
EMERGIR: O USO DE BANCO DE IMAGENS PARA CONSTRUÇÃO DE UM CURTA-METRAGEM

Autor: José Augusto Zago Junior¹;
Orientadores: Me. Bruno Jareta²; Dra. Liene Saddi³.

¹Aluno do Curso de Produção Audiovisual – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – z.augussto@gmail.com;

²Professor do Curso de Produção Audiovisual – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brunojareta@hotmail.com;

³Professora do Curso de Produção Audiovisual – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lienesaddi.fib@gmail.com.

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: banco de imagens, montagem construtiva, *found footage*.

Introdução: Devido aos avanços tecnológicos das últimas décadas, existe, hoje, uma facilidade na produção e no compartilhamento de imagens para diferentes meios e suportes (democratização do acesso), e uma das tecnologias mais populares que possibilita o compartilhamento dessas imagens para seus diversos fins é a internet. É notável que, com o acesso à internet, computadores, dispositivos móveis, filmadoras e câmeras fotográficas – tudo isso por um preço acessível – mais pessoas conseguem realizar seus próprios registros fotográficos e compartilhar por meio da rede, tendo o direito de distribuir ou restringir a cópia daquilo que produzem. Essas imagens e/ou vídeos podem ser disponibilizadas em diversos *sites* – como é o caso dos *sites* de banco de imagens – e elas podem visar fins lucrativos ou não, conforme o desejo do usuário.

Objetivos: Explorar o uso da montagem para a construção de uma narrativa audiovisual ensaística e experimental que faz proveito de bancos de imagens.

Relevância do Estudo: A partir do conhecimento e das discussões adquiridas, os leitores podem analisar como podem utilizar os *sites* de bancos de imagens ao trabalharem conceitos da montagem em suas obras. A realização desta pesquisa possui, também, uma contrapartida de cunho social, pois, conforme defende Tarkovski (1998, p.120):

Pode-se dizer que o artista enriquece o seu próprio arsenal com o objetivo de fomentar a comunicação e levar as pessoas a se compreenderem melhor, nos níveis intelectuais, emocionais, psicológicos e filosóficos mais elevados. Assim, também se pode dizer que os esforços do artista tem por objetivo melhorar e aperfeiçoar a vida das pessoas, de facilidade a sua compreensão mútua.

Materiais e Métodos: Os materiais a serem consultados se tratam de: textos, teses e artigos científicos. A pesquisa bibliográfica contempla o uso da montagem para os teóricos aqui estudados. Serão estudados alguns *sites* de banco de imagem e serão analisados filmes e vídeos que utilizam banco de imagem e a montagem construtiva, servindo de referência para a construção do curta-metragem “Emergir”. As análises serão utilizadas como material de estudo, observação, reflexão e aplicação dos conhecimentos aqui adquiridos.

Resultados e Discussões: Normalmente, *sites* de banco de imagens costumam ser utilizados por produtores audiovisuais, publicitários, *web designers*, entre outros profissionais que buscam fazer uso de imagens licenciadas. A utilização de conteúdo de outra autoria para estudo, experimentação e para configuração de um novo produto audiovisual já acontece há muito tempo. Utilizando-se, como exemplo, a história do cinema russo, vemos que:

A importação de filmes estrangeiros, que dominava o mercado antes de 1917, cessou e a produção nacional ficou paralisada. [...] A escassez de material contribuiu para sua prática inicial de realizar filmes "sem filme", e encorajar seus alunos a reeditarem cópias desmembradas de obras de D.W. Griffith (1875 – 1948) (KEMP, 2011, p. 55).

Diferentemente desse cinema russo de 1917, hoje, com o advento da internet e com o fácil acesso a obras cinematográficas, conseguimos nos aproveitar de técnicas, e realizar nossas próprias experimentações na montagem; e da história do cinema, fazendo uma analogia ao que Hecking diz a respeito da fotografia:

ao longo das últimas décadas, a fotografia se tornou um meio de expressão muito mais autoreflexivo, consciente de sua história e capaz de se aproveitar dela com maturidade, conseqüentemente, os movimentos de continuidade são tão formidáveis quanto os de ruptura (HECKING, 2011, p. 06).

