prontamente o convite e contribuíram significativamente com o programa.

3.5.3. Veiculação da final ao vivo

O episódio final teve sua transmissão iniciada às oito horas da noite do dia vinte e dois de novembro de 2016, através do canal do Retratar no *YouTube*. O link para transmissão foi compartilhado na página do programa no *Facebook* para que tivesse maior alcance.

Com duração média de uma hora e vinte minutos, o episódio final contou com um resumo da segunda temporada, bem como a apresentação de uma prova inédita, gravada especialmente para este episódio. Os finalistas, então, defenderam suas obras diante dos jurados do programa. Os jurados votaram nas suas fotos favoritas e, aliando estes votos às curtidas que as mesmas fotografias receberam na página do *Instagram* do Retratar, foi definido o vencedor da segunda temporada.

3.5.4. Pós-produção da final ao vivo

Após a transmissão do episódio final, o produto ficou disponível no *YouTube* para reprodução sob demanda. Desta maneira, o público poderia assistir à final novamente se assim desejasse. Este vídeo, porém, foi registrado exatamente como ocorreu a transmissão, de forma que pequenas falhas e alguns detalhes não desejados estavam contidos no produto.

A fim de melhorar a qualidade do projeto, foi realizada uma pós-produção mínima com o objetivo de remover ou diminuir detalhes indesejados no episódio final. Depois de realizados os devidos ajustes, o episódio foi carregado no *YouTube*. A versão corrigida, então, foi divulgada em modo público enquanto a versão original, que estava disponível até então, passou a ser um link privado, ou seja, disponível apenas para a equipe de produção do Retratar.

3.6. Retratar Minidoc

3.6.1. Pré-produção dos Minidoc

O Retrato Minidoc tem como objetivo abordar, por uma perspectiva diferente, os temas propostos em cada programa do *reality*. Inicialmente planejou-se aproveitar as gravações das provas do *reality* para, através de entrevistas com os personagens fotografados pelos participantes, produzir a série documental, no entanto, ao analisar melhor a ideia, percebeu-se que o produto contribuiria mais com a experiência do espectador se ao invés de repetir o conteúdo trouxesse a problemática sobre uma ótica não abordada pelos participantes.

A equipe de criação delimitou os possíveis temas entrevistados para cada episódio. Foi definido, também, um perfil de entrevistados desejados, para o caso da participação de algum dos personagens indicados não fosse possível. Logo em seguida, determinou-se três perguntas para cada episódio que seriam o guia da narrativa, ficando a cargo do diretor ou do roteirista que acompanhasse a gravação, incluir novas perguntas. Um exemplo de roteiro utilizado nos minidocs pode ser encontrados nos apêndices deste trabalho. Deste modo criou-se as seguintes estruturas para os mini documentários:

Episódio 1 - Cercas

Tratamos neste episódio, a questão dos condomínios fechados de Bauru. Por ser o tema mais abstrato do programa, podíamos escolher diversas abordagens e, ainda que soubéssemos da possibilidade de alguns dos participantes escolherem tratar os condomínios da cidade, decidimos usar este viés como caminho para o documentário incluindo mais entrevistas de pessoas de dentro, de fora e que transitam nos condomínios.

Em sua concepção inicial, este episódio teria uma ar um pouco mais artístico ao se abordar o assunto. Como entrevistados teríamos uma especialista contextualizando a questão dos condomínios fechados como cercas sociais presentes no cotidiano das pessoas e empregados que transitam estes condomínios, mas possuem uma realidade totalmente diferente da vivida em seu local de trabalho. As entrevistas seriam intercaladas com a apresentação de um rapper cantando uma letra que dialogasse com os assuntos abordados.

Episódio 2 - Ativismo Negro

Para complementar o segundo episódio do *reality*, procuramos abordar a questão do racismo através da visão de crianças sobre a representação de negros na mídia. A ideia surgiu durante a conversa com a jurada Greice que comentou de um trabalho que já havia realizado com crianças, que visava trabalhar desde cedo assuntos como a representatividade negra e o orgulho nas crianças. Procurou-se entrevistar crianças indicadas pela jurada, mas também uma garota já conhecida pela produção através de uma atividade realizada entre o PET e a escola Lydia Alexandrina Nava Cury, no bairro do Geisel. Maria Luisa de onze anos que já tinha demonstrado domínio sobre o tema durante o projeto, ao ser convidada aceitou prontamente aparecer no documentário.

Episódio 3 - Famílias

Tínhamos o intuito de abordar famílias que provavelmente os participantes teriam dificuldade de contatar com o tempo que lhes era dado entre a apresentação da prova e a entrega da foto. Além disso, outro quesito para estas famílias era que elas fugissem do padrão que se tem de família formada por uma homem, uma mulher e seus filhos, ou caso se enquadrassem nele, nos trouxesse algo de diferente que guiasse a relação entre seus integrantes. Pensou-se, inicialmente, em três famílias para serem entrevistadas.

3.6.2. Produção dos mini docs

As gravações dos mini documentários aconteceram paralelamente às gravações do *reality show*. O objetivo era aproveitar o tempo disponível da equipe para que os dois produtos fossem divulgados em conjunto ao público. Desta maneira, a equipe conciliava gravações do reality-show e dos mini documentários, sendo que nem todos os membros participaram da realização dos dois produtos.

Episódio 1 - Cercas

Para a produção do primeiro episódio, buscamos entrar em contato com professores universitários que pudessem discutir sobre os condomínios fechados e sua relação com a cidade em que estão inseridos. Inicialmente fizemos o convite ao professor Adalberto da Silva Retto Júnior, doutor e docente do curso de Arquitetura e

Urbanismo da Unesp em Bauru. Devido a problemas de saúde, o professor não pode conceder-nos uma entrevista no período disponível para as gravações.

Para substituir o professor, entramos em contato com o Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Unesp de Bauru, que indicou a mestranda Mariana Rossi. Conversamos com a arquiteta e ela aceitou conceder-nos uma entrevista sobre o tema do mini-documentário.

Para complementar o conteúdo do mini- documentário, entramos em contato com alguns funcionários de condomínios fechados de Bauru. O objetivo era que eles fossem entrevistados a respeito da relação do local onde moram e o local onde trabalham.

Não foi possível realizar entrevistas com funcionários de condomínios fechados, o que nos levou a buscar funcionários de outros condomínios e prédios. Desta maneira, foram realizadas três entrevistas, com Luiz Antônio Félix, porteiro, Josinete Maria de Moura, auxiliar de serviços gerais e Rosângela dos Santos Oliveira, auxiliar de limpeza. Os três falaram sobre suas experiências em relação ao local de trabalho e o local onde vivem, exemplificando alguns conceitos explicados por Mariana.

A fim de tornar o produto mais artístico, a equipe procurou rapper de Bauru que pudessem colaborar com o projeto fazendo uma música que seria intercalada com as entrevistas no documentário. Buscamos, então na cena musical bauruense, artistas que se encaixassem na proposta do produto. Entramos em contato com o rapper Dom Black e seu produtor, o *beatmaker* Canela.

Realizamos uma reunião na qual explicamos aos músicos a proposta do mini documentário. Debates sobre o tema e apresentamos toda a ideia da segunda temporada do Retrato, mostrando como a música se encaixaria na proposta do programa. Nesta reunião também foram estabelecidos prazos para que a música (letra e instrumentação) fossem realizadas, a fim de serem utilizadas no mini documentário.

Os prazos, no entanto, não puderam ser cumpridos pelos artistas. Apesar do constante contato entre a equipe e os músicos, sempre enfatizando a data na qual a música deveria estar finalizada, a dupla não produziu o rap a tempo de usarmos no mini documentário. Desta maneira, a ideia de intercalar entrevistas com música foi descartada, uma vez que não havia mais tempo hábil de produção para entrar em contato com outros artistas. O episódio, então, contou apenas com as entrevistas e com imagens de bairros e casas da cidade de Bauru.

Episódio 2 - Ativismo Negro

Para a produção do mini documentário sobre ativismo do movimento negro, buscamos abordar o assunto por uma perspectiva não muito explorada. Uma vez que o tema já seria tratado de forma ampla no episódio do reality-show, resolvemos fazer um recorte de idade e mostrar o ponto de vista de crianças negras sobre temas como racismo e representatividade na grande mídia.

A produção, então, buscou por crianças negras de Bauru e entrou em contato com algumas famílias. Após a aprovação dos responsáveis legais, foram realizadas entrevistas com cinco crianças. Maria Luisa, de 14 anos, João Pedro e Ana Clara, ambos com 9 anos, Ana Laura de 8 anos e Vitor, de 5 anos responderam perguntas sobre como viam as pessoas negras representadas em algumas mídias, especialmente na televisão.

Episódio 3 - Famílias

Ao produzir o terceiro e último episódio da série de mini documentários da segunda temporada do Retrato, a equipe de produção procurou pela cidade de Bauru por famílias que, de alguma forma, apresentassem uma constituição não convencional para que falassem sobre suas relações de parentesco e seu cotidiano.

A produção entrou em contato com alguns arranjos familiares que não apresentavam um modelo comum e convidou-os para conceder-nos uma entrevista. Entre as famílias contatadas estavam um casal de mulheres homossexuais que conseguiram registrar seus nomes na certidão de nascimento do filho e um casal de mulheres homossexuais evangélicas. Estas pessoas, no entanto, recusaram a proposta.

No entanto, duas outras famílias aceitaram o convite. Uma delas foi a família de Celso, que é constituída por ele, sua esposa e cinco filhos. O interesse da equipe do Retrato por este grupo foi a relação deles com a religião Tenrikyo, uma vez que a rotina da família é fortemente baseada em rituais e costumes ligados às suas crenças. Por este motivo, o local da gravação da entrevista foi a igreja Tenrikyo da cidade de Bauru.

A outra família que concordou em participar do projeto foi a família de Carla, formada por ela e sua filha Gaia. Buscamos entrevistar as duas pelo fato de Gaia ser

uma pessoa de gênero não-binário, ou seja, não se reconhece como homem nem como mulher. A intenção era que as duas explicassem como foi o processo de aceitação de uma filha de gênero não-binário pelos pais de Gaia.

3.6.3. Pós-produção dos mini docs

Todos os episódios do Minidoc foram editados pelo *Software Adobe Premiere CC 2015*, com exceção do primeiro episódio que utilizou também o *Sony Vegas 11*. Para que fosse garantida a melhor qualidade de áudio e imagem, os vídeos eram gravados e editados em resolução de 1920 x 1080 pixels, com 29,9 *frames* por segundo e áudio estéreo em 48Hz.

Episódio 1 - Cercas

Neste episódio praticamente toda a estrutura pensada no roteiro teve que ser alterada na pós produção por causa do problema como a gravação da música que acabou se alongando e atrasou o cronograma do produto deixando pouco tempo entre a edição e a sua veiculação.

Orientamos a Juliana Mossoni, que era a responsável por editar o episódio, que a ideia era utilizar a entrevista com a arquiteta Mariana Rossi para conduzir a narrativa ligando com os depoimentos da Josi e da Rose e do seu Luiz e o conteúdo final deveria ter na sua essência a ideia das “cercas visíveis” que refere-se a própria segregação espacial/geográfica entre os condomínios fechados e os bairros ricos e as “cercas invisíveis” como a questão da separação entre elevador social e de serviço e o choque de realidade entre o universo que estas pessoas encontram em seus empregos nos condomínios fechados com a de seus bairros carentes.

Sem roteiro, apenas com as nossas orientações a Juliana Mossoni fez uma montagem muito satisfatória expressando bem a essência problemática do tema em questão. Entretanto tivemos um problema em relação ao software, este episódio foi editado no *Sony Vegas 11* que não aceitava o pacote de videografismo com os gc's. Lendo tutoriais pela internet ficamos sabendo com o a versão posterior do *Sony Vegas* vinha com uma interface com o *Adobe Premiere*, convertendo os arquivos para a extensão “. prproj.”, baixamos esta nova versão, porém ao tentar abrir no premiere o arquivo convertido dava “erro genérico”. A solução encontrada foi exportar em alta

qualidade pelo Sony Vegas e finalizar, adicionando os videografismo e demais ajustes de cor e som no *Premiere*.

Episódio 2 - Ativismo Negro

O segundo mini documentário foi editado por Eduardo Sansigolo, que utilizou as respostas das crianças para desenvolver uma narrativa que mostrasse a visão delas sobre o tema. Devido à construção desta narrativa e ao cumprimento do tempo médio estipulado para os mini documentários, alguns depoimentos não foram incluídos no corte final, mas ajudaram a equipe a compreender melhor o tema para construir o produto audiovisual. Houve um problema com *software Adobe Premiere* que deu um “erro genérico” e corrompeu parte dos arquivos fazendo com que o Eduardo tivesse que praticamente recomeçar o trabalho, o que ele fez e cumpriu de forma satisfatória sua função.

Episódio 3 - Famílias

O terceiro episódio também foi editado por Eduardo, que usou os depoimentos de Celso, Carla e Gaia para mostrar a opinião dessas pessoas a respeito do conceito de família. Intercalando as entrevistas com imagens relacionadas ao cotidiano dos entrevistados, a edição mostrou como cada um entende e constrói sua própria definição de “arranjo familiar”.

3.6.4. Veiculação dos mini docs

Inicialmente os mini docs eram para serem veiculados nas quintas, porém com o problema no primeiro episódio do *reality* que atrasou em um dia fazendo-o ser exibido em uma quarta-feira. Desta maneira, para não sobrecarregar o espectador com produtos sendo lançados muito próximos aos outros, optou por transferir a dia oficial da semana dos minidocs para sexta feira e foi no dia 4 de novembro a primeira veiculação com o episódio cercas, sendo seguido de maneira como programado nas próximas duas sextas.

3.7. Dicas Retratar

A série de vídeos Dicas Retratar foi criada para incentivar o público a tirar suas próprias fotografias. Os episódios explicavam técnicas de fotografia para fotógrafos amadores e foi apresentado por Júlia Piccolo, vencedora da primeira temporada. Somando um total de quatro episódios, a ideia era que os vídeos fossem divulgados nas mesmas semanas que os episódios do reality-show e dos mini documentários.

3.7.1. Pré-produção do Dicas Retratar

Para definir os temas dos vídeos e as dicas apresentadas, a equipe de direção, a equipe de roteiro e a apresentadora buscaram elencar uma série de técnicas que pudessem ser facilmente ensinadas e reproduzidas por pessoas com pouca ou nenhuma experiência em fotografia. Desta maneira, foi dada preferência para técnicas simples, sendo elas:

- Regra dos terços
- Profundidade de campo
- *Bokeh*
- Vinheta com saco plástico
- Difusor de *flash*
- Lente Macro
- Debaixo D'água
- Panorâmica
- Levitação
- Espelho Quebrado
- *Light Painting*

Após a escolha dos temas, a equipe de roteiro preparou os roteiros de cada um dos episódios. Assim, foi iniciada a pré-produção, na qual uma pequena equipe foi selecionada, de acordo com a necessidade do projeto.

3.7.2. Produção do Dicas Retratar

Uma vez que não havia necessidade de realização de casting ou busca de demais pessoas, o Dicas Retratar pode ser produzido antes dos outros dois produtos da segunda temporada.

A equipe de direção mantinha contato constante com a Júlia, a fim de garantir que o resultado final do Dicas Retratar fosse, também, uma produção que contasse com uma visão pessoal da apresentadora. Todas as decisões e ideias eram propostas e só eram colocadas em prática caso houvesse um consenso entre os diretores e a apresentadora.

A equipe de arte ficou responsável pelos objetos utilizados nas técnicas apresentadas, bem como pelo visual da apresentadora, produzindo, assim, cabelo, maquiagem e figurino. O time de fotografia era responsável por iluminar as locações internas, uma vez que a produção não dispunha de estúdio profissional para a gravação dos vídeos.

A equipe de som era responsável por captar o áudio da apresentadora. Devido à falta de estúdios profissionais disponíveis para a gravação das narrações em *off*, foi necessária uma estratégia incomum para a eliminação de grandes ruídos no som do produto. Assim, a saída encontrada pela produção foi a construção de uma cabine formada por colchões. A intenção era que a espuma dos colchões diminuísse a incidência de ruídos externos na gravação. Desta maneira, conseguimos um resultado satisfatório, uma vez que todas as narrações foram gravadas dentro desta cabine de colchões.

As gravações dos quatro episódios aconteceram em três semanas de julho de 2016. Com equipe reduzida, devido à baixa complexidade de produção dos vídeos, o cronograma foi devidamente cumprido, possibilitando que a pós-produção fosse realizada de forma cuidadosa.

3.7.3. Pós-produção do Dicas Retratar

Por ter sido o primeiro produto gravado da franquia, o Dicas teve seu primeiro corte feito antes dos demais produtos serem finalizados. A edição, assim como boa parte dos outros produtos da franquia foi feita com o software Adobe Premiere e exportado em resolução de 1920 x 1080 pixels, com 29,9 *frames* por segundo e

áudio estéreo em 48Hz, com quatro episódios com durações que variam entre 1:53 e 3:25.

No entanto, a finalização do produto ocorreu na mesma semana que as demais produções da franquia, pois as vinhetas e videografismos dos programas foram entregues juntas pelo videografista da equipe, que trabalhou nas três simultaneamente. Além disso, a apresentadora do programa optou por editar as fotos tiradas durante as gravações antes de enviá-las para o produto final. Após a inclusão destes itens no projeto, a edição enviou os produtos para a direção que, após sugerir algumas alterações, aprovou os episódios.

3.7.4. Veiculação do Dicas Retratar

Inicialmente, planejou-se três episódios sendo que o cronograma de distribuição dos produtos também previa este número. A inclusão de um novo episódio causou uma pequena confusão na divulgação dos episódios. A proposta previa que todos os episódios do Dicas Retratar fossem lançados antes da final, para que o público pudesse ver todas as dicas e participar do concurso cultural lançado no início do programa. No entanto, seguindo o calendário previsto para três vídeos, ainda faltava um vídeo para ser lançado antes da final. Se fossemos esperar o dia de divulgação, este último seria lançado depois do último episódio do Retratar, deste modo, lançou-se dois episódios do Dicas Retratar na semana em que ocorreria o programa ao vivo.

O concurso cultural também foi responsável pela única produção do programa feita exclusivamente para o *Facebook*: Um vídeo da Júlia, a apresentadora, convidando o público a assistirem ao Dicas e postarem uma foto com uma das técnicas ensinadas no *Instagram* com a *hashtag* #DicasRetratar. No programa ao vivo do *reality*, ela escolheria a melhor foto que seria presenteada com um *kit* de lentes para celular oferecido pelo patrocinador Banana Foto. O vídeo foi postado na página do programa e, em sua descrição, havia o link para acessar o primeiro episódio da série.

3.8. Análise da segunda temporada

Devido ao caráter transmidiático do programa e seu envolvimento com mídias digitais, foi importante que sua recepção diante ao público fosse analisada. Uma vez que o objetivo do projeto era proporcionar uma experiência audiovisual que não fosse limitada a apenas um produto ou a apenas uma mídia, buscamos recursos para analisar o desempenho da segunda temporada, a fim de verificar se o objetivo foi atingido.