Sobre a comunidade em rede e suas vantagens, Rhenigold, tem a nos dizer que: “a tecnologia necessária à criação das comunidades virtuais é de custo relativamente baixo e permite que os indivíduos evoluam intelectual, social, comercial e politicamente” (RHEINGOLD, 1996, p.17). Veremos também, no decorrer dessa pesquisa, que “a prática da remontagem no *found footage* se refere a filmes formados majoritariamente por fragmentos de metragem alheio, que se apropria e se apresenta em uma nova disposição” (Wheirinchter, 2009 apud TENÓRIO, 2012, p.2). Apesar dessa característica em comum (utilizar imagens de outrem) a pesquisa mostrará o que diferencia o *found footage* de bancos de imagem.

Conclusão: No decorrer da pesquisa, foi levantado uma problemática: Como a ordenação desses vídeos que retratam espaços, tempos e perspectivas diferentes podem compor uma mesma narrativa por meio do recurso da montagem, se, inicialmente, eles não foram filmados para contar e constituir uma mesma história? Essa problemática foi explorada ao se analisarem obras, que, de certa forma, já experimentavam e a respondiam enquanto execução. Porém, aparentemente, para essa pergunta, não existe uma só resposta definitiva. Existem diversas formas de compor uma narrativa audiovisual com imagens não autorais, como também existem diversas formas de utilizar os bancos de imagens, e os estudos aqui levantados explora uma delas. Delimitando o escopo de imagens de outra autoria apenas para os *sites* de banco de imagens de uso livre, foi possível explorar e experimentar as teorias da montagem aqui analisadas. O produtor precisa ser criativo ao imaginar as diversas possibilidades que *sites* como esses podem trazer para seu curta (além das aqui levantadas, como: poupar tempo, energia, recursos financeiros, entre outras).

Referências:

HECKING, Juliet. **Tudo sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

KEMP, Philip. **Tudo sobre cinema**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

RHEINGOLD. Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

TARKOVSKI. Andrei. **Esculpir o tempo**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

TENÓRIO, Sabrina. “**Subjetividade, arquivos familiares e found footage no documentário brasileiro contemporâneo.**” [online]. 2012. Disponível em: <http://www.asaeca.org/aactas/tenorio_luna_da_silva__sabrina_-_ponencia.pdf> Acesso: 10 mar.2017.

MAIS TEMPO EM MENOS TEMPO: ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS DOS MICRO-METRAGENS *BLONDIE* E *THE DEATH AND LIFE OF DESMOND WOLFE*

Bruno Jareta de Oliveira¹

¹Professor do Curso de Produção Audiovisual – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brunojareta@hotmail.com;

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.

Palavras-chave: micro-metragem, estratégias enunciativas, linguagem audiovisual, montagem, narrativa.

Introdução: Narrativas em curtas durações sempre estiveram presentes na cultura audiovisual. Produções publicitárias e esquetes humorísticas são exemplos de obras que apresentam histórias completas em poucos minutos. Com o advento dos meios digitais, novas oportunidades de formatos apontam para um aumento da pertinência dos micro-metragens - e as dinâmicas de recepção corroboram com esse cenário. Adota-se, como objeto de estudo, esse tipo de produção: narrativas audiovisuais com até três minutos totais de duração. A partir da análise de duas obras ficcionais inseridas neste contexto, o filme brasileiro *Blondie* (2016, 180 segundos) e o sul-africano *The Death and Life of Desmond Wolfe* (2013, 60 segundos), esta pesquisa pretende responder: de que maneira é possível criar narrativas audiovisuais com histórias completas e extensas e em curtas durações?

Objetivos: Espera-se, com este trabalho, contribuir com os estudos de comunicação audiovisual e produções no âmbito de novos formatos, sobretudo para as mídias digitais.

Relevância do Estudo: Os micro-metragens têm recebido cada vez mais reconhecimento de público e crítica. Festivais criados exclusivamente para esta categoria (por exemplo, *Festival do Minuto*, *Cel.U.Cine*, *3 Minute Masterpieces* e *Extremely Shorts Film Festival*) comprovam a pertinência de produções que, coerentes com os hábitos contemporâneos de consumo de mídias, aceitam o desafio de contar histórias completas em poucos segundos. Investigações científicas que busquem entender as estratégias enunciativas dessas obras têm o potencial de contribuir com pesquisadores e produtores audiovisuais que atuam neste âmbito.

Materiais e Métodos: A pesquisa é de caráter qualitativo e visa explorar as estratégias discursivas destas produções. A escolha do *corpus* seguiu como critério a utilização de diferentes recursos para cumprir o objetivo de incluir longas narrativas em curtas durações. Entende-se por narrativas um processo de transformação (BARROS, 2005; FIORIN, 2005). Esses elementos são organizados no texto audiovisual por meio da montagem, entendida aqui como enunciação, ou seja, etapa discursiva na qual se instauram as categorias de pessoa, espaço e tempo (FIORIN, 1996). Será utilizada como parâmetro de análise a categoria temporal, sobretudo os conceitos de tempo cronológico e tempo concreto sistematizados por Paul Ricœur (1994). O primeiro é aquele no qual transcorre os acontecimentos diégéticos da narrativa e o segundo é a duração da experiência de fruição da obra em questão.

Resultados e discussões: *Blondie* apresenta, inicialmente, duas temporalidade alternadas: uma, na qual os personagens conversam sobre as ações a serem seguidas e outra, na qual são mostradas essas tarefas sendo desempenhadas por um dos personagens. A montagem é construída de uma forma que leva o público a crer que a segunda é um *flashback* da

primeira, e há coerência nessa continuidade até o momento do diálogo no qual um dos personagens surpreende o outro com uma informação sobre uma das tarefas. Tal elemento narrativo altera o status de *flashback* do que vinha sendo mostrado. É como se, a partir desse ponto, o diálogo passasse a ser o *flashback* e as tarefas, o tempo presente. A função de *flashback*, no entanto, não é anulada. Há uma espécie de duplicação temporal: é como se, até aquele ponto, o personagem tivesse seguido os passos de maneira idêntica nas duas tentativas, mas, a partir do momento que ele faz o que o outro personagem aponta (o que no tempo presente vemos que ele reagiu como se não tivesse feito dessa forma), a sequência deixasse de funcionar como passado e assumisse o papel do presente. Ao empregar uma mesma sequência com dupla funcionalidade temporal, dois tempos cronológico são aproveitados no mesmo tempo concreto da produção. Este recurso foi o caminho usado para incluir mais elementos narrativos em menos tempo.

Em *The Death and Life of Desmond Wolf*, a estratégia é outra. O curta tem início com um homem escorregando enquanto patina no gelo. A queda é exibida muito lentamente e é possível deduzir que o impacto ao final dela será fatal. O acidente é dilatado durante toda a duração – a última cena é a pancada da cabeça que, pelo título, podemos afirmar ser a causa da morte do personagem. Durante a queda, são inseridos diferentes segmentos do que é possível interpretar como momentos específicos da vida deste homem. Sempre em câmera subjetiva para colocar o público na perspectiva do protagonista (MACHADO, 2007), essas inserções sugerem respeitar um ordem cronológica: há uma mulher que trata esse olhar da câmera como um bebê, um padre entregando a hóstia, uma garota em um balanço, etc. Rapidamente o público é capaz de identificar que o que está sendo visto é um resumo de existência daquele indivíduo prestes a morrer. Tais segmentos passam a revelar que este homem persegue e mata mulheres, até que, imediatamente antes do impacto final da queda, é possível ver que ele só estava patinando para perseguir silenciosamente mais uma vítima.

Conclusão: É possível observar que a primeira obra analisada aproveita uma dedução precipitada do público (e compreensível, já que a montagem induz a isso) e faz com que o que estava sendo entendido como *flashback* virasse tempo presente, sem invalidar a temporalidade reconhecida antes - duplicando, desta forma, o mesmo tempo concreto em dois tempos cronológicos. A segunda obra destaca pontos de transformação essenciais na vida do personagem principal, compondo uma soma de fragmentos que é distribuída dentro do último segmento cronológico mostrado, fazendo com que o final das inserções coincida com o início desta que engloba todo o filme. *Blondie* e *The Death and Life of Desmond Wolfe* apontam para engenhosas estratégias que possibilitam contar mais tempo em menos tempo, e seus procedimentos aqui identificados têm potencial de contribuir com o trabalho de produtores de micro-metragens e de pesquisadores no âmbito da produção audiovisual.