3.8.2. YouTube Analytics da segunda temporada

Após adotar as medidas necessárias na realização da segunda temporada, voltamos novamente nossa atenção aos dados proporcionados pelo YouTube Analytics para verificar se houve melhorias na recepção do público nesta temporada. Apesar de não se conseguir diminuir o tempo dos episódios, os resultados foram bastante positivos, se comparados à primeira temporada. As informações da segunda temporada podem ser verificadas nas imagens abaixo:



Figura 42 - Youtube analytics: segunda temporada, episódio 1 - 2

Retrate >



Retrate - Episódio #1 - Segunda Temporada

Criado em: 02/11/2016 • Duração: 30:51 • Configurações de privacidade: Público

vídeo

Todo o período (02/11/2016 – 16/02/2017)

DURAÇÃO MÉDIA DA VISUALIZ.	PORCENTAGEM VISUALIZADA MÉDIA
8:39	28%
Retenção absoluta de público	Retenção relativa de público



Figura 43 - Youtube analytics: segunda temporada, episódio 1 - 2

Retrate >



Retrate - Episódio #2 - Segunda Temporada

Criado em: 08/11/2016 • Duração: 33:03 • Configurações de privacidade: Público

vídeo

Todo o período (08/11/2016 – 16/02/2017)

10 minutos 31 segundos

DURAÇÃO MÉDIA DA VISUALIZ.	PORCENTAGEM VISUALIZADA MÉDIA
10:31	32%
Retenção absoluta de público	Retenção relativa de público

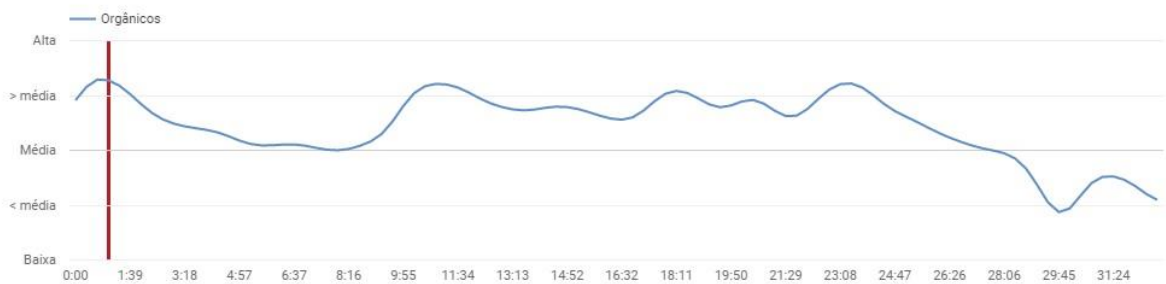


Figura 44 - Youtube analytics: segunda temporada, episódio 2 - 1



Figura 45 - Youtube analytics: segunda temporada, episódio 2 -2



Figura 46 - Youtube Analytics: segunda temporada, episódio 3 - 1

Retrate >



Retrate - Episódio #3 - Segunda Temporada

Criado em: 16/11/2016 • Duração: 34:19 • Configurações de privacidade: Público

VÍDEO

Todo o período (16/11/2016 – 16/02/2017)



Figura 47 - Youtube analytics: segunda temporada, episódio 3 -2

Retrate >



Retrate - Final Segunda Temporada

Criado em: 07/11/2016 • Publicado: 07/02/2017 • Duração: 1:21:47 • Configurações de privacidade: Público

VÍDEO

AO VIVO

Todo o período (07/11/2016 – 16/02/2017)

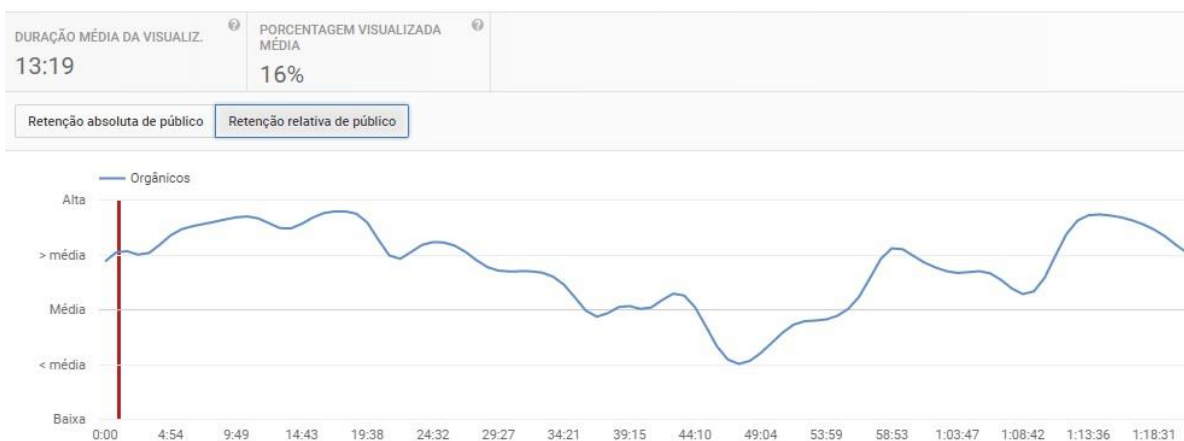


Figura 48 - Youtube Analytics: segunda temporada, episódio final - 1

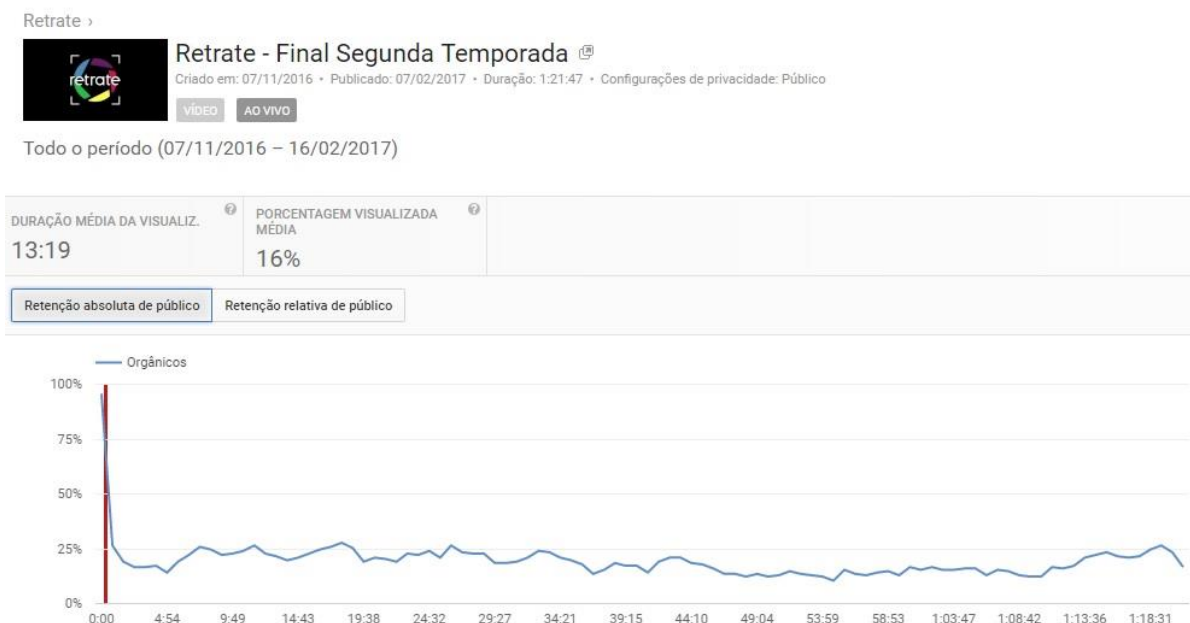


Figura 49 - Youtube analytics: segunda temporada, episódio final - 2

Ao fim do processo, a proposta de diminuir o tempo do programa foi abandonada por prezar-se manter o conteúdo o mais completo possível. Com isso, a duração dos episódios, ao contrário do que se previa, aumentou em uma média de 5 minutos. Isto gerou no grupo um forte sentimento de insegurança quanto aos já preocupantes dados de Retenção de público. No entanto, ao analisar-se a segunda temporada, verificou-se uma melhora na audiência dos episódios. Embora a retenção absoluta de público ainda esteja baixa, esta temporada superou a primeira. Muitos episódios tiveram um número de desistência menor do que os da temporada passada. O cenário é ainda mais animador ao verificar-se a retenção relativa de público. Entende-se que produzir vídeos de meia hora para o *YouTube* é um desafio neste quesito e, ao verificar-se que depois das mudanças adotadas, os níveis de retenção aumentaram significativamente, mantendo-se na maior parte do tempo entre médios e altos, nota-se que, ainda que o tempo do programa seja grande, a dinâmica da edição e uma boa condução do roteiro contribuem, e muito, para manter o público atento à produção. Mesmo a final, com uma hora de duração, teve bons índices de retenção, segundo o *YouTube Analytics*.

3.8.2. Questionário sobre a segunda temporada

Para recebermos resultados mais diretos, elaboramos um novo questionário com vinte e seis perguntas sobre a segunda temporada. Semelhante ao primeiro, referente à primeira temporada, as perguntas avaliam diferentes aspectos do projeto, e os respondentes podem avaliar, com notas de 0 (péssimo) a 10 (ótimo), quesitos como número de episódios, duração dos episódios, temas abordados, etc.

O questionário foi divulgado na página oficial do Retrato no *Facebook* dia 12 de fevereiro de 2017. Após dez dias, foram obtidas vinte e três respostas, as quais foram usadas para realizar uma análise da recepção da temporada.

Em relação ao formato dos episódios, as avaliações foram positivas. 42,9 % deram nota 8 à duração de episódios, enquanto 38,1% avaliou em 10, a nota máxima. A maior parte dos respondentes (42,9%) mostrou-se satisfeita com o ritmo geral do programa, avaliando este quesito com a nota 9. O restante ficou dividido entre as notas 7, 9 e 10, ou seja, avaliando também de forma positiva.

Sobre a duração dos episódios do *reality show*, a maior pontuação foi selecionada por 38,1% dos respondentes, seguido da nota 9 sendo respondida por 23,8% das pessoas. Enquanto isso, 19% avaliou atribuindo a nota 8 e 14,3% com a nota 7. A minoria restante atribuiu nota 6, indicando que a duração dos episódios foi bem aceita. Da mesma forma, a duração da final ao vivo também agradou ao público, visto que 47,6% avaliaram com nota máxima enquanto 33,3% atribuíram nota 9.

Sobre as provas do reality-show, 42,9% avaliou o formato como ótimo (nota 10), enquanto 19% deu nota 8 e outros 19% avaliaram com nota 7. A primeira prova, cujo tema era Cercas, agradou ao público de forma geral. 23,8% aplicaram nota 8 e a mesma quantidade de pessoas avaliou com nota 10. A maior parcela, 28,6%, aplicou nota 9, sendo o restante das respostas distribuído entre as notas 7 e 6.

A segunda prova, de tema Ativismo Negro, recebeu avaliação melhor que a primeira. 38,1% classificou com nota 10 enquanto 28,6% atribuiu nota 9. A terceira prova, referente a Famílias teve na nota 9 o maior número de respondentes, totalizando 42,9% deles. Desta maneira, é possível notar que as três provas foram bem recebidas pelo público do programa, sendo a segunda prova a melhor classificada entre elas.

Sobre os aspectos técnicos do *reality show*, as respostas evidenciaram que os espectadores ficaram satisfeitos com o que foi apresentado. É possível chegar a esta conclusão ao notar que as áreas fotografia, som, arte, direção, roteiro, edição e

videografismo foram avaliadas com nota 10 pela maioria dos respondentes. Isto indica uma visível melhora nos aspectos técnicos do programa, se comparados com a primeira temporada.

Sobre o Dicas Retratar, a maioria dos participantes do questionário avaliou a dica de Profundidade de Campo como a mais relevante, ao passo que a dica de efeito *Bokeh* foi a considerada a menos interessante. A duração e o ritmo do produto também agradaram, com metade das respostas se concentrando entre as notas 9 e 10, nos dois quesitos. A maioria, 42,1% avaliou ainda, com nota 10 a contribuição do Dicas Retratar ao *reality show*. Considerando que o restante das avaliações se distribui entre as notas 7, 8 e 9, pode-se dizer que essa contribuição foi bem recebida.

A resposta também foi positiva em relação à contribuição da série de Mini Docs para o projeto. 40% dos respondentes atribuíram nota 10 e outros 30% avaliaram com nota 9 o aprofundamento dos temas proporcionado pelos documentários. Sobre a duração e ritmo, as respostas mostram que o projeto agradou, apesar do ritmo apresentar resultados ligeiramente melhores.

Sobre os temas trabalhados nas provas do *reality show* e aprofundados nos Mini Documentários, foi perguntado qual tema foi melhor abordado. A maioria (61,9%) opinou que o tema de Ativismo Negro teve uma representação melhor, enquanto o tema Cercas nem tanto, sendo o menos votado, com 28,6% dos participantes da pesquisa escolhendo este tema. É interessante notar a relação entre este resultado e as respostas sobre as provas do *reality show*. Em ambas as avaliações, o tema Ativismo Negro mostrou-se o melhor avaliado indicando não só que o público se interessa pelo assunto, mas também que a equipe conseguiu abordá-lo de forma satisfatória na segunda temporada.

Ao comparar os três produtos realizados para a segunda temporada, a maior parte dos respondentes (95,2%) afirmou que assistiu ao *reality show*. Este resultado era esperado, uma vez que este produto é a obra principal do programa Retratar. Em relação aos outros dois produtos, 85,7% dos respondentes assistiram ao Dicas Retratar enquanto 81% dos participantes da pesquisa viu os Mini Docs, ambas as produções são derivadas do produto principal e colaboram para aprimorar a experiência do público com o programa. Embora estes números da pesquisa sejam animadores, vale ressaltar que o número de visualizações destes produtos no YouTube, quando comparados ao Reality, ainda são baixos.

Uma vez que a proposta de segunda temporada era integrar algumas mídias a fim de proporcionar uma experiência interessante ao espectador, perguntamos como os respondentes assistiram aos produtos gravados. 52%, ou seja, a maioria, respondeu que assistiu sozinho e pelo de celular ou *tablet*. 33% assistiram por computador, também sozinhos. Entre os que assistiram ao programa acompanhados, 14,3% o fizeram pelo do computador, enquanto 9,5% usaram o computador conectado à televisão e apenas 4,8% por meio do celular.

Em relação ao episódio final, que foi transmitido ao vivo, fizemos a mesma pergunta. Da mesma maneira, a maioria também acompanhou o último episódio sozinho pelo de celular ou *tablet*. Em segundo lugar, da mesma forma, o dispositivo escolhido foi o computador, ainda sozinhos. 9,5% dos respondentes afirmaram ter assistido à final pelo de computador ligado à televisão, também sozinhos. Em relação às pessoas que assistiram acompanhadas, 14,3% utilizaram o computador, sendo esta a única resposta referente a pessoas que viram o último episódio com alguém.

É possível notar que os dispositivos móveis foram as plataformas mais utilizadas para o acesso aos episódios do programa, tanto gravados quanto o transmitido ao vivo. Apesar de o computador também apresentar uma grande quantidade de adeptos, os celulares e *tablets*, sem dúvida, representam a preferência do público ao consumir um produto audiovisual, de acordo com a análise do questionário.

Este fenômeno já era esperado, uma vez que estudos sobre a cultura da convergência explicam como tais plataformas facilitam o acesso a informações na rede. Devido à portabilidade destes aparelhos, torna-se mais conveniente para o espectador que os conteúdos estejam disponíveis em plataformas móveis, extinguindo, assim, limites físicos representados por outros meios, como a televisão e o computador de mesa. A forma como os episódios foram consumidos pelos espectadores ratifica inclusive, um dos dados apontados na Pesquisa Brasileira de Mídia, no qual o celular cresce como principal plataforma de acesso aos conteúdos disponibilizados na internet.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que com todas as dificuldades relatadas, o objetivo de produzir um *Reality show* capaz de articular diferentes plataformas de mídia e de linguagem na experiência do receptor foi concluído com êxito. Ao final do processo, pode-se perceber as inúmeras possibilidades de produção audiovisual no suporte das novas mídias. As formas de interação com o receptor também são um importante aspecto percebido durante o trabalho. Os espectadores do programa interagiram com a produção por praticamente todas as vias disponíveis, compartilhando, comentando, votando, influenciando nos resultados e até mesmo produzindo fotos com as temáticas dos episódios e marcando o programa em suas produções.

Dito isto, a proposta inicial do trabalho de perceber como se pode explorar essas novas mídias, também mostrou-se verdadeira. Ainda assim, o processo como um todo evidenciou como ainda há um longo caminho a ser percorrido neste sentido. A produção do *Retrate* foi relevante à medida que iniciou uma exploração dentro da universidade da transposição de um gênero audiovisual tipicamente televisivo para o ambiente em rede, na experimentação das possibilidades existentes neste deslocamento convergente.

Ainda assim, notou-se muitos aspectos que ainda poderiam ser melhorados neste processo. A principal percepção neste sentido, está na forma do programa em si, ainda que tenhamos agregado ao produto diversas ferramentas dispostas no ciberespaço, a forma do programa, muitas vezes ainda estava influenciada pelo padrão existente na mídia tradicional e isso ficou muito visível na transmissão ao vivo que, mesmo sendo feita pelo *YouTube*, foi dividida em blocos com comerciais e tempo de grade muito próximo ao de uma emissora de televisão. Poderia-se alterar completamente a estrutura do programa para o *YouTube* sem prejudicar a produção (que, por exemplo, precisava dos comerciais para preparar os blocos seguintes)? O quanto que se deve pensar em alterar um gênero televisivo ao adaptá-lo para ser veiculado na rede? É realmente necessário alterar? Algum dia, o ciberespaço terá um modelo consolidado de produção como já existe para televisão e cinema? Estes foram questionamentos abertos ao fim das discussões do *Retrate* que, como dito anteriormente, ainda que tenha vislumbrado algumas possibilidades, deixou outras questões a serem exploradas futuramente pelos próximos estudantes.

Por fim, uma outra conclusão que se chegou com o programa foi a capacidade de produções tidas como puro entretenimento, de informar e sensibilizar o público para assuntos sociais relevantes. O gênero *Reality show*, como pode-se perceber no primeiro capítulo deste trabalho esteve em boa parte, atrelado ao entretenimento puro sem necessariamente ter a intenção de se levantar questões sociais e muitas vezes ratificando alguns aspectos problemáticos como a meritocracia. Pretendeu-se desde a primeira temporada, realizar um programa que caminhasse na contramão deste cenário. Ao fim da segunda temporada, constatamos a importância de se pensar produções que tenham este viés de engajamento social. Ainda que no senso comum, pouco se dê ao entretenimento a possibilidade de ser pensado como instrumento de crítica social, vale perceber que fotógrafos como o vencedor Júlio, ou os jurados ou os próprios integrantes da equipe não teriam saído tão expressivamente de suas zonas de conforto e se envolvido em assuntos tão importantes e distantes de suas realidades, para propor estas discussões aos espectadores, se não fosse por um programa de entretenimento como o *Retrate*.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANKS.A. **2015 Brazil Digital Future In Focus**. 2015 In: ComScore. Disponível em <<https://www.comscore.com/por/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2015-Brazil-Digital-Future-in-Focus>> acesso em 08/02/2017.

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

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasília de Mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2016.

CANALTECH. **SnapChat surpreende analistas e fecha 2016 em alta**. 02/02/2017. Disponível em <<https://corporate.canaltech.com.br/noticia/resultados-financeiros/snapchat-surpreende-analistas-e-fecha-2016-em-alta-88522/>> Acesso em 08/02/2017.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Tradução Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. 283p.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 8ª Edição. São Paulo. Paz e Terra. 1999. Volume 1.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiências?**. Brasil, 2006.

CORRÊA, Elisa CD. **A narrativa transmídia como estratégia de incentivo à leitura**. *Texto Digital* 10.2 (2014): 98-113. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/view/1807-9288.2014v10n2p98>> Acesso 08/02/2017

GOSCIOLA, Vicente. **Narrativa transmídia: conceituação e origens**. CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente. *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá. Editorial Universidad del Rosario, 2012. Disponível em <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37352557/narrativa_transmedia.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1487648665&Signature=UAswIYorIQXXsEPWZF%2FkOVpAZog%3D&response-content-

[disposition=inline%3B%20filename%3DTransmedia_Storytelling_-_between_theorie.pdf#page=16](#)> Acesso em 08/02/17

HAMANN, R. **É muita gente! Instagram atinge a marca de 600 milhões de usuários ativos.** In Tecmundo. 2016. Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/instagram/112766-gente-instagram-atinge-marca-600-milhoes-usuarios-ativos.htm>> Acesso em 08/02/2017.

GONÇALVES, Elizabeth. **Da narratividade à narrativa transmídia: a evolução do processo comunicacional.** CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente. *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas.* Bogotá. Editorial Universidad del Rosario (2012). Disponível em <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37352557/narrativa_transmedia.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1487648724&Signature=qs5wAGeDksb5MLwRilGAcyw4eiQ%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTransmedia_Storytelling_-_between_theorie.pdf#page=24> Acesso em 08/02/17

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Tradução Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, P. **Cibercultura.** Editora 34. 1ª edição. São Paulo. 1999. 250p.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas.** Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/pp/v19n2/a03v19n2.pdf>> Acesso em 08/02/17

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais.** Editora Vozes Limitada, 2014.

MARTINS, José de Souza. **Sociologia da fotografia e da imagem.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

MURRAY, Janet. **Hamlet no holodeck.** São Paulo: UNESP (2003).

NOVAES, Sylvia Caiubi (Org.). **Entre arte e ciência: a fotografia na antropologia.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

NUNES J. Mes das perguntas: Como apresentar séries de televisão?. Disponível em <<http://joaonunes.com/2014/guionismo/mes-das-perguntas-como-apresentar-series-de-televisao/>> Acesso em 08/02/2017

OLHAR DIGITAL: **Os 20 sites mais acessados do mundo**. Disponível em <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/os-20-sites-mais-acessados-do-mundo/32477>> Acesso em 08/02/2017.

PORTO-RENÓ, Denis, et al. **Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional**. *Palavra chave* 14.2 (2011): 201-215. Disponível em <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852011000200002> Acesso em 08/02/17

ROSA, Guilherme Carvalho da. **A discussão do conceito de identidade nos estudos culturais**. disponível em <[http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/a/a2/GT3-26 - Identidade conceito celacom.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/a/a2/GT3-26-Identidade_conceito_celacom.pdf)> Acesso em 3/02/2017.

SAWADA. T. **Transmissão ao vivo pelo Facebook Live chega a todos os usuários**. In: Link Estadão. 06/04/2016. Disponível em <<http://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,transmissao-ao-vivo-pelo-facebook-live-chega-a-todos-os-usuarios,10000047902>> Acesso 08/02/2017.

SOUSA.C.H.G. **A História como Montagem: contribuições do cinema para a crítica da historiografia**. In: Domínios da Imagem, Londrina, ano VI, n. 11, p. 25-38, novembro 2012 disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/view/22775/16650>> Acesso em 08/02/2017.

TACCA, Fernando de. **Fotografia: intertextualidade entre ciência, arte e antropologia**. In. NOVAES, Sylvia Caiubi (Org.). **Entre arte e ciência: a fotografia na antropologia**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015. p. 197-214.