Referências

BARROS, D.L.P. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.

FIORIN, J.L. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Editora Ática, 1996.

_____. **Elementos de análise do discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

MACHADO, A. **O sujeito na tela**. São Paulo: Paulus, 2007.

RICŒUR, Paul. **Tempo e narrativa I**. Trad. Constança Marcondes Cesar. Campinas: Papirus, 1994.

CINEMA EM CENA: PROJEÇÕES DE VÍDEO NO TEATRO OFICINA

¹ Ivan Augusto Soares Vinagre; ² Fabíola Pereira Soares

¹ Formado no curso de Cinema e Vídeo pela UNESPAR- Curitiba – ivancgctba@gmail.com

² Professora do Curso de Produção Audiovisual -Faculdades Integradas de Bauru FIB - fapsoares@yahoo.com.br

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: cinema, teatro, história, multimídia.

Introdução: O artigo pretende analisar, embasado por uma perspectiva histórica, a apropriação da linguagem cinematográfica pelo grupo Teat(r)o Oficina, criado em São Paulo em 1958 e ainda em atividade, traduzida na utilização de vídeo projeções, cinema ao vivo, *Video Mapping* e vídeo-instalações em suas peças, a partir de 1982, até a atualidade.

Objetivos: Propor uma linha do tempo para os experimentos de hibridismo entre as linguagens teatral e cinematográfica a partir da invenção do cinematógrafo pelos irmãos Lumière em 1895, tornando visíveis as principais influências que levaram o Teatro Oficina a adotar essas tecnologias em suas encenações. Investigar o contexto do desenvolvimento do Terreiro Eletrônico, o espaço de criação das peças do Teat(r)o Oficina, projetado por Lina Bo Bardi para o grupo durante a abertura política da Ditadura Militar no Brasil, momento no qual se iniciam os experimentos de hibridismo. Analisar, como recorte específico da pesquisa, a montagem da peça multimídia *Acordes*, baseada no texto de Bertolt Brecht e dirigida por José Celso Martinez Corrêa em 2012, na qual estão presentes todos os elementos de interação entre cinema e teatro adotados ao longo do tempo pelo grupo, como a presença de cinegrafistas circulando livremente pelo espaço cênico, projeções mapeadas pela arquitetura do teatro e telas com projeções de vídeo ao vivo captado pelos cinegrafistas. Por fim, compreender a utilização de recursos audiovisuais como procedimentos cênicos pelo grupo.

Relevância do Estudo: O Teat(r)o Oficina é a mais antiga companhia teatral em atividade na América do Sul, tendo sido criado ano de 1958 por alunos do Largo São Francisco, entre os quais se incluem Amir Haddad e José Celso Martinez Corrêa. Uma das características fundamentais dos espetáculos do Oficina é a utilização de tecnologias audiovisuais: o grupo é pioneiro no registro e transmissão ao vivo dos espetáculos e no uso de vídeo ao vivo em projeções e projeções mapeadas. Apesar de o uso do audiovisual no contexto do Oficina remontar ao início dos anos de 1980, não há um bibliografia específica sobre o tema. Estudar e compreender as principais características da convergência entre mídias nesse contexto significa também compreender a história do vídeo no Brasil, uma vez que o Oficina está diretamente ligado aos personagens que tornaram o suporte popular no país a partir da década de 1980, como os cineastas Fernando Meireles e Tadeu Jungle e o artista visual Octávio Donaschi.

Materiais e Métodos: A metodologia está pautada na pesquisa bibliográfica e de acervos de vídeos e jornais indispensáveis para o aprofundamento do tema.

Resultados e Discussões: A história do Teat(r)o Oficina foi amplamente registrada em audiovisual a partir de 1982, quando Fernando Meireles trouxe do Japão o sistema U-Matic de câmeras de vídeo, comprado pelo grupo com a renda do espetáculo *Domingo de Festa* (1980, com Gilberto Gil, Marlene e Caetano Veloso). O acervo contendo os vídeos de todo o