APÊNDICES

APÊNDICE A - BÍBLIA DE PRODUÇÃO

Bíblia da Produção
Retrate - Segunda Temporada
Programa para internet de gênero *Reality Show*
Trabalho de Conclusão de Curso - Comunicação Social: Radialismo
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP Bauru



Nome do programa: Retrate

Temática: Fotografia com temáticas sociais (fotografia documental)

Categoria: Entretenimento

Gênero: Reality Show

Formato: Competição. Seriado.

Forma de gravação: Websódes gravados + Programa final ao vivo.

Introdução:

A fotografia, hoje ganha muito espaço como forma de comunicação. O advento das tecnologias e a popularização dos equipamentos fomentou a prática entre jovens e adultos. Ainda muito se discute se a fotografia pode agir como instrumento de crítica social. Grandes fotógrafos como Sebastião Salgado conseguiram a maestria de usar a fotografia para retratar com excelência as injustiças do mundo. O assunto ainda gera discussão, pois nem todos entendem como é possível usar a fotografia de maneira crítica.

A fim de discutir essa questão, o *Retrate* busca trabalhar a relação fotografia e sociedade de maneira dinâmica e interessante. Os participantes, juntamente com o jurado e o público irão explorar as possibilidades da fotografia no que diz respeito à mudança social.

Sinopse do projeto:

Retrate é um programa no gênero de *Reality Show* sobre fotografia. Tem como sua cerne desenvolver em seus participantes um olhar fotográfico sensível às temáticas sociais. Para isso eles contarão com a ajuda de três tutores que com suas diferentes perspectivas os ajudarão a pensar fotografia de forma mais crítica.

O projeto será composto por três produtos diferentes que irão aprimorar a experiência do espectador com o programa. Serão eles: O *web reality show*, “plataforma mãe” do projeto, uma série de mini documentários e uma série de vídeo aulas com dicas de fotografia.

Web Reality Show : Será dividido em duas partes, a primeira será trabalhada no formato de websérie composta de três episódios com o desenvolvimento dos participantes através de provas eliminatórias em que eles executarão o direcionamento de seus tutores, em cada uma, o participante escolherá uma foto que sintetiza sua experiência, posteriormente ela será avaliada pelo jurado que julgará quem deverá permanecer no programa e ainda contará com a participação popular através das mídias sociais do programa como, por exemplo, o Instagram. A segunda parte é um programa ao vivo que corresponde ao final do programa, na qual os jurados e os participantes vão relatar suas experiências durante o programa e realizar uma última prova, cujo a foto resultante será, discutida e disponibilizada no Instagram para o voto popular.

Os mini documentários: Como forma de se aprofundar os temas trabalhados ao longo do *Reality Show*, o *Retrate* contará com uma série de três mini documentários abordando os temas tratados no reality. Este documentário tem como objetivo auxiliar na característica social do programa. Nesta série pretende-se sensibilizar o público para as questões delicadas as quais os participantes são postos em contato durante o *reality*, contando, inclusive com entrevistas das pessoas fotografadas por eles.

Vídeo Aulas de Fotografia: Ainda sem nome definido, a série de vídeos aulas contará com a apresentação de Júlia Piccolo, vencedora da primeira temporada do programa. Nesta série, ela ensinará dicas básicas de fotografia com o intuito de aproximar os

espectadores que sejam leigos da prática de fotografar. A série será composta por 3 episódios de 3 a 5 minutos e será disponibilizada antes da veiculação do programa.

Haverá uma edição especial, na qual um dos programas ensinará uma técnica que o jurado exigirá em seu desafio.

Referências: Cannon College

Plano de Direção: Pretende-se adotar um ritmo dinâmico e instigante, tanto nas *webséries* como na final ao vivo. Haverá durante as *webséries* diferentes materiais como imagens de cobertura, conversas, entrevistas e depoimentos que se intercalarão para dar mais dinamicidade à produção. Pretende-se também, apostar em novas formas de narrativa, principalmente no primeiro episódio. O programa será guiado através da figura de um apresentador que mediará a relação entre os participantes e os jurados. Este mesmo apresentador será o responsável por conduzir a final ao vivo do programa.

Websérie

O programa irá iniciar-se com a apresentação do jurado seguida de uma conversa entre ele e os participantes, logo após isso, inicia-se a aplicação da prova, onde serão tiradas as fotos e posteriormente o feedback destas. Diferente da primeira temporada, a segunda versão do programa contará com eliminações a cada episódio.

Estrutura pretendida para cada episódio:

Episódios On Demand

Primeiro episódio:

Início: Apresentador introduz o programa, os participantes são mostrados, mas não apresentados. Apresenta-se e inicia-se a prova.

Desenvolvimento: A medida que os personagens vão aparecendo durante a prova, é mostrado uma retrospectiva e apresentação deles.

Final: Candidatos votam em fotos que não são suas. Quem tiver mais votos, ganha imunidade na segunda prova.

Segundo episódio:

Início: Apresentação do Imunizado. Apresentação da prova

Desenvolvimento: Prova

Final: Feedback e primeira eliminação.

Terceiro Episódio

Início: Apresentação da prova

Desenvolvimento: Prova

Final: Feedback e primeira eliminação.

Apresentação do jurado: Será feita através de um depoimento no qual o jurado se apresentará em um cenário simples dizendo seu nome, profissão e um pouco da sua carreira. O plano médio será predominante, mas se intercalará com planos detalhes e primeiro plano. É possível que haja a inserção de videografismo durante a fala.

Conversa jurado com participantes: Será feita em um “QG” do programa, Nela acontecerá a primeira conversa entre os participantes e o jurado. Aqui, haverá o uso de planos gerais, de conjunto, médios e próximos.

Prova: Acontecerá em lugares abertos e muitas imagens serão captadas de acordo com a situação. A princípio, será usado steadycam para acompanhar os participantes, alguns planos gerais e outros mais próximos intercalados com depoimentos dos participantes. No início da prova, serão mostradas imagens do local afim de contextualizar o espectador.

Feedback/ Eliminação: Acontecerá no QG e será predominante o uso de planos de conjunto e planos médios.

Programa ao vivo:

Retrospectiva do programa; VT em que será lembrado, através das imagens anteriormente captadas, as principais partes do programa online para quem for assistir apenas ao programa ao vivo possa compreendê-lo.

Entrevista participantes. O apresentador conversará com jurados e competidores a fim de compreender como foi a experiência para cada um deles.

Compilado melhores momentos dos participantes: VT exibido sempre antes da apresentação das fotos de cada competidor, lembrando sua trajetória pelo programa

Prova ao vivo: Candidatos realizarão uma prova AO VIVO dentro do estúdio.

Vídeo com eliminados e familiares falando do programa: VT no qual participantes antigos e familiares enviarão vídeos falando sobre o programa e dando apoio aos finalistas.

Apresentação da foto: Candidato apresenta uma foto inédita para o público poder votar nela pelo Instagram.

Revelação do terceiro colocado: Um dos três participantes é salvo pelos jurados, outro é classificado pela prova ao vivo.

Vídeo com pessoas que foram fotografadas durante o programa: VT pessoas que interagiram com os participantes e com o programa relatam suas experiências. A ideia é, além de retoma-las à narrativa, ratificar o aspecto social do projeto.

Eliminação: Dentre os três, um é eliminado de acordo com as regras estabelecidas anteriormente.

Vencedor: O vencedor é escolhido ao final do programa de acordo com as regras estabelecidas anteriormente. Ocorre a premiação..

Público alvo: Jovens e adultos interessados pelo tema fotografia e que estejam acostumados com a era das novas tecnologias, uma vez que o programa também explora as potencialidades desses meios.

Periodicidade: semanal

Sugestão de horário:

Vídeo aulas: Terça, 20h. (antes de começar o programa)

Reality: Terça 20h

Mini Documentários: Quinta 20h

Linha de conteúdo/ Áreas abordadas: Retratar é o primeiro reality show com temática voltada para a fotografia, que é um meio que por sua constituição interna é caracterizada como representação do real. O programa explora a prática fotográfica de diferentes perspectivas convergindo para um olhar mais humano e crítico neste processo, tratando de temáticas sociais, tornando de suma importância a discussão e o cuidadoso histórico que a foto leva consigo.

Objetivo (geral):

O programa Retratar tem como objetivo conscientizar sobre o papel da fotografia como instrumento de crítica social e sensibilizar o espectador sobre a temática através das experiências vividas pelos participantes do programa.

Estrutura Mínima Necessária/Equipe:**Reality Show****Websérie**

- Locação:
 - o QG
 - o Gravações externas
 - o Estúdio
- Fotografia:
 - o 3 câmeras
 - o Kit de iluminação
 - o Steady
 - o Lentes
 - o Tripés
 - o Rebatedor
 - o Difusor.
 - o Leds (possíveis gravações noturnas)
- Som:
 - o Zoom
 - o Shotgun
 - o Vara de boom
 - o Lapela
 - o Microfone de mão
 - o Capa de sopro felpuda
 - o Videomic
- Arte:
 - o Stand com logo do programa para entrevistas.

1x Diretor; 1x Diretor de fotografia; 3x operadores de câmera; 1x diretor de som; 2x operadores de som; 2x produtores; 1x diretor de arte; 1x apresentador; 2x editores de imagem; 1x videografaista.

.Programa ao vivo

- Locação:
 - o Estúdio
- Fotografia:
 - o 4 câmeras HD;
 - o 1 grua;
 - o 3 tripes.
- Som:
 - o Lapela
 - o Microfone de mão
- Arte
 - o Cenário programa
 - o Figurino
 - o Maquiagem

1x diretor de televisão; 1x assistente direção 1x diretor de imagens; 1x diretor de fotografia; 3x assistentes de fotografia; 1x iluminador; 2x captação e controle de som; 1x diretor de arte; 1x figurinista/maquiador; 2x produtores de set; 1x coordenador de produção; 1x operador de gc; 1x operador de vt; 1x editor; 1x operador de tp; 1x mediador de chat.

Apresentador/personagem

O apresentador é uma peça-chave para o funcionamento da dinâmica do programa, pois é ele quem irá mediar para o público a relação jurado-participantes, conduzindo, desta forma, a narrativa do programa, além de incentivando a participação ativa dos competidores, extraindo suas respectivas experiências ao decorrer do programa.

Para isso pensamos em um apresentador com um perfil sério que consiga passar credibilidade mas que ao mesmo tempo que passe estas informações de maneira descontraída, contribuindo para o ritmo dinâmico e instigante visado para o programa.

Participantes

Os participantes serão escolhidos mediante uma seleção que levará em conta se eles têm um envolvimento significativo com a fotografia.

Interatividade

A interatividade será feita através do Instagram do programa, na qual , o público poderá votar na fotos selecionadas em cada episódio da websérie e na fotografia inédita a ser apresentada no programa ao vivo.

Além disso, outras mídias como *Snapchat*, *periscope* e *facebook* serão utilizadas para aprimorar a experiência do público, principalmente no que se refere ao programa AO VIVO.

Metodologia de Produção

Websérie/ao vivo

- Pré produção
 - Obter conhecimento sobre a área
 - Contato com tutores para possíveis sugestões de abordagem
 - Elaboração da dinâmica e estrutura do programa
 - Construção de roteiro
 - Envio roteiro de cada episódio para aprovação do jurado.
 - Casting apresentador
 - Escolha participantes

Websérie

- Pré produção
 - Levantamento de referências estéticas/visuais
 - Locação
 - Elaboração do cronograma de gravação
 - Elaboração de gcs e vinhetas (abertura) e demais recursos do pacote gráfico
 - Compra de material necessário para a prova
 - Reunião com jurados antes de cada episódio
 - Decupagem das áreas
 - Visita a locação + visita técnica

Produção

- Gravação interna QG
 - Entrevista jurados e participantes
 - Entrevista apresentador e participantes
 - Conversa com jurados
 - Feedback com jurados
 - Depoimento participantes
- Gravação interna Estúdio
 - Apresentação dos jurados
- Gravação Externa
 - Provas
 - Entrevista com participantes
- Pós - produção
 - Sonorização
 - Tratamento de imagem (correção de cor; colorização)
 - Edição e videografismo

Ao vivo

- Pré - produção
 - Elaboração de referências
 - Providenciar estrutura de transmissão Ao Vivo

- o Reservar estúdio
- o Concepções estéticas/visuais
- o Compra de materiais necessários para a elaboração do programa
- o Elaboração de cenário
- o Elaboração vts, gcs, vinhetas (abertura, estamos apresentado e voltamos a apresentar) e demais recursos inclusos no pacote gráfico
- o Reunião com os jurados
- o Reunião com apresentador
- o Decupagem das áreas
- o Mapa de luz
- o Piloto
- Produção
 - o Gravação do programa
- Pós produção
 - o Revisão da edição.
 - o Tratamento de imagem (correção de cor; colorização)
 - o Possível inserção de videografismos

Série mini documentários:

- Locação:
 - o Gravações externas
- Fotografia:
 - o 2 câmeras
 - o Steady
 - o Lentes
 - o Tripé
 - o Rebatedor
 - o Difusor
 - o Leds (possíveis gravações noturnas)
- Som:
 - o Zoom
 - o Shotgun
 - o Vara de boom
 - o Lapela
 - o Capa de sopro felpuda
 - o Videomic

- Arte:

1x Diretor; 1x Diretor de fotografia; 1x assistente; 1x diretor de som; 1x 2x produtores; 1x diretor de arte; 2x editores de imagem; 1x videografista.

Personagem: Serão as pessoas fotografadas pelos participantes.

Metodologia de produção

- Pré produção
 - o Levantamento de referências estéticas/visuais
 - o Locação
 - o Elaboração do cronograma de gravação
 - o Elaboração de gcs e vinhetas (abertura) e demais recursos do pacote gráfico
 - o Compra de material necessário para a prova
 - o Decupagem das áreas
 - o Visita a locação + visita técnica (junto com o Reality)
- Produção
 - o Gravação Externa
 - o Entrevistas com os fotografados durante as provas e outros personagens.
 - o Imagens de cobertura e dos assuntos referendados pelos entrevistados ou pelo tema.
- Pós - produção
 - o Sonorização
 - o Tratamento de imagem (correção de cor; colorização)
 - o Edição e videografismo

Vídeo aulas

- Locação:
 - o QG ou outra locação a ser definida
- Fotografia:
 - o 2 câmeras
 - o 1 Câmera para a apresentadora
 - o Steady
 - o Lentes
 - o Tripé
 - o Rebatedor
 - o Difusor.
- Som:
 - o Zoom
 - o Shotgun
 - o Vara de boom
 - o Lapela
 - o Capa de sopro felpuda
 - o Videomic
- Arte:
 - o Cenário

1x Diretor; 1x Diretor de fotografia; 1x assistente; 1x diretor de som; 2x produtores; 1x diretor de arte; 2x editores de imagem; 1x videografista.

Personagem: Júlia, campeã da primeira temporada do Retrato ensina dicas de fotografia.

Metodologia de produção

- Pré produção
 - o Levantamento de referências estéticas/visuais
 - o Reunião com Júlia para levantamento de temas abordados
 - o Locação
 - o Elaboração do cronograma de gravação
 - o Elaboração de gcs e vinhetas (abertura) e demais recursos do pacote gráfico
 - o Compra de material necessário para a prova
 - o Decupagem das áreas
 - o Visita a locação + visita técnica
 - o Ensaio com Júlia

Produção

- QG
 - o Gravação com Júlia
- Pós - produção
 - o Sonorização
 - o Tratamento de imagem (correção de cor; colorização)
 - o Edição e videografismo

APÊNDICE B - Cronograma Geral

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
	08	09	10	11	12	13
14 20H-Data limite para TODOS passarem o local da Prova 1 Cercas	15	Apresenta ção Prova 1 Cercas (estúdio) NOITE 18:30 até 22 hrs no max Apresenta ção participantes (estúdio) NOITE 18:30 até 22 hrs no max Apresenta ção Programa (Puma) (estúdio) NOITE	17	Prova 1 Dia 1 Cercas com Júlio, Nell e Jeferson(externa) DURANTE O DIA Julio Jefferson Nell	Prova 1 Dia 2 Cercas com Julia, Ítalo e Luana (externa) DURANTE O DIA Luana das 10 as 11 Júlia:14:00 as 16:00 (ferroviária) Das 11:20 até 1:30 minidoc Ferradura Mirin	20 Porteiro as 7hrs manhã Faxineira 12H-Data limite para JULIO, NELL E JEFERSON entregarem foto Prova 1 Cercas 20H- Data limite para TODOS passarem o local da Prova 2 Ativismo Negro
21 12H-Data limite para JULIA, ÍTALO E LUANA entregarem foto Prova 1 Cercas	Feedback Prova 1 Cercas (estúdio) NOITE Apresenta ção Prova 2 Ativismo Negro (estúdio) NOITE	23	Prova 2 Dia 1 Ativismo Negro com Julio (externa) DURANTE O DIA Júlio: 12:30 as 14:30 OFF da Puma Ep. 2 (CONTRARREGRA) NOITE	25 09H-Gravação filha (Ana Paula) da Paula End. Rua Ines Fernandez Leão, 1- 3. Atrás da Perdigão, na frente da Padaria do Jorge Ver se grava com faxineira Visita Técnica	26 12H- Data limite para JULIO entregar foto Prova 2 Ativismo Negro Prova 2 Dia2 Ativismo negro com Nell e zimbato (externa) DURANTE O DIA	27 Prova 2 Dia 3 Ativismo Negro (externa) com Ítalo e Luana DURANTE O DIA Ítalo: 11:30 no flipper com italo

					Zimbato 12:30 no flipper 13 as 15 (departamento de ed. Física na portaria mesmo) Nell 15:30 no flipper 16 as 18 (vitoria regia)	12hrs as 14hrs (encontro de terreiros...val e dos orixas na altura do km 5 , estrada que liga piratiniga a bauru-marilia) Luana: das 15:00 as 17:00(ferroviaria)
28 11Hrs-Gravação o filhos da Jussara. End. Alameda Turmalina 2-16, Parque Santa Edwirdges 12H-Data limite para JEFERSON E NELL entregar em foto Prova 2 Ativismo Negro 20H-Data limite para TODOS passarem o local da Prova 3 Familias	29 12H- Data limite para TALO E LUANA entregarem foto Prova 2 Ativismo Negro	30 10H-Gravação com o Retto no Jardim Estoril Centreville Gravar o bairro estoril de dentro do carro qdo for ir fazer essa entrevista	31	01 OFF da Puma Ep. 3 (CONTRARREGRA) NOITE	02	03
04	05	06 Feedback Prova 2	07 OFF da Puma Ep. 3 (CONTRARREGRA) estúdio	08	09 12H-Gravação	10

		Ativismo Negro (estúdio) NOITE Apresentação Prova 3 Famílias (estúdio) NOITE Votação Melhor Foto (estúdio) NOITE Anúncio quem vai pra final + Feedback Prova 3 Famílias (estúdio) NOITE	MANHÃ TARDE Gravação Minidoc Família Religiosa-Caio		Josie no Alessandra	
--	--	--	---	--	---------------------	--

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

11	12	13 GRAVAÇÃO Feedback Prova 2 Ativismo Negro (estúdio) NOITE Apresentação Prova 3 Famílias (estúdio) NOITE	14	15	16	17 Prova 3 Dia 1 Famílias com Jeferson, Nell (externa) DURANTE O DIA Jeferson: 10h as 12h Nell: 14h as 16h
----	----	---	----	----	----	--

18 Prova 3 Dia 2 Famílias com Júlio (externa) DURANTE O DIA	19	20	21	22	23	24
--	----	----	----	----	----	----

08 a 14 de Agosto:

- Apresentação breve do programa (Puma fala da primeira temp, fala que nessa vai ter novos desafios, novos participantes e novas surpresas)
- Apresentação dos participantes (intercalar com prova, não terminar um e depois começar outro)
- Apresentação Wilian
- Apresentação da prova (anunciar que vai ter eliminação)
- Prova (intercalar com participantes)
- Feedback/eliminação (fazer João Kleber)

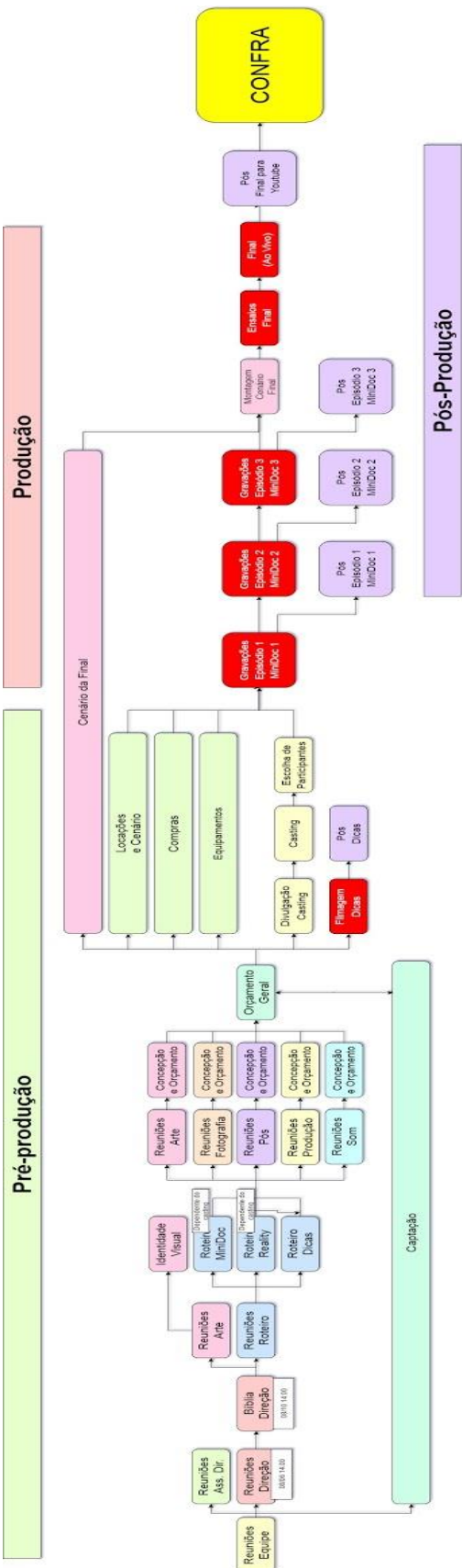
15 a 21 de Agosto:

- Previously (OFF de Puma falando sobre o tema filosoficamente, lapada descolada)
- Apresentação Greice
- Apresentação da prova
- Prova (mostrar simultaneamente)
- Feedback/eliminação

22 a 28 de Agosto:

- Previously
- Apresentação da prova
- Prova
- Votação da melhor foto pelos participantes
- Anuncia quem ganhou a "imunidade"
- Feedback/eliminação

APÊNDICE C - FLUXOGRAMA DE PRODUÇÃO



APÊNDICE D - PROJETO DE COLABORAÇÃO

Projeto de Colaboração
Retrate - Segunda Temporada
Programa para internet de gênero *Reality Show*
Trabalho de Conclusão de Curso - Comunicação Social: Radialismo
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP Bauru



Alunos responsáveis:

Grégory Dámaso
Leandro da Silva Freitas
Sillas Carlos dos Santos

Professora Doutora Responsável:

Loriza Lacerda de Almeida

1. Sobre o projeto

O Retrate é um programa do gênero *reality show* sobre fotografia social produzido por alunos de Comunicação Social da Unesp de Bauru. No programa, os participantes tem como propósito desenvolver uma série de fotografias com temáticas sociais. Focando no poder da fotografia como meio de transformação social, o projeto também promove o debate de temas relevantes para a população, bem como uma maior conscientização dos participantes e do público a respeito destes assuntos.

Por meio das provas, os participantes demonstram suas habilidades em fotografia e são avaliados por profissionais competentes. Buscando sempre evoluir, eles desenvolvem a técnica fotográfica ao passo que aprendem como usar este meio como ferramenta de transformação social.

2. A primeira temporada

A primeira temporada do Programa Retratar contou com 4 episódios para web disponibilizados no *YouTube* e um programa ao vivo transmitido pela FAAC WebTV. Nesta primeira temporada, acompanhamos os participantes Biscoito, Jéssica e Júlia que passaram por diversas provas para compreender a fotografia documental como um forte instrumento de crítica social e contaram com a ajuda de profissionais como a socióloga Loriza Lacerda e os fotógrafos Gabriel Woelke e Wilian Olivato.

Com o total de 5 programas, o Retratar teve uma significativa repercussão. A página no *Facebook* do programa conta atualmente com 643 curtidas, a conta no *Instagram* possui 184 seguidores, e o canal no *YouTube*, atualmente com 116 inscritos, soma mais e 5 mil visualizações dentro e fora do país.

3. A Segunda Temporada

A segunda temporada do Retratar será produzida como Trabalho de Conclusão de Curso para o curso de Comunicação Social (radialismo), com mais quatro episódios inéditos, sendo a final ao vivo e com previsão de estreia para o mês de outubro de 2016.

Para esta temporada, com o objetivo de incentivar maior envolvimento do público com o programa, serão elaboradas diferentes interações através das mais diversas redes sociais, desde as mais tradicionais como o *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* assim como as mais recentes como o *Snapchat* e o *Periscope*. Além disso, serão produzidos mais dois novos produtos que irão complementar a experiência do público com o *reality show*, sendo o primeiro uma série de mini documentários aprofundando os temas explorados nesta temporada e o segundo uma outra série de vídeos contendo dicas de fotografia.

4. Visibilidade

O Retratar atua em um contexto de alta receptividade do público perante aos *Reality Shows*. Tornou-se recorrente encontrar um programa do gênero na programação das principais emissoras, destacando os musicais como “The Voice Brasil” e “Superstar” e os de temática culinária, tendo o programa “Masterchef” seu principal representante.

O grande diferencial do Retratar é a sua função social, utilizando deste gênero tão popular para produzir efetivamente uma contribuição para a sociedade explorando e discutindo questões de viés social alicerçado pelo uso da fotografia, que atualmente se constitui uma prática popular em crescimento tendo em vista o aumento da venda de câmeras semi-profissionais, profissionais e celulares.

O programa possui uma gama variada de público, concentrado em jovem e adulto. Além de ser divulgado no próprio campus da Unesp de Bauru que atualmente conta com mais de 6000 alunos, o alcance tem grande potencial para se expandir por Bauru e região. Serão elaboradas ações de divulgação para o programa em suas redes sociais e os episódios serão veiculados na plataforma de vídeos *YouTube*, contribuindo para ampliar de forma considerável seu alcance.

5. Formas de Colaboração

5.1. Apoio Cultural - Donativos ou empréstimo de materiais necessários à gravação: combustível, alimentação, equipamentos de luz e/ou som, figurino, maquiagem, espaços e objetos para constituição de cenário, entre outros.

5.2. Patrocínio - Divide-se em três cotas: bronze, prata e ouro.

COTA BRONZE - R\$ 200,00

COTA PRATA - R\$ 300,00

COTA OURO - R\$ 500,00

5.3. Oferecimento - Valores acima de R\$ 500,00

Contrapartidas:

Apoio Cultural

- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os episódios**, sob a chancela de “**Apoio**” durante **3 (três) segundos** com outros apoiadores ou não a serem decididas exclusivamente pela equipe produtora do projeto.
- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os vídeos promocionais** lançados nos meios de comunicação oficiais do projeto (*Facebook, YouTube, Instagram*) sob a chancela de “**Apoio**” durante **3 (três) segundos** com outros apoiadores ou não a serem decididas exclusivamente pela equipe produtora do projeto.
- Entrega de **brindes e/ou prêmios** relacionados com a temática do programa **doados pelo patrocinador** durante **um** dos episódios, com direito a **menção da marca no programa**. É de prerrogativa da equipe produtora a definição da entrega ou não dos brindes e/ou prêmios durante o programa.

Patrocínio

COTA BRONZE

- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os episódios, com exceção do episódio final**, sob a chancela de “**Patrocinado por**” durante **3 (três) segundos** com outros patrocinadores ou não a serem decididas exclusivamente pela equipe produtora do projeto.

COTA PRATA

- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os episódios, inclusive o episódio final**, sob a chancela de “**PATROCINADO POR**” durante **3 (três) segundos** com outros patrocinadores ou não a serem decididas exclusivamente pela equipe produtora do projeto.
- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os vídeos promocionais** lançados nos meios

de comunicação oficiais do projeto (*Facebook, Instagram*) sob a chancela de “**Patrocínio**” durante **3 (três) segundos** com outros apoiadores ou não a serem decididas exclusivamente pela equipe produtora do projeto.

COTA OURO

- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os episódios, inclusive o episódio final**, sob a chancela de “**PATROCINADO POR**” durante **de 3 (três) a 5 (cinco) segundos em espaço exclusivo**.
- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os vídeos promocionais** lançados nos meios de comunicação oficiais do projeto (*Facebook, Instagram*) sob a chancela de “**Patrocínio**” durante **5 (cinco) segundos em espaço exclusivo**.
- **Divulgação exclusiva** da marca do patrocinador em suas redes sociais (*Facebook e/ou Instagram*) **por duas vezes** entre agosto e outubro de 2016, desde que não difame a imagem do patrocinador nem do produto. Entende-se por divulgação exclusiva, a propaganda da marca patrocinadora juntamente com algo (link por exemplo) que remeta ao presente projeto. O mês e o dia dessa divulgação exclusiva dependerá do que for firmado em contrato estando de acordo entre ambas as partes envolvidas.
- Vídeo de **divulgação** de até **30 (trinta) segundos** veiculado no intervalo da transmissão do **último episódio**. Este vídeo é de produção do próprio patrocinador.

Oferecimento

- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os episódios, inclusive o episódio final**, sob a chancela de “**OFERECIMENTO DE**” durante **5 (cinco) segundos em espaço exclusivo**.
- Inserção do nome e/ou logotipo da empresa ou organização nos **créditos finais de todos os vídeos promocionais** lançados nos meios de comunicação oficiais do projeto (*Facebook, Instagram*) sob a chancela de “**OFERECIMENTO DE**” durante **5 segundos em espaço exclusivo**.
- **Divulgação exclusiva** da marca do patrocinador em suas redes sociais (*Facebook e/ou Instagram*) **por duas vezes** entre agosto e outubro de 2016, desde que não difame a imagem do patrocinador nem do produto. Entende-se por divulgação exclusiva, a propaganda da marca patrocinadora juntamente com algo (link por exemplo) que remeta ao presente projeto. O mês e o dia dessa divulgação exclusiva dependerá do que for firmado em contrato estando de acordo entre ambas as partes envolvidas.
- Vídeo de **divulgação** de até **60 (sessenta) segundos** veiculado no intervalo da transmissão do **último episódio**. Este vídeo é de produção do próprio patrocinador.

- O nome da marca será mencionado como **oferecimento** no **primeiro** e no **último bloco** do **último episódio** (programa final).
- **Menção da marca** em **uma** das provas do programa. A forma como esta menção será incluída é de prerrogativa da equipe produtora levando em consideração a não difamação da marca patrocinadora nem da produção. **Máximo de três empresas.**

Observação: Quaisquer outras formas de divulgação do anunciante fica a critério da equipe produtora do projeto, sendo discutido e firmado em contrato, mas que acima de tudo não difame nem prejudique o anunciante nem o produto.

6. Cronograma

- As gravações se iniciarão durante o mês de agosto de 2016
- A previsão de estreia é para o mês de outubro de 2016

7.Contatos

(14) 997184652 vivo/whatsapp (Leandro Freitas)
 (19) 981055099 tim (Victoria Alves)

APÊNDICE E - ORÇAMENTO

Produto Retrate	Item	Quantidade	Valor unitário	Total
Dicas Retrate	Pacote de 6 pilhas AAA Duracell	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Dicas Retrate	Papel cartão	6	R\$ 1,50	R\$ 9,00
Dicas Retrate	Impressão fotos	9	R\$ 2,00	R\$ 18,00
Dicas Retrate	Salgados	100	R\$ 0,42	R\$ 42,00
Dicas Retrate	Combustível	10	R\$ 2,87	R\$ 28,70
Minidocs	Combustível	15	R\$ 2,87	R\$ 43,05
Minidocs	Pacote de 6 pilhas AAA Duracell	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Reality Show	Pacote de 6 pilhas AAA Duracell	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
Reality Show	Tecido Oxford	12	R\$ 6,90	R\$ 82,80
Reality Show	Combustível	50	R\$ 2,87	R\$ 143,50
Reality Show	Alimentação			R\$ 150,00
Reality Show	Impressões gráficas			R\$ 50,00
Reality Show	Troféu	1	R\$ 27,50	R\$ 27,50
Total Geral				R\$ 794,55

APÊNDICE F – GASTOS REAIS

Produto Retrate	Item	Quantidade	Valor unitário	Total
Dicas Retrate	Pacote de 6 pilhas AAA Duracell	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Dicas Retrate	Papel cartão	6	R\$ 1,50	R\$ 9,00
Dicas Retrate	Impressão fotos	9	R\$ 2,00	R\$ 18,00
Dicas Retrate	Salgados	100	R\$ 0,42	R\$ 42,00
Dicas Retrate	Aluguel de gravador de som	2 (diárias)	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Dicas Retrate	Combustível	10	R\$ 2,87	R\$ 28,70
Minidocs	Combustível	15	R\$ 2,87	R\$ 43,05
Minidocs	Pacote de 6 pilhas AAA Duracell	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Reality Show	Pintura de estúdio	-	-	R\$ 120,00
Reality Show	Pacote de 6 pilhas AAA Duracell	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
Reality Show	Tecido Oxford	12	R\$ 6,90	R\$ 82,80
Reality Show	Combustível	50	R\$ 2,87	R\$ 143,50
Reality Show	Alimentação			R\$ 150,00
Reality Show	Impressões gráficas			R\$ 50,00
Reality Show	Troféu	1	R\$ 27,50	R\$ 27,50
Total Geral				1014,55

APÊNDICE G - ORDEM DO DIA

RETRATE - REALITY

ORDEM DO DIA #5 de 5 - Terça, 20 de Setembro de 2016

DIRETOR: Leandro Freitas e Sillas Carlos

LOCAÇÃO: Unesp Bauru	HORÁRIO DA DIÁRIA: 17h30 às 21h00
	PREVISÃO DE INTERVALO: CORTANDO A CÂMERA: 21h30

HH	LOCAÇÃO	EP.	CENÁRIO	PLANO	DETALHES	OBSERVAÇÕES	ELENCO
PREPARA: 17h30 às 18h20 FILMA: 18h20 às 18h30	Estúdio Unesp	3	Tablado	5	Depoimento pós prova + Votação da foto	Deixar espaço no quadro para videografismo da votação	Participante 1
FILMA: 18h30 às 18h40	Estúdio Unesp	3	Tablado	5	Depoimento pós prova + Votação da foto	Deixar espaço no quadro para videografismo da votação	Participante 2
FILMA: 18h40 Às 18h50	Estúdio Unesp	3	Tablado	5	Depoimento pós prova + Votação da foto	Deixar espaço no quadro para videografismo da votação	Participante 3
PREPARA: 18h50 às 19h00 FILMA: 19h00 às 19h15	Estúdio Unesp	3	Avaliação	6	Avaliação das fotos	Jurados só podem escolher entre 2 pessoas Câmera 1: Grua - Plano Geral frontal com e sem movimento de câmera Câmera 3: Steady - Plano médio frontal de cada jurado/Puma Plano médio com movimento travelling dos jurados e puma	Bila, Greice, Puma e Willian
PREPARA: 19h15 às 19h30 FILMA: 19h30 às 20h30	Estúdio Unesp	3	QG	7, 10, 11, 12 e 13	Anúncio de quem vai direto pra final + feedback + eliminação	Câmera 3: Plano Americano Puma ¾ (Puma conduzindo a eliminação e abraçando eliminado) Câmera 1: Grua - Planos gerais com ou sem movimento de câmera Câmera 2: Plano conjunto ¾ dos participantes Plano próximo de cada participante/traveling Câmera 3: Plano Médio ¾ do jurado (durante a conversa) 12 - Após a eliminação: Câmera 3: Plano médio frontal Puma e participante Câmera 1: Plano geral Puma participante	Bila, Puma, Jefferson, Júlio e Nell
FILMA: 20h30 às 20h40	Estúdio Unesp	3	Tablado	13	Depoimento pós eliminação		Participante 1

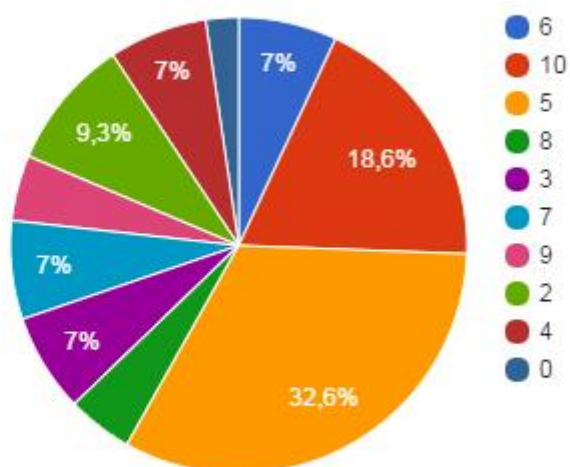
FILMA: 20h40 às 20h50	Estúdio Unesp	3	Tablado	13	Depoimento pós eliminação		Participante 2
FILMA: 20h50 às 21h00	Estúdio Unesp	3	Tablado	13	Depoimento pós eliminação		Participante 3

APÊNDICE H - RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO 1ªTEMPORADA

O programa:

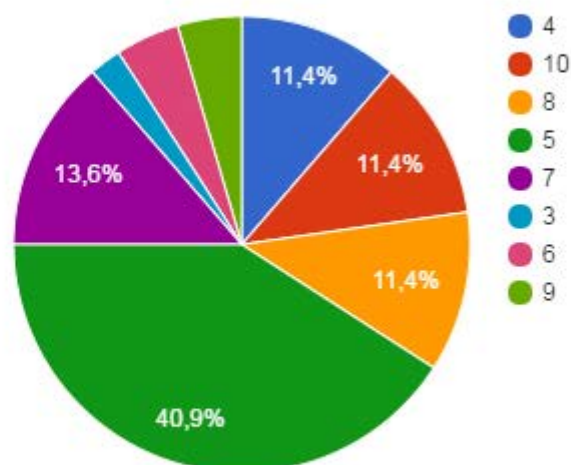
01 - A maior parte das pessoas achou a quantidade de programas satisfatório. No entanto, o número de pessoas que acharam que houveram muitos episódios também foi significativo.

Contagem de O número de episódios foi bom?



02- A respeito da duração dos episódios, as respostas variaram entre “bom” e “muito longos”. Poucas pessoas acharam que os episódios tiveram uma curta duração.

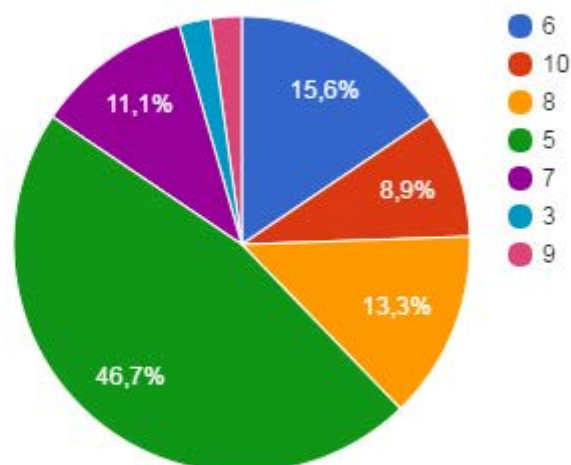
Contagem de O que você achou da duração dos episódios da websérie?



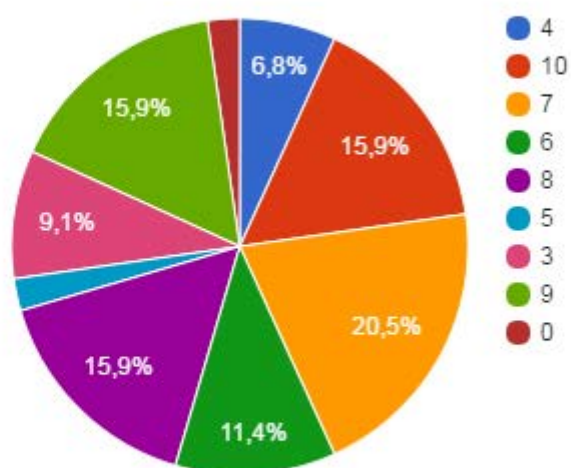
03 - A final foi longa. A maioria das respostas variaram entre 5 e 10 sendo que 0 significava muito curto, 5, bom e 10, muito longa.

04- No que se refere ao ritmo do programa, o resultado foi equilibrado, no entanto, a maior parte das respostas indicam a satisfação do público com o ritmo do programa.

Contagem de O que você achou da duração do programa ao vivo? (Final)



Contagem de Para você, o ritmo do programa foi

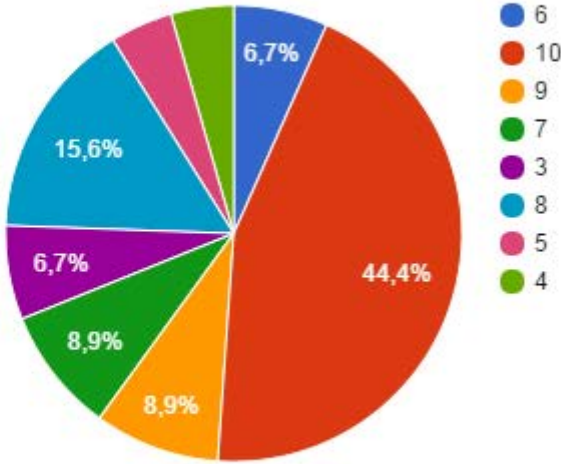


Apresentadora

Nota: Para fins de sistematização, utilizamos três categorias, utilizando os gráficos como base: Bom (soma-se as porcentagens das notas 8,9 e 10); Regular (soma-se as porcentagens das notas 5,6,7) e Ruim (soma-se as porcentagens das notas abaixo de 5).