empreendimento do grupo em direção à construção do Terreiro Eletrônico, sua sede a partir de 1993, é aberto ao público e está aos cuidados da videoteca da UNICAMP, permitindo traçar uma perspectiva histórica do uso das ferramentas audiovisuais pelo grupo e ao mesmo tempo compreender a estética desse uso. O espetáculo escolhido para o recorte da pesquisa foi transmitido *online* em todas as suas apresentações e também oferece vasto material audiovisual para análise. A bibliografia se divide em duas variedades de fontes: a primeira referente a livros de contextualização histórica, como o estudo de Beatrice Picon-Vallin acerca do teatro de Piscator, as entrevistas de Frederich Ewen com Bertolt Brecht; a segunda variedade diz respeito a livros diretamente relacionados ao Teat(r)o Oficina, como *Memória do Efêmero*, de Tamara Ka, o programa da peça *Acordes*, de José Celso Martinéz Corrêa e o livro *Teatro Oficina* de Lina Bo Bardi. O estudo combinado de bibliografia e material audiovisual leva a discussões acerca da interação da linguagem cinematográfica e teatral nas peças do Oficina: É possível dizer que a utilização do audiovisual nas peças ultrapassa a função de registro, sendo utilizado como procedimento teatral? Há influências diretas e indiretas das vídeo-projeções sobre o ritmo e a estéticas das encenações? Os atores e o conjunto musical presentes nas peças interagem e contracenam ativamente com os cinegrafistas, integrando-os à dramaturgia? Ivan Vinagre, um dos autores do artigo, foi diretor de vídeo da companhia na montagem da peça multimídia *Acordes* (Bertholt Brecht, dirigida por José Celso Martinez Corrêa, 2012), que marcou a radicalização no uso de recursos audiovisuais pelo Oficina, tendo entrado em contato com a estética e com a história envolvidas na convergência entre meios praticada pelo grupo, conhecimento que, unindo a bibliografia a e análise específica de caso de “Acordes”, permite apontar as principais características da apropriação da linguagem cinematográfica pelo grupo.

Conclusão: Conclui-se que os elementos de vídeo, o cinema ao vivo e o vídeo *mapping* funcionam, dentro do conceito do espaço de encenação do grupo, como elemento cênico de importância comparável a iluminação, a cenografia e atuação do coro e dos protagonistas, possuindo um roteiro próprio, correlacionado à dramaturgia. Tais recursos já estavam presentes nas vanguardas do teatro do começo do século XX, as quais serviram de grande influência, a partir especialmente de Bertolt Brecht, ao trabalho do Teat(r)o Oficina. Ao se deparar com a tecnologia do vídeo por intermédio de artistas audiovisuais, como Tadeu Jungle, o Oficina se apoderou dos meios de produção e radicalizou o intercâmbio midiático em suas encenações, utilizando o audiovisual como ferramenta de experimentação estética e de luta política. *Acordes* representou um momento de renovação na estrutura de projetores e equipamentos audiovisuais do teatro, permitindo a inserção de diversas técnicas e suportes durante o espetáculo. A experiência de ter participado desse processo, somado a leitura e estudo da bibliografia e da filmografia listada nesse artigo, levou a percepção de que o cinema, integrado aos demais recursos cênicos, não levou somente a projeção de filmes durante a peça, mas permitiu aos artistas audiovisuais exercerem grande influência sobre o ritmo e sobre resultado estético da encenação, atuando em cena de modo tão presente quanto o elenco, a banda

Referências

- BARDI, Lina Bo. **Teatro Oficina. Oficina Theater 1980-1984**. Lisboa: Blau/Instituto Lina Bo e Pietro Maria Bardi, 1999.
- CORRÊA, José Celso Martinez. **programa da peça acordes**. São Paulo: Teat(r)o Oficina, 2012.
- EWEN, Frederich. **Bertolt Brecht: sua vida, sua arte, seu tempo**. São Paulo: Globo, 1991.
- KA, Tamara. **Memória do efêmero**. São Paulo: Anablume, 2008.
- PICON-VALLIN, Béatrice. **La mise en scène: vision et images**. Paris: L&H, 1990.

CUPHEAD: COMO A ARTE DAS ANIMAÇÕES DOS ANOS 1930 E A JOGABILIDADE DOS GAMES DOS ANOS 1990 RESSURGE ATRAVÉS DO INDIE GAME

Autor: Ms. Fernando Ramos Geloneze¹; Coautora: Ms. Flavia Santos Arielo²

¹ Professor do Curso de Produção Audiovisual – Faculdades Integradas de Bauru - fernandogeloneze@gmail.com;

² Professor do Curso de História – Universidade do Sagrado Coração – USC – flarielo@yahoo.com.br

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: *Cuphead*, *Indie Game*, Animação, Arte, Jogos Independentes.