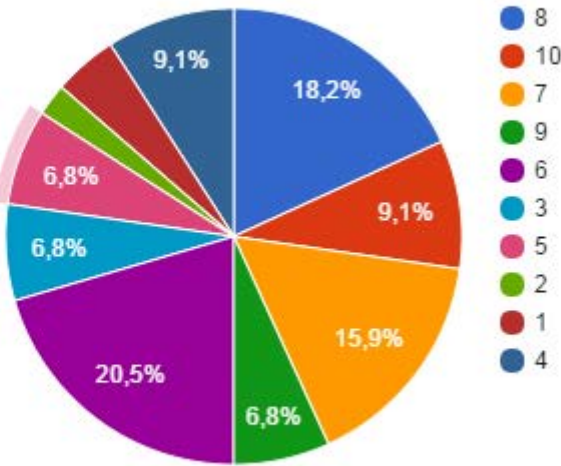
06

Count of Carisma



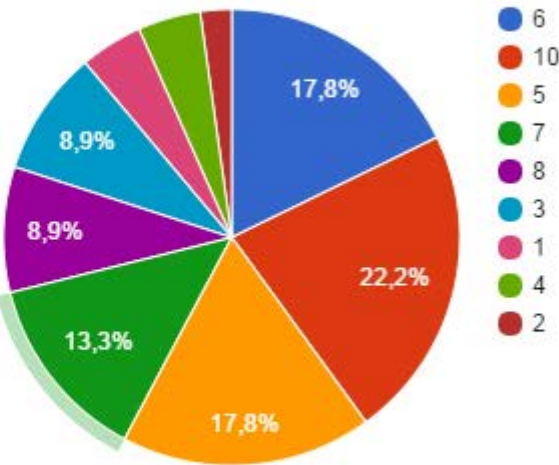
07

Count of Clareza ao falar



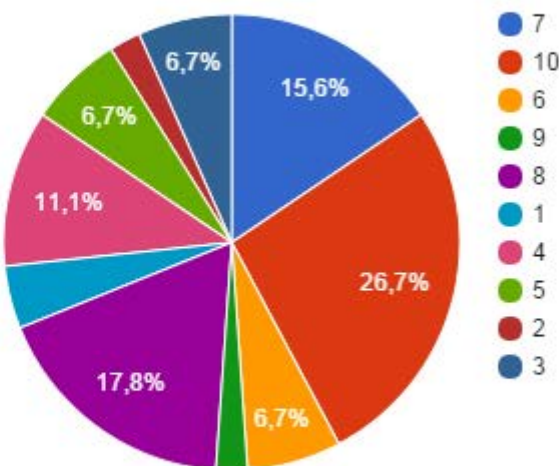
08

Count of Relevância e participação nos episódios



09

Count of Postura



Sistematização

Carisma: Bom: 68,9% Regular: 19,7 Ruim: 11,4%

Clareza: Bom: 34,1% Regular: 43,2 Ruim: 22,7%

Relevância e participação nos episódios: Bom: 31,1% Regular: 48,9 Ruim: 20%

Postura: Bom: 46,7% Regular: 29% Ruim: 24,3%

geral:

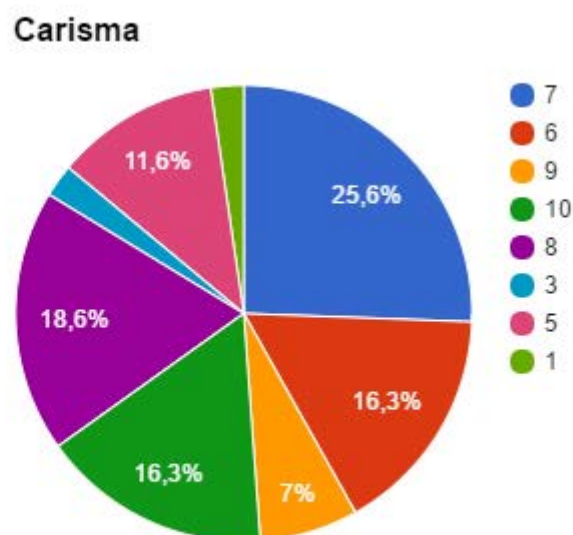
Conclusão geral (Apresentadora): A apresentadora apresentou bons índices de aceitação do público em relação ao Carisma (68,9%) e a Postura (46,7%). Já os itens Clareza e Relevância e participação nos episódios exigem um pouco mais de atenção, pois podem ser melhorados.

Jurados

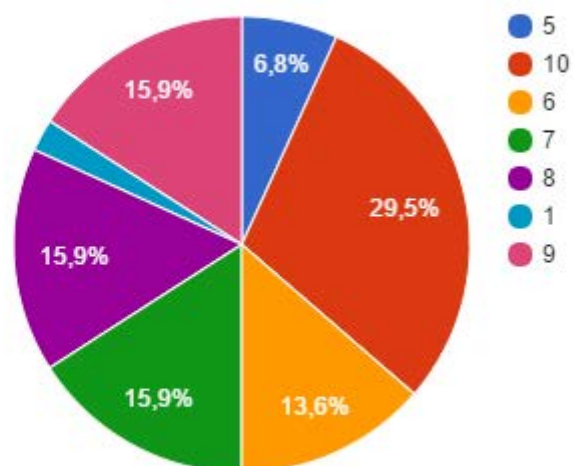
Nota: Para fins de sistematização, utilizamos três categorias, utilizando os gráficos como base: Bom (soma-se as porcentagens das notas 8,9 e 10); Regular (soma-se as porcentagens das notas 5,6,7) e Ruim (soma-se as porcentagens das notas abaixo de 5).

Wilian Olivato

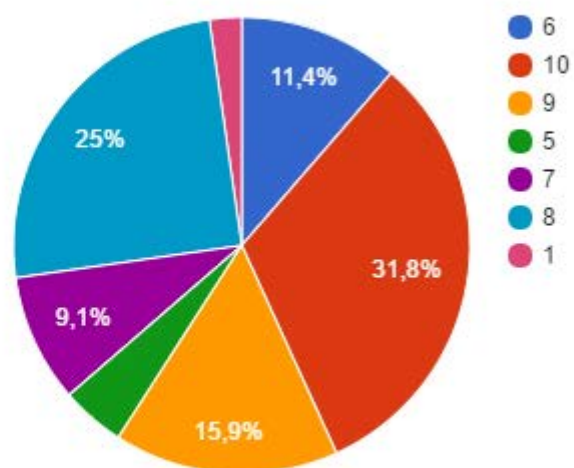
10 - Carisma



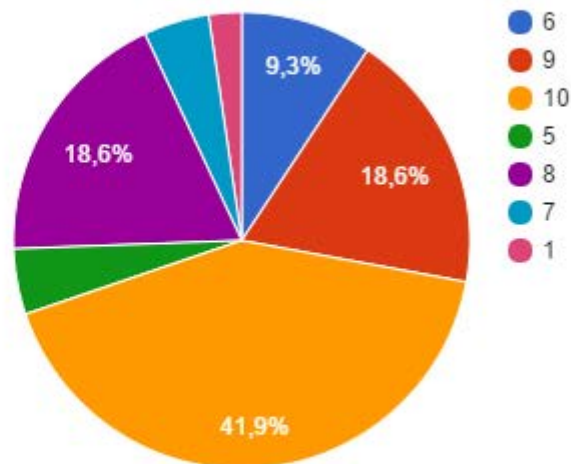
Clareza ao falar



Confiança



Experiência



Sistematização

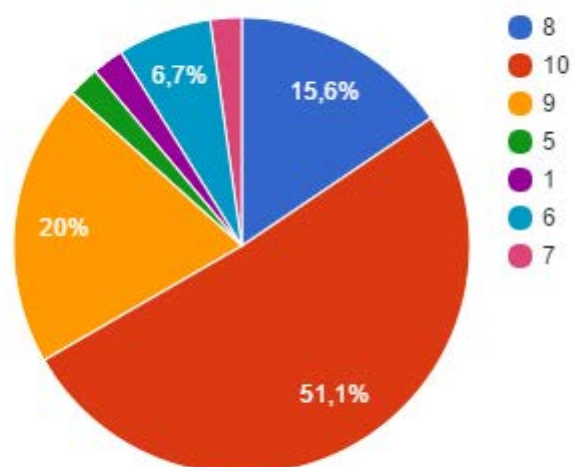
geral:

Carisma: Bom: 41,9% Regular: 53,4 Ruim: 4,7%
 Clareza: Bom: 61,3% Regular: 36,3 Ruim: 3,4%
 Confiança: Bom: 72,7% Regular: 20,5 Ruim: 6,8%
 Experiência: Bom: 79,1% Regular: 13,9% Ruim: 7%

Conclusão geral (Wilian Olivato): Podemos considerar que o jurado Wilian obteve boa aceitação geral perante ao público se destacando no quesito experiência (quase 80%) e confiança. O ponto fraco se deu em relação ao carisma no qual um pouco menos da metade o classificou como bom (com notas de 8 até 10).

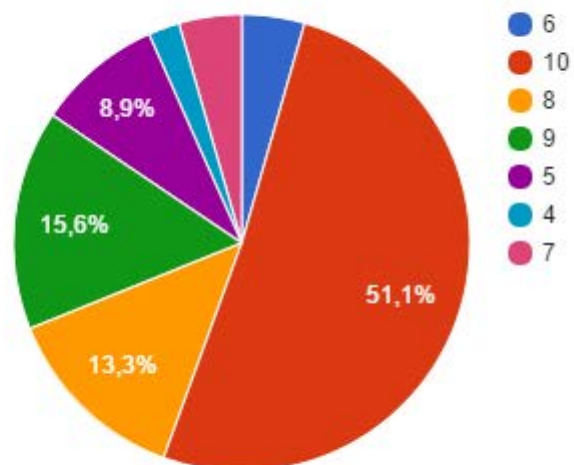
Loriza Lacerda

Carisma

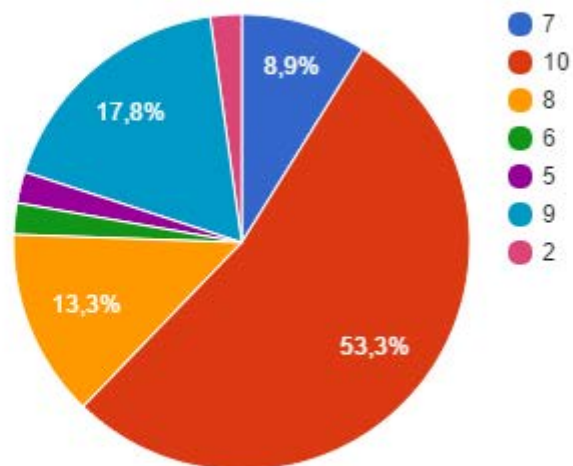


15

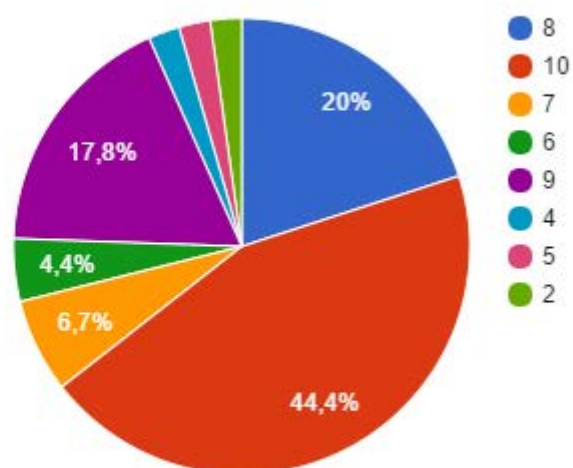
Clareza ao falar



Confiança



Experiência



Sistematização geral:

Carisma: Bom: 86,7% Regular: 11% Ruim: 2,3%

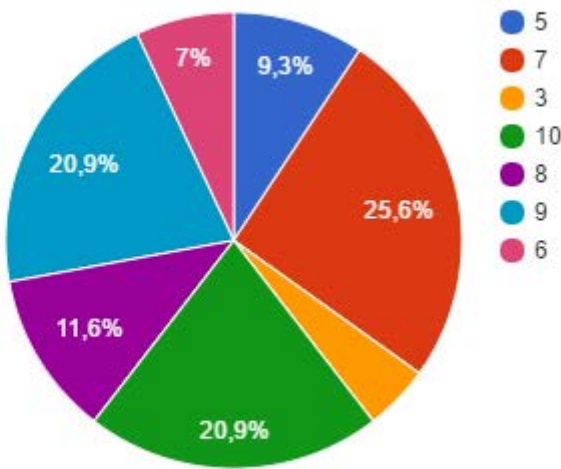
Clareza: Bom: 80% Regular: 17,7% Ruim: 2,3%

Confiança: Bom: 84,4% Regular: 13,3% Ruim: 2,3%
Experiência: Bom: 82,2% Regular: 11,1% Ruim: 6,7%

Conclusão geral (Loriza Lacerda) : A jurada Loriza obteve alta aceitação perante ao público com índices acima de 80% em todos os quesitos.

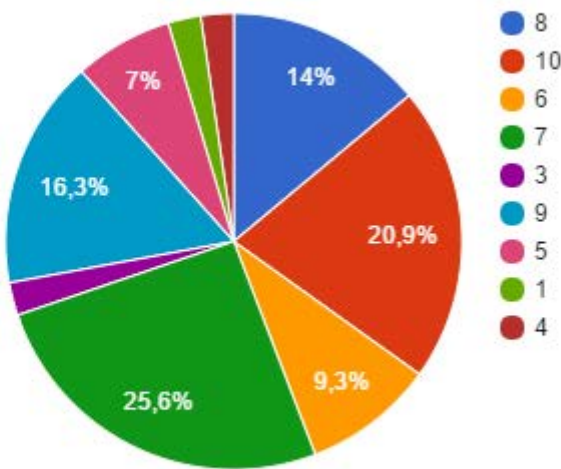
Gabriel Woelke (Bila)

Carisma

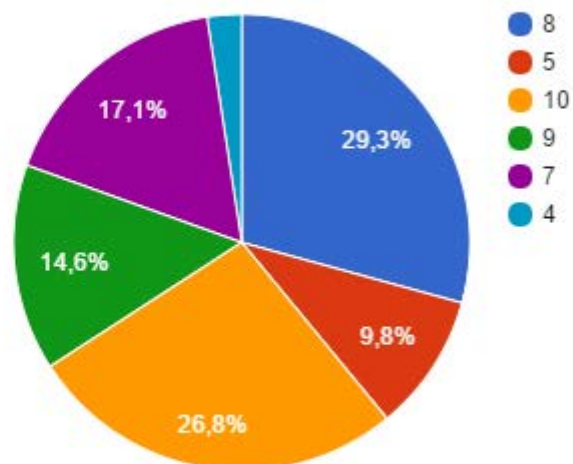


19 -

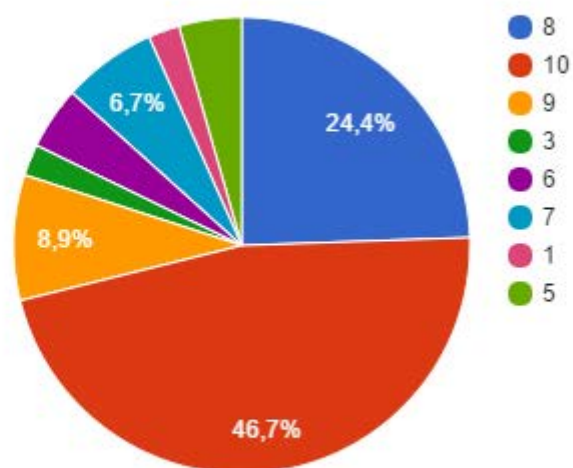
Clareza



Confiança



Experiência



Sistematização geral:

Carisma: Bom: 53,4% Regular: 41,9% Ruim: 4,2%
 Clareza: Bom: 51,2% Regular: 41,9% Ruim: 6,9%
 Confiança: Bom: 70,7% Regular: 26,9 Ruim: 2,4%
 Experiência: Bom: 80% Regular: 11,3% Ruim: 8,7%

Conclusão geral (Gabriel Woelke): O jurado Gabriel, obteve boa aceitação perante ao público, destacando-se nos quesitos confiança e experiência. Apesar da maioria absoluta considerar como bom o carisma e a clareza ao falar do jurado, existe uma quantidade considerável que o considerou intermediário nestes quesitos.

Conclusão/Sugestões gerais para os jurados:

O Retrato teve um *casting* de jurados eficiente em relação ao público, com destaques na confiança ao passar conteúdos para os participantes e sua experiência. A partir dos dados destacados acima acreditamos que algumas sugestões para aprimorar a experiência em relação aos jurados sejam:

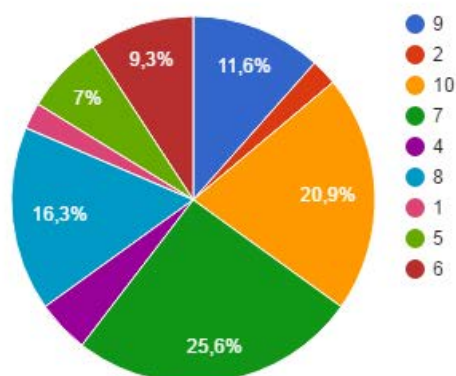
- Menor tempo de exposição de conteúdos teóricos aos participantes com um direcionamento mais focado em algumas principais vertentes do tema.
- Realização de atividade prática com o jurado, porque foi um ponto inexplorado e pode surtir efeito no aumento da carisma e clareza ao falar dos jurados.
- Realizar diretrizes para os feedbacks das provas de forma que o jurado seja mais claro e específico ao fazer suas observações.

Participantes

Júlia Piccolo

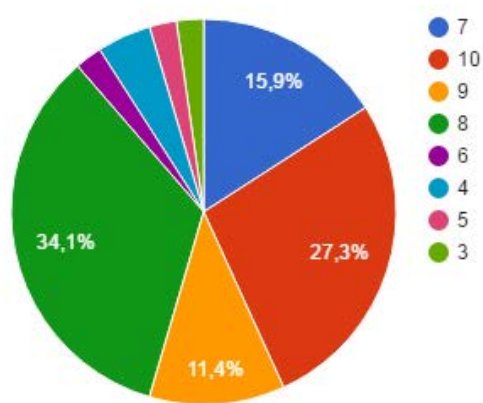
25) Percebe-se um considerável número de espectadores que se identificaram com Júlia, uma vez que a maior parte das respostas esteve entre muito bom (8-10) e bom (5-7).

Contagem de O quanto você se identificou com Júlia?



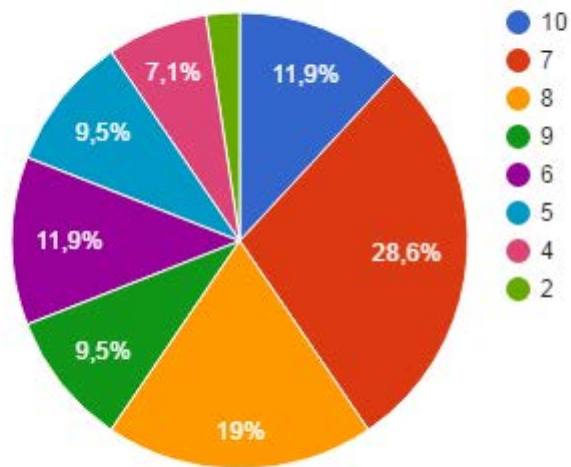
26) É evidente que a maior parte dos entrevistados acredita que Júlia se destacou durante o programa. Parte disso provavelmente se dá pelo motivo da participante ter ganho o programa. As notas 8, 9 e 10 somam, juntas, 72,8% das respostas.

Contagem de O quanto o participante se destacou no programa?



27) Já no quesito evolução, a avaliação foi em sua maioria “boa”, metade dos entrevistados deram notas 5, 6 e 7 para a evolução da participante, enquanto que 40,4% avaliou esta evolução como muito boa, ou seja, com notas que variavam entre 8 e 10.

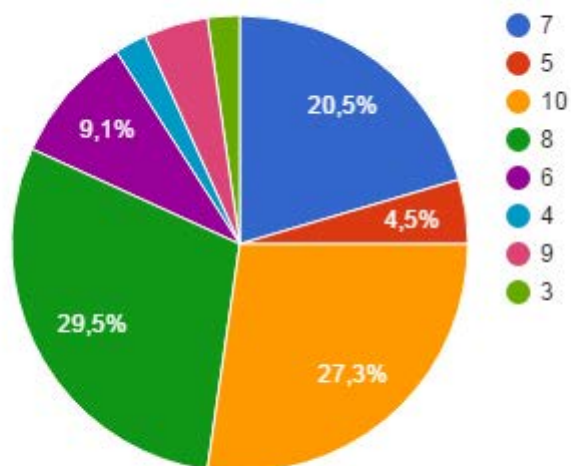
Contagem de Você acha que Júlia evoluiu durante o programa?



28) No que se refere à história e personalidade da participante, 61,3% dos entrevistados acreditam que o “background” da participante foi muito importante para seu desempenho no programa (soma das notas 8,9 e 10).

Júlia se envolveu com a fotografia como forma de se aproximar de seu pai (apaixonado pela prática da fotografia).

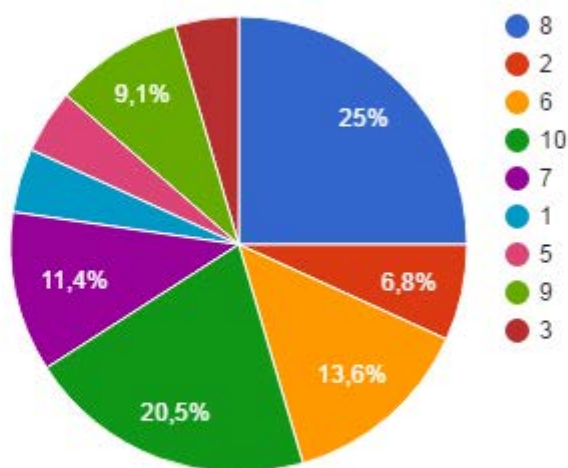
Contagem de História e personalidade



Biscoito

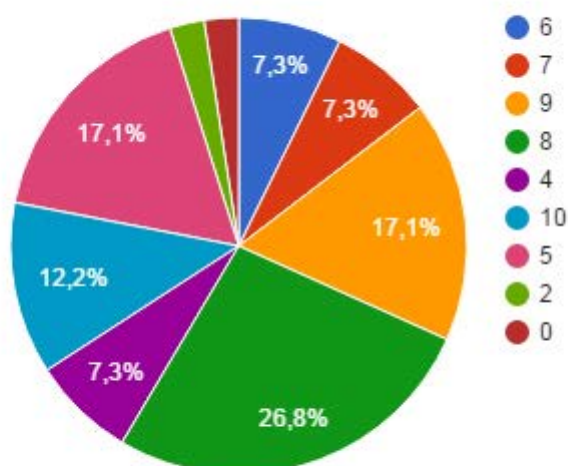
29) 54,6 % dos entrevistados se identificaram muito com biscoito e deram notas entre 8,9 e 10.

Contagem de O quanto você se identificou com Biscoito?



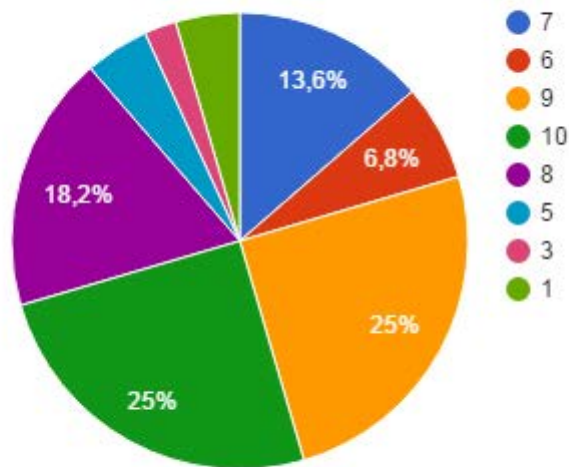
30) Já no quesito evolução, 56,1% dos entrevistados deram notas que variavam entre 8 e 10. 31% deram notas de 5 a 7. O que significa um reconhecimento da evolução do participante.

Contagem de Você acha que Biscoito evoluiu durante o programa?



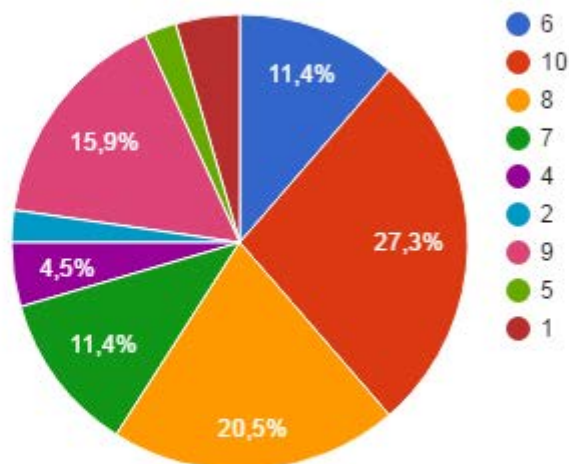
31) 68,2% dos participantes admiraram o destaque do biscoito durante o programa.

Contagem de O quanto o participante se destacou no programa?



32) 63,7% deram notas 8,9 e 10 para a história e personalidade de Biscoito. Ou, seja, a maioria dos entrevistados acredita que esses fatores foram cruciais no desempenho do participante.

Contagem de História e personalidade

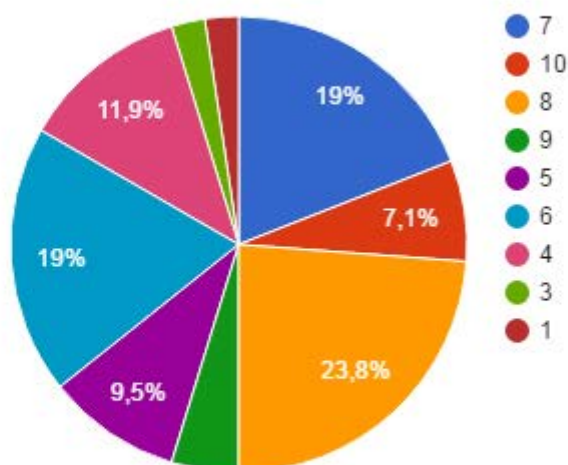


Jéssica

33) Quanto à identificação, Jéssica foi a participante que teve a menor avaliação. As notas 8,9 e 10 somaram 35,7% das respostas, enquanto que as notas 5,6 e 7, 47%. Pode-se

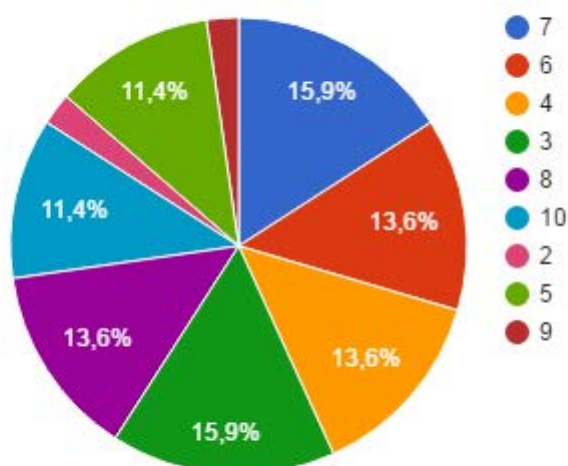
observar que, ainda assim, ela teve um importante nível de identificação por parte do público.

Contagem de O quanto você se identificou com Jéssica?



34) Para grande parte dos entrevistados não houve significativa evolução de Jéssica no decorrer do programa. As notas 8,9 e 10 somaram apenas 27,3%, enquanto que as notas 5,6 e 7 e as notas 2, 3 e 4, somaram 40,9% e 31,8% respectivamente.

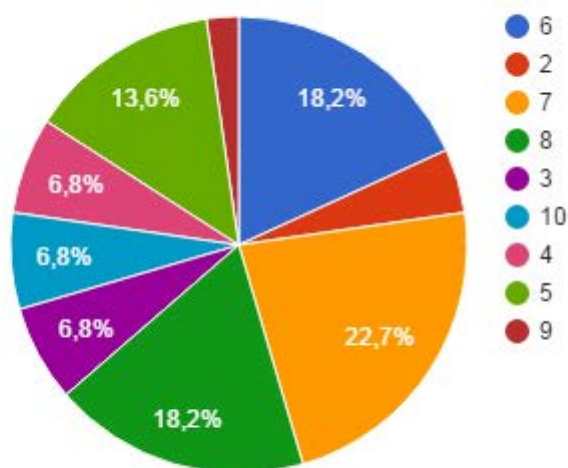
Contagem de Você acha que Jéssica evoluiu durante o programa?



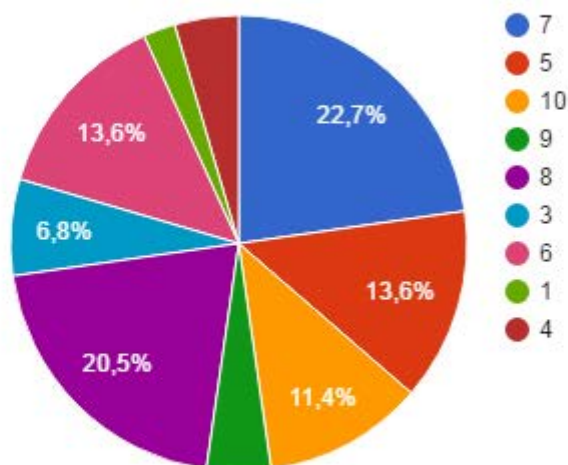
35) Jessica, para o público teve um destaque razoável. Notas 5, 6 e 7 somam 54,5% com destaque para a nota 7 que obteve, sozinha, 22,7% dos votos. 8,9 10 somaram 27,3% enquanto que 2,3 e 4, 18,1%.

36) No quesito história e personalidade, novamente a participante obteve um grande número de notas 7, o que fez com que a soma das notas 5, 6 e 7 somassem 49,9% das respostas, seguida por 36% das notas 8,9 e 10. (destaque para a nota 8 que somou 30,5%). e por fim, as notas menores obtiveram apenas 13,6%.

Contagem de O quanto o participante se destacou no programa?

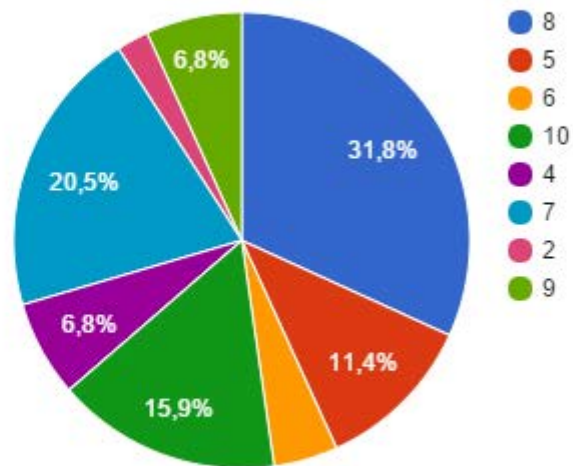


Contagem de História e personalidade



Temas e provas

Formato das provas

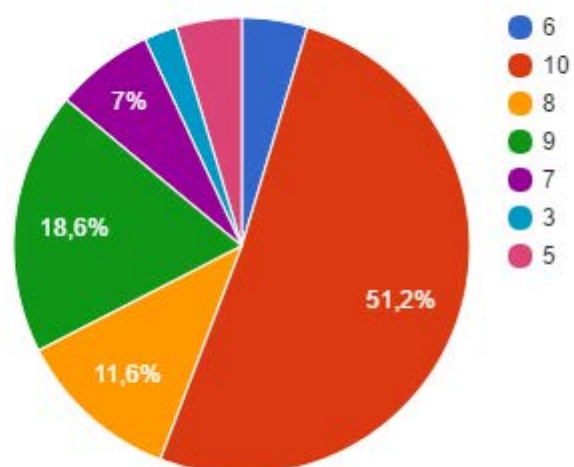


A maioria absoluta do público que respondeu o questionário aprovou os formatos das provas.

Sugestão: Foi considerável a quantidade de pessoas que consideraram regular o formato das provas, de forma a melhorar, algumas sugestões:

- Pensar em uma narrativa para as provas (apresentação, desenvolvimento e resolução) com as dificuldades bem claras.
- Edição intercalada dos personagens (ajuda a deixar mais dinâmico e a instigar o espectador)
- Sanções ao final de cada prova.

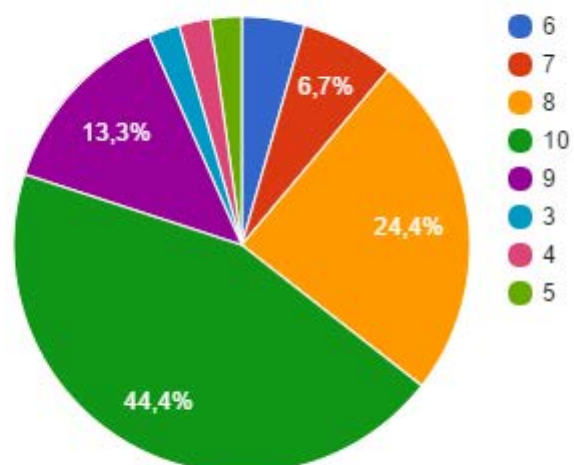
Prova 1 - Invisibilidade Social



39

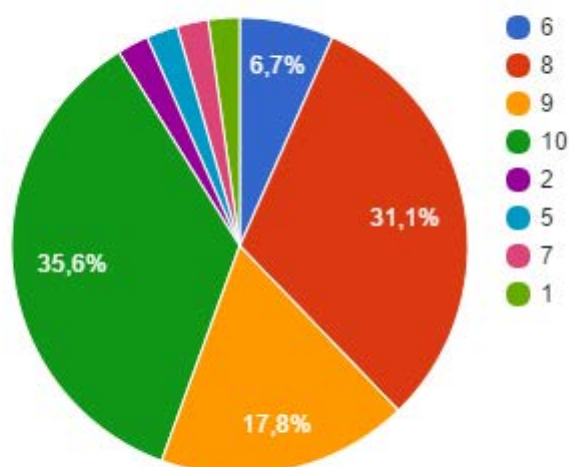
-

Prova 2 - Diversidade Social



40 -

Prova 3 - Invisibilidade Social



As três provas obtiveram grande aceitação perante ao público. Podemos perceber que as provas com mais porcentagem de nota 10, foram a prova 1 (Invisibilidade social) e 2 (Diversidade social), ambas que tinham como principal recurso a interação humana.

Sugestão

geral:

Provas que tenham em sua essência a interação humana e que possibilite a troca de experiências humanas entre participante - pessoas, de forma a aprimorar seu crescimento em relação ao seu olhar fotográfico.

41 - Quais temas você gostaria que o Retrato abordasse em suas provas?

Conclusão geral: Podemos perceber uma grande adesão a temáticas sociais e um grande desejo de inclusão de temáticas ligadas ao cotidiano, artísticas e em relação a abstrações.

Sugestão: Colocando a temática social como essência, pensar em provas diferenciadas que possam acolher questões do cotidiano, abstrações e aprimorando sua expressividade através de recursos artísticos. (mas nem todos ao mesmo tempo). (ex: Nu artístico com minorias fora do padrão de beleza)

Sugestões de temas sociais (sóciopolíticos):

- Animais de rua
- Mobilidade
- Direitos humanos
- Minorias
- Corpo (vivência, diversidade e liberdade)

- Corrupção
- Gêneros
- Feminismo
- O mundo pelos olhos de quem sofre preconceito
- Quebra de estereótipo
- Racismo e indiferença
- Crianças na rua
- lixo urbano
- Arte como forma de expressão para o cenário político
- posição da mulher na sociedade, o corpo da mulher na sociedade e o modo como ele é esculturado/objetificado/cultuado/sofre com padrões
- identidade cultural das pessoas de diferentes culturas, como foi ou como é o processo de aceitação por fazer parte de outra cultura, como é a sua relação com a cultura, como é o dia a dia, se você veste ou usa coisas dessa cultura no dia a dia.
- As transformações do corpo;
- Miséria;
- "Reflexos do consumismo"
- "Realidades noturnas"
- "Sinais de esperança"
- Ditadura da beleza
- Drags
- Machismo e feminismo
- Cartografia do espaço (público e privado)
- Cultura

Temáticas Abstratas:

- Sentimentos
- Depressão
- Amor
- Existe amor em SP!
- beleza nas pequenas coisas/beleza no inesperado

Temáticas Artísticas:

- Arte
- Dança
- Poesia e expressão
- Nu artístico

Temáticas ligados ao cotidiano:

- Infância na cidade
- Pessoas
- Animais
- Hábitos
- Alimentação
- Diversão

- Viagens
- Música
- Personalidades
- Cotidiano
- Sustentabilidade
- Natureza X vida urbana
- Vida universitária: muita história, uma foto.

Outros

- Prova que envolvesse obrigatoriamente crianças
- Personalidade dos retratados
- auto-retratos

42 - Sugestões para o Retrato

- Melhorar a direção de fotografia e a captação de som
- Melhorar a montagem do programa para que os episódios fiquem mais dinâmicos
- Melhor preparação da apresentadora para que ela se “solte” mais no programa e maior inclusão dela na narrativa do programa
- Maior interatividade com o público
- Conteúdo extra para aumentar a identificação do público com os personagens(mais episódios, ou outras plataformas para se divulgar o conteúdo).

Principais sugestões (críticas construtivas):

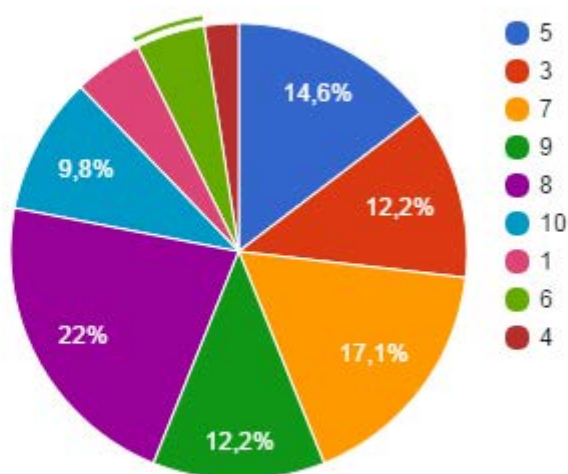
- “Talvez provas em que você vote na foto antes de saber quem a tirou, dessa forma, vence a melhor foto e não o fotógrafo com mais amigos.”
- “Eu amava o retrato, mas a minha crítica principal a ele era que era um reality sobre fotografia com uma fotografia não muito boa. sei que a gente faz tudo com tempo contado, nossa estrutura não é das melhores, mas talvez focar mais na estética do programa torne ele mais atraente, tanto na fotografia, movimentos de câmera no estúdio e externas, cenário, etc!”
- “Acho q poderia ter mais conteúdo por episódio, seja divulgando a vida de cada participante ou de fazendo making offs das cenas fotografadas; mais participantes; rotatividade de jurados.”
- “Acho que o programa poderia ser um pouco mais rápido, com uma maior agilidade da apresentadora e de edição também (colocar barulhinhos engana o silêncio e torna o ritmo mais ágil, por exemplo)”
- “Eu gostei muito do que vocês já fizeram com a primeira temporada. Boa parte das escolhas são valiosas e podem ser mantidas ou aperfeiçoadas. Sei que é bem difícil de considerar essa possibilidade visto tempo e recursos, mas é um programa que tem potencial para durar por mais episódios, se igualando aos padrões de um reality televisivo de larga escala. O que vocês podem fazer é pelo menos pensar num projeto denso no papel e executar praticamente uma parte relevante dele, de forma que vocês tenham um produto pronto pra chamar atenção da galera e também material para sonhos futuros.”

- “Mais episódios, o que permitiria maior identificação do público com os participantes e que víssemos a evolução deles com mais clareza. Tentar achar uma forma da apresentadora ser mais 'necessária' ou deixar que os jurados apresentassem o programa. Fazer provas diferentes, como em estúdio, com acompanhamento dos jurados. Fotografar modelos e ver a diferença de cada para exatamente o mesmo tema. Tem muita coisa pra explorar. Pedir fotos — com tema livre ou mesmo tema do dia — para os espectadores e aumentar a interação.”