Introdução: Em 2017, a previsão de faturamento da indústria de jogos eletrônicos é de \$108 bilhões de dólares. Isso a coloca como a maior indústria de entretenimento do planeta (a frente do cinema e da televisão). Ao analisarmos a evolução desse cenário na última década, entendemos que, além das clássicas plataformas da indústria de jogos - estúdios, distribuidoras, consoles e computadores - surgiram novos segmentos, como o *Mobile* e os *Indie Games* (Jogos Independentes). Esse último tem sido responsável pelo desenvolvimento de jogos mais experimentais e artísticos. E é nessa vertente de *Indie Games* que surge o objeto de análise dessa obra, o jogo *Cuphead: Don't Deal With The Devil*.

Objetivos: Fazer uma análise do jogo *Cuphead* sob o olhar do audiovisual no que concerne a temática, estética, jogabilidade e recepção do público.

Relevância do Estudo: Compreender as características que conferem sucesso comercial e de crítica dentro do mercado audiovisual do produto interativo analisado.

Materiais e Métodos: Como referencial teórico, foram utilizadas obras sobre a indústria dos *games* - em especial a de jogos independentes – assim como artigos jornalísticos da imprensa especializada e dados oficiais fornecidos pela produtora do jogo. Além disso, o próprio produto audiovisual interativo - *Cuphead* - foi analisado por meio de diversas experiências de *game play* realizadas na plataforma *Xbox One*, da Microsoft.

Resultados e Discussões: Os resultados foram divididos por áreas de análise. **Enredo:** Apresenta elementos de realismo fantástico e temáticas do absurdo, comuns aos desenhos dos anos 1930 a 1960. A construção dos personagens baseados em objetos inanimados – duas xícaras antropomorfizadas - e em figuras mitológicas, conferem à história caráter lúdico e sobrenatural, abrindo possibilidades para criação de situações divertidas e casuais.

Estética: A arte do jogo *Cuphead* foi desenvolvida com base na estética das animações da Disney e dos estúdios Fleischer dos anos 1930. Nela encontramos elementos de animações clássicas como Mickey, Betty Boop, Koko the Clown, Bimbo e Popeye. Para os elementos animados do jogo - personagens e elementos interativos - foram utilizadas técnicas de desenhos quadro a quadro, com animações de 24 quadros por segundo. Já para os elementos de cenário, foram utilizadas técnicas de tinta d'água, aquarela e pincel, criando telas coloridas, com tons pastéis, ricas em detalhes e texturas. Além de um sentimento nostálgico, as escolhas estáticas do jogo sugerem um caráter lúdico e fantástico àqueles que jogam, características dos desenhos da década de 1930. **Trilha Sonora:** Com trilha sonora composta por Kristoffer Maddigan, *Cuphead* conta com diversas composições sonoras no estilo Jazz, mais notadamente nas vertentes Big Band e Ragtime. Assim, o compositor mantém o espírito e a estética sonora dos desenhos animados da década de 1930, quando esse estilo musical era amplamente utilizado. **Jogabilidade:** Baseada em