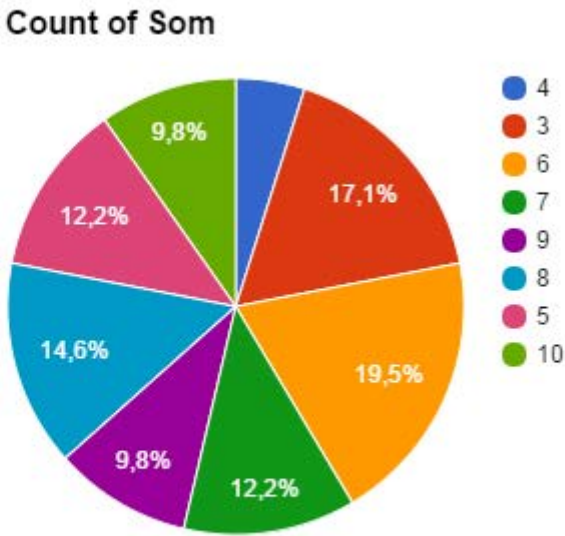
45

-

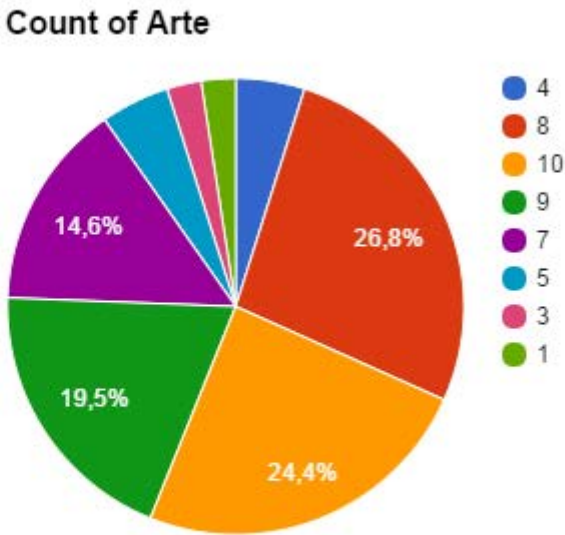
Count of Fotografia



Bom: 44% Regular: 36,6% Ruim: 19,4%

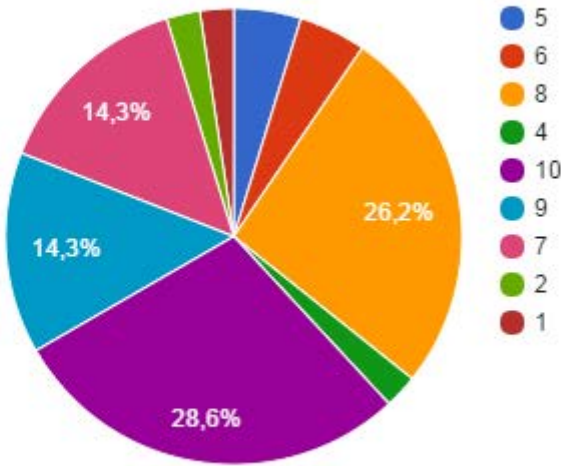


Bom: 34,2% Regular: 43,9% Ruim: 21,9%



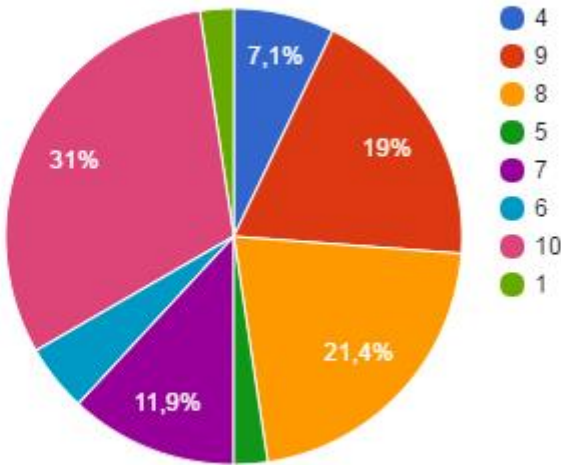
Bom: 70,7% Regular: 19,5% Ruim: 9,8%

Count of Edição/videografismo

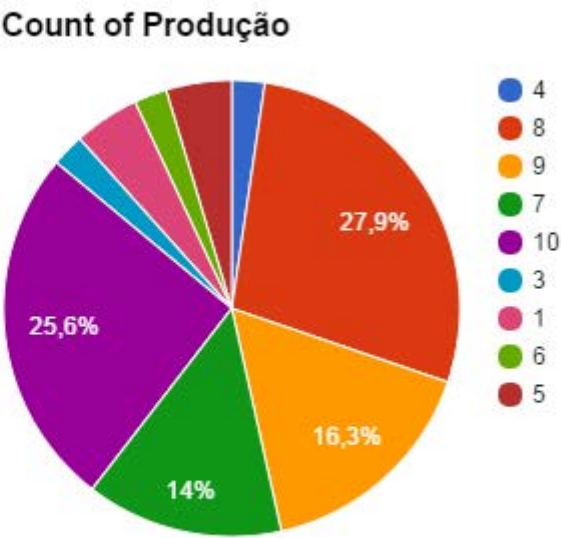


Bom: 69,1% Regular: 23,9% Ruim: 7%

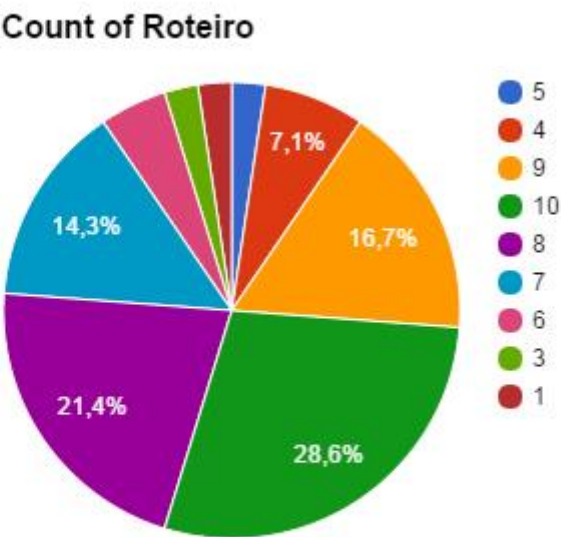
Count of Direção



Bom: 71,4% Regular: 19,1% Ruim: 9,5%



Bom: 69,8% Regular: 21% Ruim: 10,2%



Bom: 66,9% Regular: 21,5% Ruim: 11,6%

Sistematização Geral

Fotografia: Bom: 44% Regular: 36,6% Ruim: 19,4%
Som: Bom: 34,2% Regular: 43,9% Ruim: 21,9%
Arte: Bom: 70,7% Regular: 19,5% Ruim: 9,8%
Edição/Videografismo: Bom: 69,1% Regular: 23,9% Ruim: 7%
Direção: Bom: 71,4% Regular: 19,1% Ruim: 9,5%
Produção: Bom: 69,8% Regular: 21% Ruim: 10,2%
Roteiro: Bom: 66,9% Regular: 21,5% Ruim: 11,6%

Conclusão Geral

É possível notar que a Direção e Arte obtiveram boa aceitação do público, ambas passando dos 70%. Produção, Edição/Videografismo e Roteiro também apresentaram resultados satisfatórios, todos acima de 65%.

As duas categorias que apresentaram os menores índices de aceitação foram Som e Fotografia.

52 - Número de vezes que tal área foi destacada como ponto fraco:

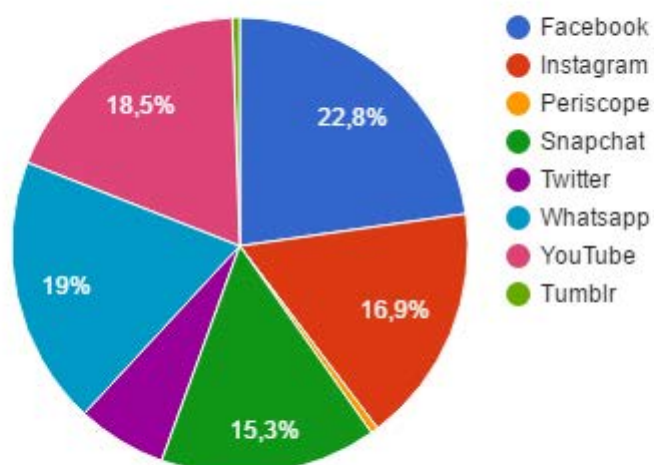
- Montagem e Edição: 2
- Roteiro: 2
- Ao Vivo: 1
- **Fotografia: 6**
- Técnica geral: 1
- Arte: 3
- Som: 2
- Planos e Enquadramentos: 3

A Fotografia foi a mais criticada pelos participantes da pesquisa. O fato de o programa envolver o tema “fotografia” em seu conteúdo contribuiu para esta menor aceitação.

Uso de mídias sociais pelos entrevistados.

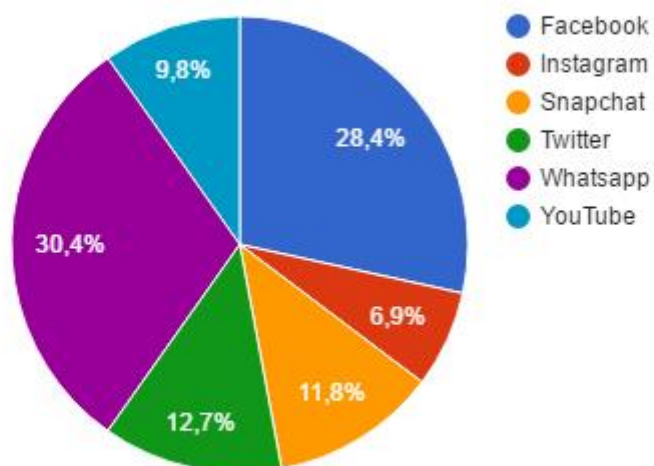
Quais redes sociais você costuma usar no dia-a-dia?

Contagem de Qual rede?



Percebe-se que o facebook é a mídia mais utilizada pelos espectadores da primeira temporada que responderam ao questionário, seguido pelo whatsapp, YouTube, Instagram, snapchat e twitter. Tanto o Periscope quanto o Tumblr foram citados apenas um vez na pesquisa.

Contagem

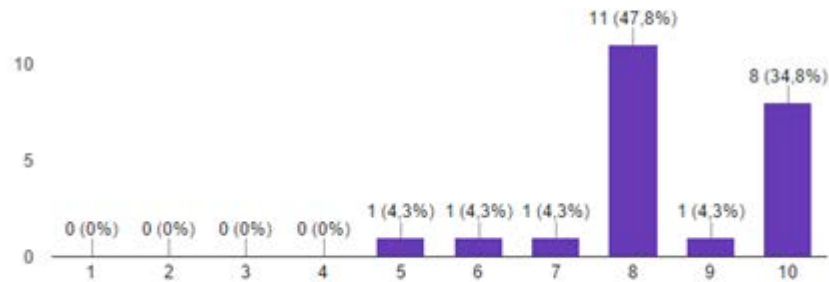


Quando a questão se trata das mídias sociais utilizadas enquanto os telespectadores assistem a um programa de TV, o cenário muda. O facebook perde a liderança para o

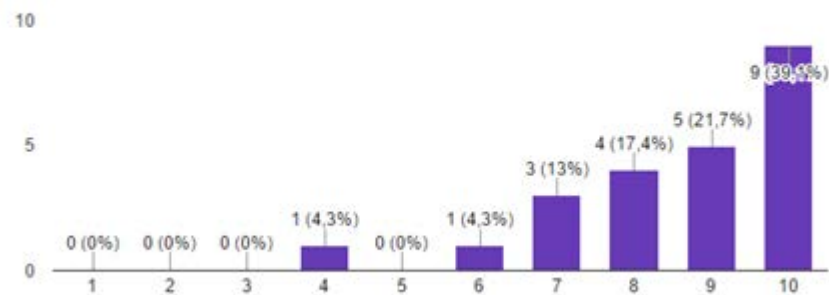
Whatsapp, seguidos pelo twitter (que ganha mais relevância do que na pergunta anterior), snapchat e Instagram.

APÊNDICE I - RESPOSTAS QUESTIONÁRIO TEMPORADA 2

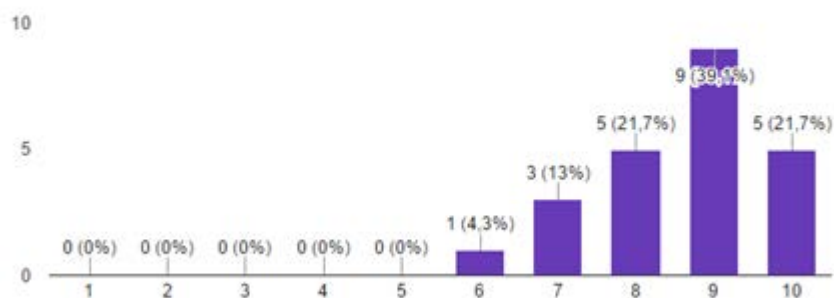
O número de episódio foi bom? (23 respostas)



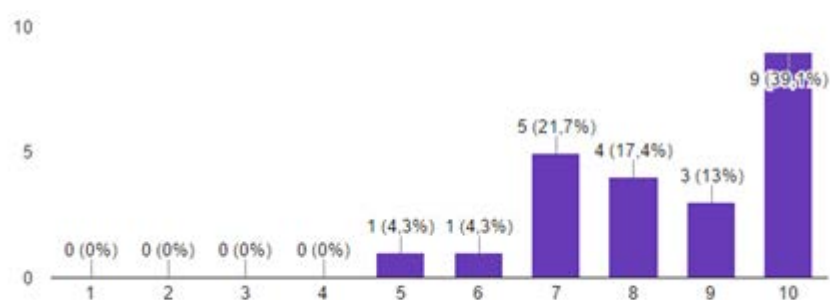
O que você achou da duração dos episódios da Websérie? (23 respostas)



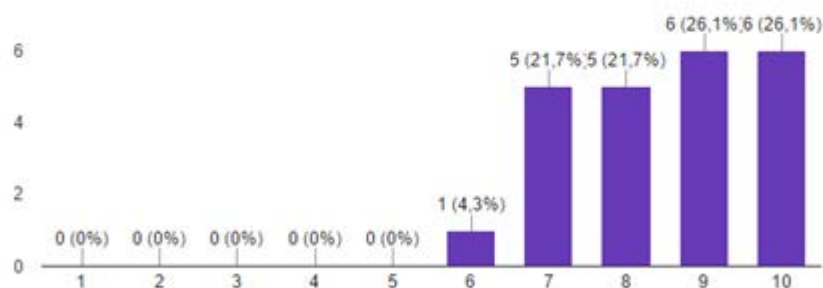
Para você o ritmo do programa foi? (23 respostas)



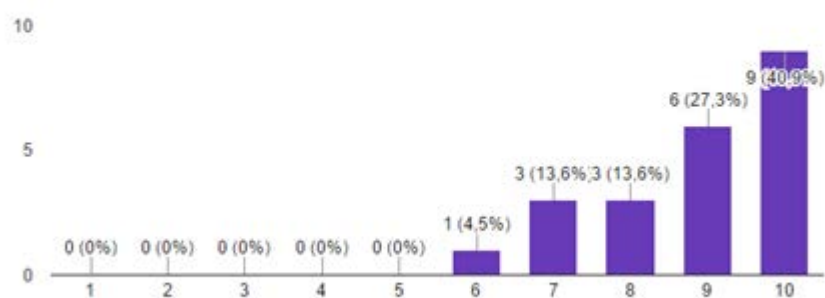
Você acha que os formatos da provas foi (23 respostas)



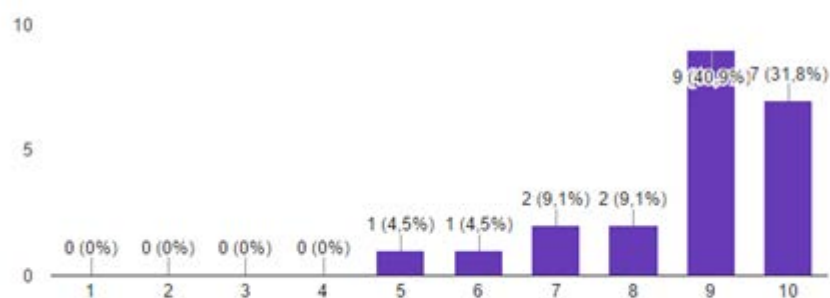
Cercas (primeira prova) (23 respostas)



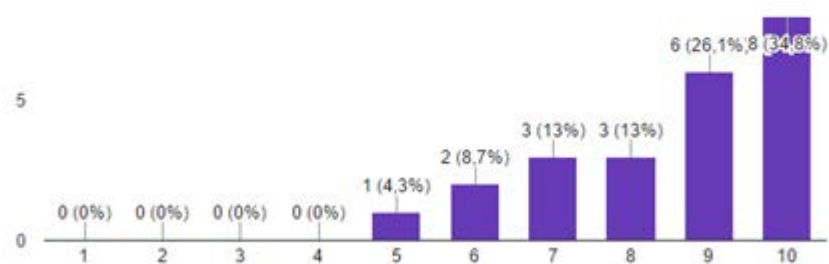
Ativismo Negro (segunda prova) (22 respostas)



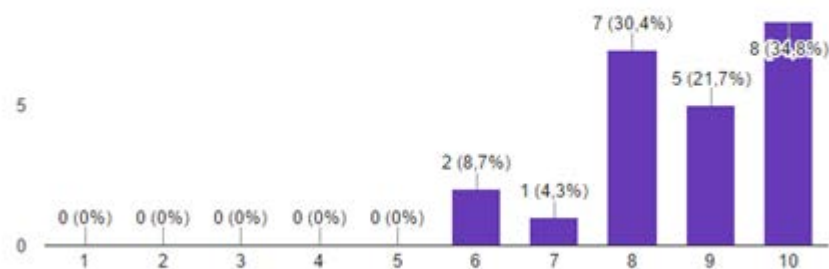
Família (terceira prova) (22 respostas)



O que você achou da fotografia do Reality Show? (23 respostas)



O que você achou da arte do Reality Show? (23 respostas)



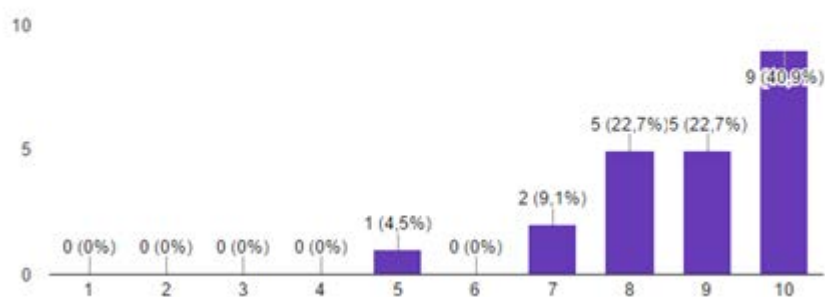
O que você achou do som do Reality Show? (23 respostas)



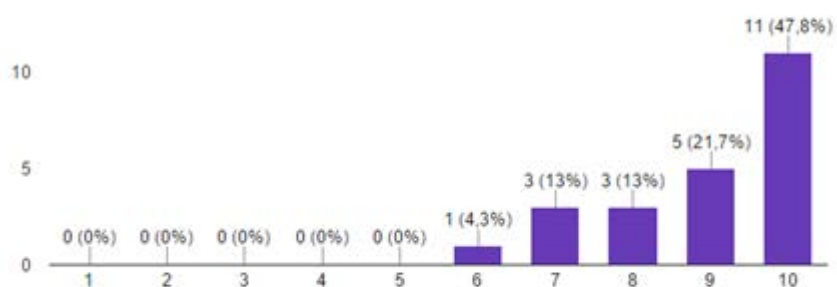
O que você achou da edição do Reality Show? (23 respostas)



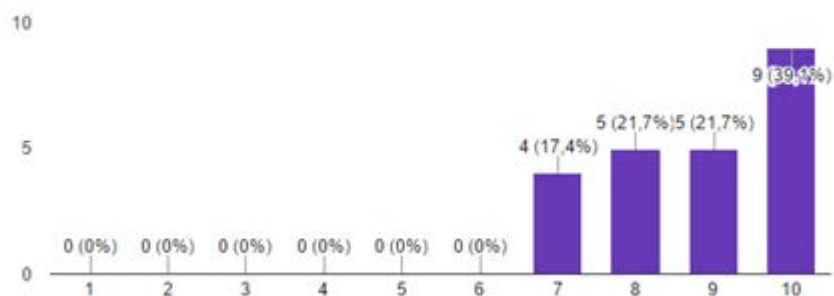
O que você achou do Videografismo do Reality Show? (22 respostas)



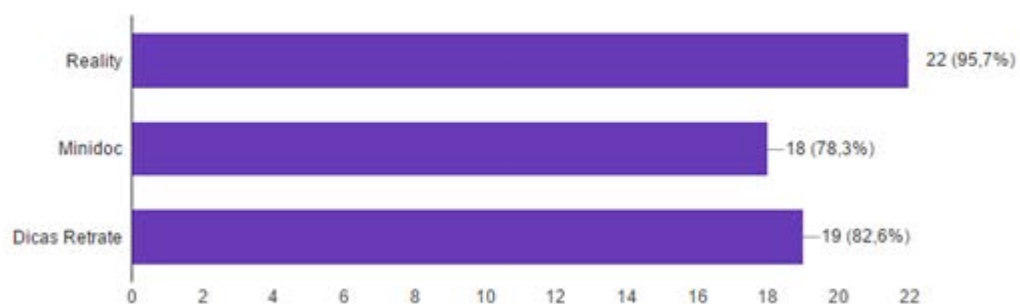
O que você achou da Direção do Reality Show? (23 respostas)



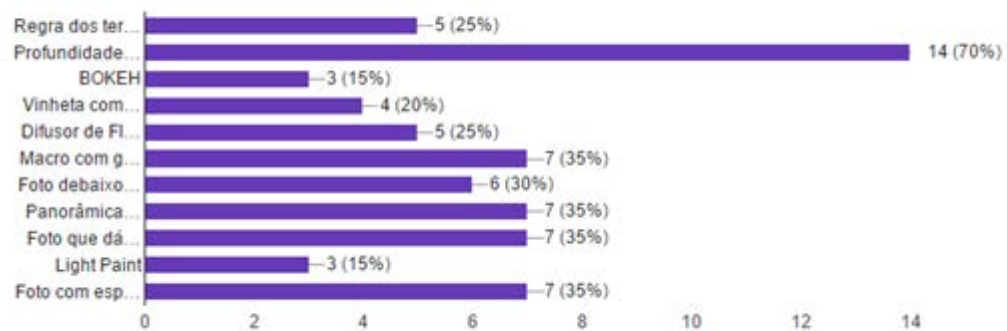
O que você achou do Roteiro do Reality Show? (23 respostas)



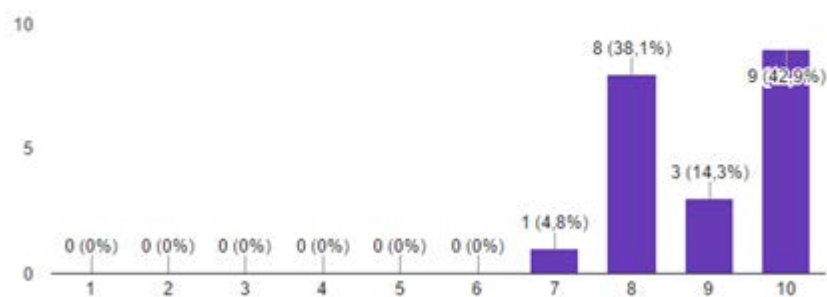
Quais produtos você assistiu nessa temporada? (23 respostas)



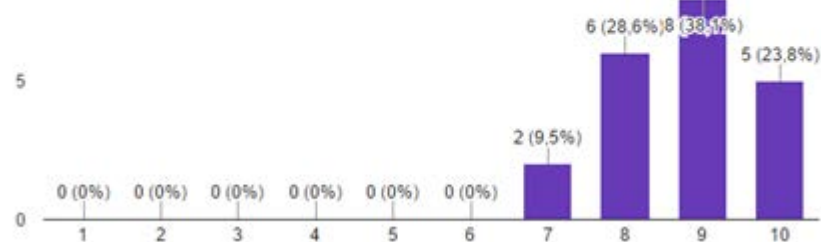
No Dicas Retratar, qual dica você achou mais relevante? (20 respostas)



O que você achou da duração do Dicas Retratar? (21 respostas)

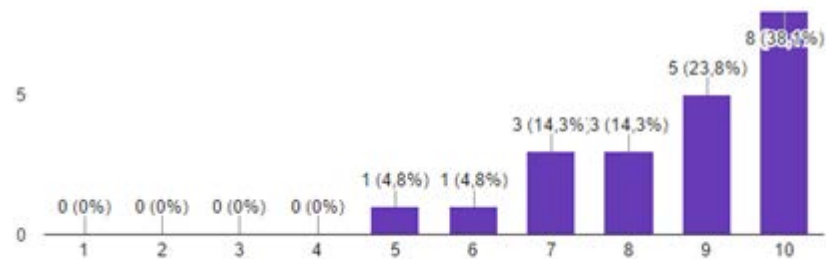


O que você achou do ritmo do Dicas Retratar? (21 respostas)



O quanto você acha que o Dicas Retratar contribuiu com o Reality Show?

(21 respostas)

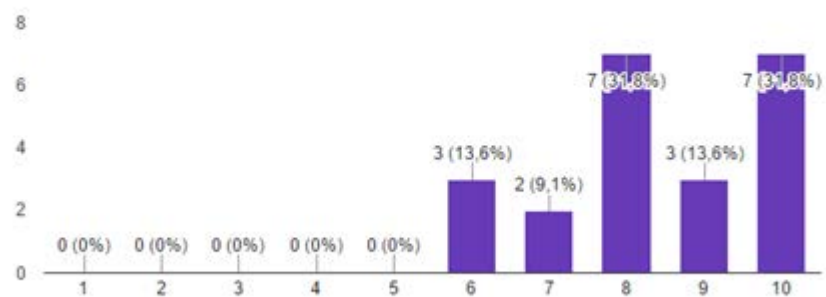


Quanto você acha que o minidoc contribuiu com o aprofundamento do reality?

(22 respostas)



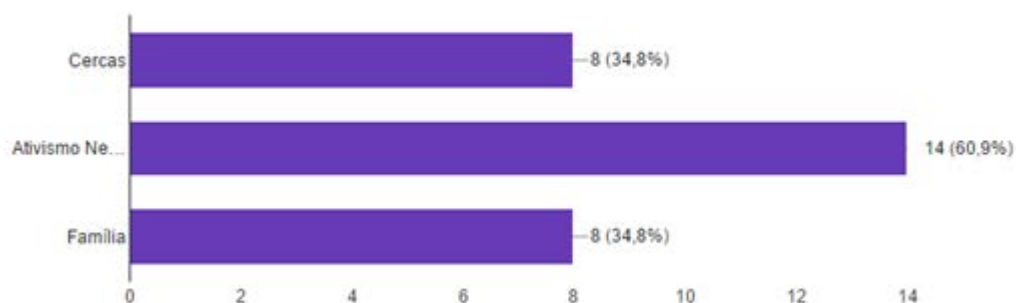
O que você achou da duração do minidoc? (22 respostas)



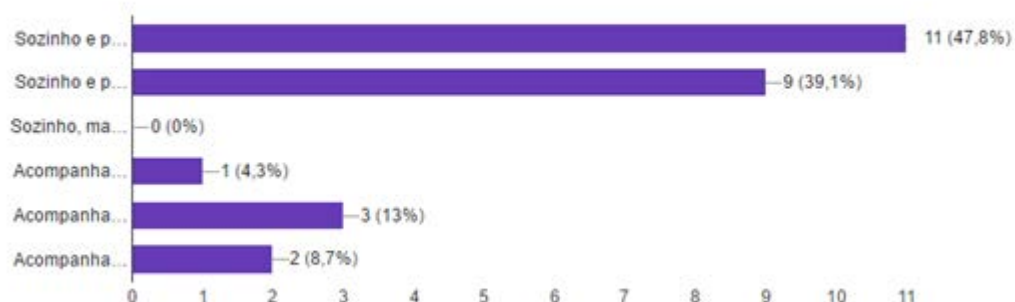
O que você achou do ritmo do minidoc? (22 respostas)



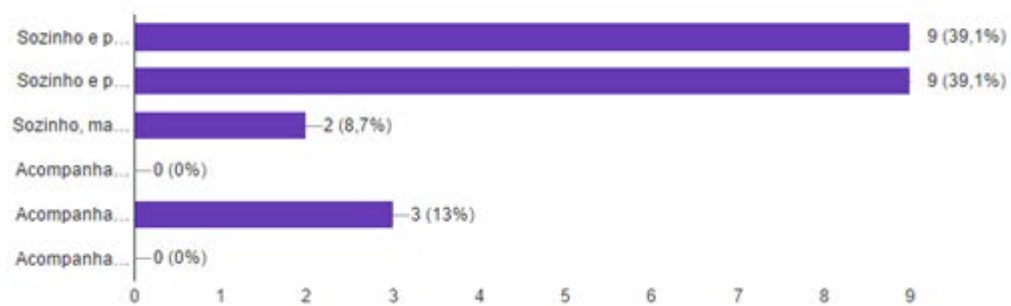
Qual tema você achou que foi melhor abordado no minidoc? (23 respostas)



Onde e como você assistiu a maioria dos episódios do Retrato? (23 respostas)



E a final do Reality Show, como você acompanhou? (23 respostas)



APÊNDICE J - ROTEIRO DICAS RETRATE

Insira sua logomarca	título	Dicas Retrate #4	tempo	Data de entrega
	cliente			
	agência		roteiro	Leandro Freitas

Júlia falando para a câmera em seu QG (quarto)	VIVO	OLÁ! EU SOU A JÚLIA. O DICAS RETRATE DE HOJE ESTÁ ESPECIAL PARA VOCÊ QUE TEM UMA MENTE FOTOGRAFICA MIRABOLANTE
Foto longa exposição	OFF	JÁ PENSOU EM TIRAR UMA FOTO ASSIM? E ASSIM?
Foto da Júlia levitando	OFF	NÃO? ENTÃO CHEGA MAIS, PORQUE FOTOS CRIATIVAS É O TEMA DO ÚLTIMO DICAS RETRATE.
Vinheta abertura	OFF	VINHETA DE ABERTURA
GC: <u>Júlia Piccolo</u> GC: <u>"Levitação"</u>	VIVO	PARA COMEÇAR VOU ENSINAR COMO FAZER UMA FOTO DANDO A IMPRESSÃO DE ALGUÉM LEVITANDO
	VIVO	VOCÊ SÓ VAI PRECISAR DA SUA CÂMERA UM TRIPIÉ

Imagens de uma câmera	OFF	E UM LUGAR BACANA
Imagens de um tripé	OFF	AQUI É BEM SIMPLES É SÓ CONFIGURAR A CÂMERA PARA DISPAROS MÚLTIPLOS E AJEITAR NO TRIPÉ
Imagens Júlia em estilo “programas do canal off” em uma locação externa preparando para tirar a foto	OFF	O MODELO TERÁ APENAS QUE PULAR DE UMA SUPERFÍCIE NO MOMENTO QUE VOCÊ TIRAR FOTO. VIU? É BEM SIMPLES,NÉ?
Modelo da fotografia pula de uma superfície	OFF	A PRÓXIMA DICA NÃO É INDICADA PARA PESSOAS SUPERSTICIOSAS MÚSICA DRAMÁTICA COM SONS DE CORAÇÃO BATENDO APÓS JÚLIA “QUEBRAR O ESPELHO” COLOCAR A RISADA MACABRA DE “THRILLER”
Fotografia de levitação	OFF	OLHA SÓ O EFEITO QUE UM ESPELHO QUEBRADO PODE FAZER EM SUAS FOTOS!
Imagens de introdução da locação (se possível uma floresta) e apresenta a Júlia com um espelho quebrado	OFF	AGORA IMAGINE PODER DESENHAR ATRAVÉS DE RASTROS DE LUZ QUALQUER COISA? POIS BEM, PEGUE SUA CÂMERA, SEU TRIPÉ. PREPARE A LANTERNA DO SEU CELULAR E VAMOS NESSA.
GC: <u>Espelho quebrado</u>	OFF	PARA TODA FOTO É NECESSÁRIA QUE A LUZ INCIDA NO SENSOR DA CÂMERA. A BRINCADEIRA QUE VAMOS FAZER É DEIXAR COM QUE
Em preto e branco estilo “simulação do programa da Márcia Goldsmith”: em		

câmera lenta e Júlia quebra um espelho(falseado)		ESTA LUZ INCIDA POR MAIS TEMPO.
Sequência de imagens do modelo se ajeitando em frente ao espelho quebrado e a Júlia tirando foto	OFF VIVO	PARA ISSO DIMINUIMOS A VELOCIDADE DO OBTURADOR FAZENDO COM QUE A CÂMERA TRABALHE COM LONGA EXPOSIÇÃO.
Mostrar sequência de fotos tiradas com modelo em diversas poses	OFF	PRONTO! COM A LANTERNA DO CELULAR VOCÊ PODE TIRAR FOTOS FAZENDO QUALQUER DESENHO COM A LUZ.
QG (quarto Júlia)		ESTE FOI O DICAS RETRATE, GOSTARIA DE AGRADECER MUITO A QUEM NOS
GC: Light Painting	OFF	ACOMPANHOU E CONVIDÁ-LOS PARA ASSISTIR A GRANDE FINAL DO REALITY SHOW. TCHAU!
Sequência de imagens: Câmera, tripé e celular.	OFF	
Sequência de imagens Júlia colocando a lente, arrumando a câmera no tripé	OFF	
Júlia mexendo na câmera Videografismo com as configurações para o truque na tela	OFF VIVO	

Sequência de imagens da Júlia “desenhando” com a lanterna do celular e em seguida vai surgindo a fotos em seu resultado final Júlia no QG (quarto)		
--	--	--

APÊNDICE K - ROTEIRO MINIDOC

A ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO EM TV – WILLIAMS CEROZZI BALAN

Insira sua logomarca	título	Ativismo Negro #2	tempo	Data de entrega
	cliente			
	agência		roteiro	Leandro Freitas

1- Imagens do Episódio 2 do Reality Show: Greice apresentando o tema “ativismo negro” intercalado com falas representativas dos personagens (participantes ou entrevistados) do programa.	VT	1 - GREICE APRESENTANDO O TEMA “ATIVISMO NEGRO” INTERCALADO COM FALAS REPRESENTATIVAS DOS PERSONAGENS (PARTICIPANTES OU ENTREVISTADOS) DO PROGRAMA.
2- Vinheta de abertura	Off	2- VINHETA DE ABERTURA
3- Apresentação criança 1	VIVO	3- APRESENTAÇÃO CRIANÇA 1
4- Apresentação criança 2	VIVO	4- APRESENTAÇÃO CRIANÇA 2
5- Apresentação criança 3	VIVO	5- APRESENTAÇÃO CRIANÇA 3
6 - Imagens intercaladas das crianças respondendo a pergunta 1: “Hoje se você	VIVO	6 - CRIANÇAS RESPONDEM A PERGUNTA 1: “HOJE SE VOCÊ FOSSE DESCREVER UMA PRINCESA OU UM SUPER-

fosse descrever uma princesa ou um super-heroi, como você descreveria?		HEROI, COMO VOCÊ DESCREVERIA?"
7 - Crianças brincando, rindo para a câmera, fazendo poses etc. para a câmera intercaladas com imagens das crianças respondendo a pergunta 2: "Você acha que tem poucos negros na televisão? Você acha que poderia ter mais?"	VIVO	7 - CRIANÇAS RESPONDEM A PERGUNTA 2: "VOCÊ ACHA QUE TEM POUCOS NEGROS NA TELEVISÃO? ACHA QUE PODERIA TER MAIS?"
8 - Crianças brincando, rindo para a câmera, fazendo poses etc. para a câmera intercaladas com imagens das crianças respondendo a pergunta 3: "O que você acredita que uma pessoa precisa ter para ser legal e bonita?"	VIVO	8- CRIANÇAS RESPONDEM A PERGUNTA 3: " 2: "O QUE VOCÊ ACREDITA QUE UMA PESSOA PRECISA TER PARA SER LEGAL E BONITA?"
9- Vinheta de encerramento	VIVO	9- VINHETA DE ENCERRAMENTO

APÊNDICE J- ROTEIRO REALITY

A ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO EM TV – WILLIANS CEROZZI BALAN

	título	tempo	Data de entrega
	Retrate #1 - CERCAS		

		roteiro	Sillas Carlos
--	--	---------	---------------

1-Imagens de trechos das provas gravadas durante a temporada que não exponham os participantes selecionados	OFF	1-PUMA: SEJAM BEM-VINDOS AO RETRATE, O REALITY SHOW QUE ESTÁ ATRÁS DO MAIS NOVO FOTÓGRAFO CAPAZ DE USAR A FOTOGRAFIA COMO FORMA DE REFLEXÃO E CRÍTICA SOCIAL.
	OFF	AQUI, NOSSOS PARTICIPANTES ENFRENTARÃO DESAFIOS QUE TESTARÃO SUA CRIATIVIDADE, TALENTO E SEUS OLHARES SOBRE A NOSSA SOCIEDADE.
2- trechos da primeira edição do programa.	OFF	2- ANO PASSADO, VOCÊ ACOMPANHOU A TRAJETÓRIA DOS NOSSOS PARTICIPANTES PARA ELABORAREM UMA SÉRIE DE FOTOGRAFIAS COM TEMÁTICAS SOCIAIS.
		3- ESTE ANO, DEPOIS DE UMA DIFÍCIL SELEÇÃO, CHEGAMOS A SEIS ASPIRANTES AO PRÊMIO DE VENCEDOR DO RETRATE.
3 – trechos casting e imagem dos seis participantes escolhidos	OFF	4- MAS PARA GANHAR ESSA COMPETIÇÃO ELES SERÃO TESTADOS E TERÃO QUE PASSAR PELA AVALIAÇÃO DOS NOSSOS JURADOS .
		5- FALA JURADOS.
	OFF	6- É CLARO QUE A DECISÃO DE QUEM SERÁ O NOVO VENCEDOR

4- Imagem dos jurados é congeladas e aparecem informações sobre eles.	VIVO	DO RETRATE TAMBÉM DEPENDE DE VOCÊ. ENTÃO FICA COM A GENTE POR QUE A COMPETIÇÃO COMEÇA AGORA.
5- Jurados falam o que o vencedor do Retratar deve ter. GC: <u>@Wilian Olivato</u> GC: <u>@Greice Luiz</u> GC: <u>@Gabriel Woelk (Bila)</u>	VIVO	VINHETA RETRATAR 8- A VIDA EM UM MUNDO GLOBALIZADO; O ADVENTO DA INTERNET E DOS OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NOS DERM A SENSACÃO DE QUE ESTAMOS CADA VEZ MAIS PERTO UM DOS OUTROS.
6- QG:Puma fala se referindo para a câmara.	OFF	NO ENTANTO, BASTA OLHAR COM UM POUCO MAIS DE ATENÇÃO PARA VER QUE NÃO É BEM ASSIM. FRONTEIRAS SOCIAIS, DIVISÕES DE CLASSE, CULTURAIS E ECONOMICAS QUE ANTES ERAM VÍSIVEIS, HOJE SÃO SUTIS, VELADAS MAS IGUALMENTE PREJUDICIAIS E
7-Vinheta Retratar.	OFF	9- CABE AOS NOSSOS FOTÓGRAFOS PERCEBER ESSAS BARREIRAS... ESSAS CERCAS QUE AINDA SE ESCONDEM PELA CIDADE. PARA ISSO, ELES CONTARÃO COM A AJUDA DO NOSSO PRIMEIRO JURADO.
8. Lapada do episódio.		10- OLÁ COMPETIDORES. SEJAM MUITO BEM VINDOS À SEGUNDA TEMPORADA DO RETRATAR. ESPERO QUE VOCÊS ESTEJAM DISPOSTOS E PREPARADOS PARA ESSE DESAFIO, POIS CADA UM DE VOCÊS FOI CUIDADOSAMENTE ESCOLHIDO PORQUE DE UMA FORMA OU DE

9- QG: Puma se dirige para o espectador. Câmera revela a presença dos participantes e do jurado Wilian Olivato.	VIVO	OUTRA PODEM APRENDER E CONTRIBUIR MUITO PARA ESSA EDIÇÃO. ESTÃO PREPARADOS? EU VOU DEIXA-LOS COM O WILIAN, NOSSO PRIMEIRO JURADO E RESPONSÁVEL PELO PRIMEIRO DESAFIO DA TEMPORADA. MAS LOGO EU VOLTO PARA ACOMPANHAR O DESEMPENHO DE VOCÊS NA PROVA. LEMBRANDO QUE VOCÊS VÃO TER UM TEMPO DETERMINADO PARA TIRAR A FOTO QUE SERÁ AVALIADA NÃO SÓ PELO WILIAN, MAS PELOS NOSSOS TRÊS JURADOS.
10- Puma se dirige aos participantes	VIVO	COM UMA PEQUENA NOVIDADE: SEIS PARTICIPANTES COMEÇAM ESSE DESAFIO, MAS SÓ CINCO DE VOCÊS CONTINUARÁ PARA A PRÓXIMA ETAPA. EMPENHEM-SE E APROVEITEM, POIS UM DE VOCÊS JÁ SE DESPEDE DO PROGRAMA AINDA HOJE. ATÉ LOGO. 11- APRESENTAÇÃO WILLIAN 12-CONVERSA JURADO: OLIVATO E PARTICIPANTES.
	VIVO	13- PROVA: SOM DAS EXTERNAS DOS COMPETIDORES REALIZANDO A PROVA INTERCALADO COM AS ENTREVISTAS DOS PARTICIPANTES SE APRESENTANDO. PUMA ENTREVISTA PARTICIPANTES NO DECORRER

11- Apresentação Wilian Olivato GC: <u>Willian Olivato</u> 12- QG: Conversa Olivato e participantes	VIVO VIVO VIVO	DAS PROVAS E OS PARTICIPANTES DÃO DEPOIMENTOS DE SUAS IMPRESSÕES 14- PUMA: E AI JURADOS. AQUI ESTÃO AS FOTOS SELECIONADAS PELOS NOSSOS SEIS CANDIDATOS DESSE DESAFIO. ESTA NA HORA DE DECIDIR QUEM SAI DO PROGRAMA HOJE. 15-TRECHOS DA CONVERSA DOS JURADOS AVALIANDO AS FOTOS. 16-PUMA: E ENTÃO, COMO FOI O DESAFIO? RESPOSTA CANDIDATOS ANTES DA GENTE SABER QUEM VAI DEIXAR A COMPETIÇÃO LOGO NESSE COMEÇO, EU TROUXE O WILIAN PARA DAR UM FEEDBACK E ALGUNS CONSELHOS PARA AS FOTOS DE VOCÊS. 17- CONVERSA DE FEEDBACK E ANUNCIO DA ELIMINAÇÃO DO PROGRAMA. 18 - PUMA SE MANTÉM NO CENÁRIO RECEBENDO O ELIMINADO COM ABRAÇO, TROCA DE PALAVRAS ETC. 19 -JÁ DEU PARA SENTIR UM POUCO DO QUE TE ESPERA NESSA NOVA TEMPORADA DO RETRATE, NÃO DEU?
---	-------------------------------------	---

13- Imagens intercaladas dos participantes realizando a prova e de suas apresentações e depoimento no qg das impressões dos participantes.	VIVO	AS FOTOS TIRADAS NESTE EPISÓDIO JÁ ESTÃO DISPONÍVEIS NO NOSSO INSTAGRAM E VOCÊ JÁ PODE VOTAR NAS SUAS PREFERIDAS E AJUDAR A ESCOLHER QUEM SERÁ O GRANDE VENCEDOR DO RETRATE. ENTÃO NÃO DEIXE DE ACOMPANHAR NOSSAS REDES SOCIAIS QUE AINDA ESSA SEMANA TEM NOVIDADE PINTANDO POR AQUI.
14- Sala com jurados sentados (QG?), Puma entra com as fotos (em um note ou envelope) e se junta aos jurados.	VIVO	A GENTE SE VÊ SEMANA QUE VEM EM UM NOVO EPISÓDIO DO RETRATE.
15- Trechos da conversa dos jurados avaliando as fotos	VIVO	

Ao ser citada, a conta do instagram do programa aparece na tela. GC: <u>@programaretrate</u>		
--	--	--