conceitos que fizeram sucesso nos anos 1990, a jogabilidade de *Cuphead* tem influências de jogos como *Gunstar Heroes*, *Contra 3*, *Super Mario World*, *The Thunderforce*, entre outros. Ao analisarmos o jogo, encontramos três principais formas de jogabilidade: a *Run and Gun* (corra e atire) nas fases de plataforma, *Boss Stage* (estágios com chefe) e *Shoot 'em up* (atire e suba) nas fases onde os personagens têm o formato de aviões. Nota-se que esses estilos de jogos tiveram seu auge do sucesso na década de 1990, o que garante uma atmosfera bastante nostálgica ao game. É importante destacar que uma das características mais marcantes da jogabilidade do *game* é a alta dificuldade. Se, atualmente, os jogos de maior sucesso têm curvas de desafios lineares, salvamentos automáticos e uma narrativa pedagógica, *Cuphead* impõe alto grau de desafio já nos primeiros cenários, exigindo do jogador raciocínio rápido, coordenação motora e memória muscular como há muito tempo não se encontrava em jogos. **Equipe de desenvolvimento:** Podemos considerar o time de desenvolvimento do game compacto. Se compararmos às equipes que normalmente são utilizadas para a produção de jogos - que ultrapassa as centenas de profissionais - e a qualidade final de *Cuphead*, podemos inferir que o talento e a dedicação dos profissionais envolvidos não são poucos. Além da dupla de idealizadores, ela conta com três desenvolvedores de *softwares*, seis animadores, seis artistas gráficos, um compositor musical e um diretor de experiência em jogabilidade. Essa configuração demonstra que, dentro da proposta de desenvolvimento de produtos independentes, há possibilidade de se obter um jogo de qualidade mesmo com uma equipe enxuta e orçamento baixo. **Recepção e Crítica:** Imagens ilustrativas e uma demonstração do *game play* foi apresentada na "E3" - maior feira de jogos eletrônicos do mundo - de 2015, fato que só aumentou a expectativa pelo seu lançamento, em setembro de 2017, quando o jogo ganhou ótimas críticas, tendo médias entre "muito bom" e "ótimo" nos principais veículos de divulgação. Também é importante registrar que a recepção do público foi expressiva. Apenas duas semanas após o lançamento, *Cuphead* já havia vendido mais de 1 milhão de cópias.

Conclusão: A soma da estética das animações dos anos 1930, com a trilha sonora de jazz, unida à jogabilidade dos jogos de plataforma dos anos 1990 e do alto nível de desafio, fazem do jogo audiovisual interativo *Cuphead: Don't Deal With The Devil* um produto único. Seu sucesso de público e crítica demonstram o amadurecimento da indústria de *games* e revela como esse mercado tem aberto possibilidades para produtoras independentes realizarem trabalhos de qualidade com grande retorno financeiro. Entendemos também que existe um espaço cada vez maior nas plataformas de jogos eletrônicos para experimentações estéticas e para a recuperação de estilos de jogabilidade que acreditava-se estar em desuso.

Referências

FULLERTON, Tracy; SWAIN, Christopher; HOFFMAN, Steven. **Indie Game Jam: an outlet for innovation and experimental game design.** Ed. Morgan Kaufmann. 2008.

HAZUKI, Vitor. **Cuphead e seu charme diabólico.** Blog DaiBokém!. 2017.
<<https://daibokem.blogspot.com.br/2017/10/cuphead-e-seu-charme-diabolico.html>> Acesso: 14 out.2017.

MCDONAL, Emma. **The Global Games Market Will Reach \$108.9 Billion In 2017 With Mobile Talking 42%.** Amesterdã: Site Newzoo. 2017. <<https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/>> Acesso: 12 out. 2016.

Studio MDHR. **Cuphead Game.** Oakville, ON: Site Studio MDHR. 2017.
<<http://www.studiomdhr.com>>Acesso: 12 out. 2017.

CROSSOVER NO UNIVERSO MARVEL: ESTUDO DE CASO DA SÉRIE PUNHO DE FERRO

Laís Maria Fermino de Souza¹; Letícia Passos Affini²;

¹Mestranda no Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da FAAC/Unesp Bauru, Bacharel em Relações Públicas pela FAAC/Unesp Bauru e pesquisadora do GrAAu – Grupo de Análise do Audiovisual, cadastrado no CNPq - laismfs@msn.com

²Doutora em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ, professora do curso de Comunicação Social: Radialismo e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da FAAC/Unesp Bauru, pesquisadora líder do GrAAu - Grupo de Análise do Audiovisual, cadastrado no CNPq - affini@faac.unesp.br

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: Ficção Seriada, Narrativa, Crossover, Audiovisual, Netflix.

Introdução: A Marvel utiliza o *crossover*, elemento característico da narrativa complexa, em seu universo transmídia e articula, assim, suas personagens em grandes arcos narrativos. Para atingir maior número de consumidores, o Universo Cinematográfico Marvel (UCM) compõe-se de filmes, séries para a televisão e Netflix, e *webisodes*, sendo as produções para a Netflix o recorte do presente estudo. As quatro séries produzidas para distribuição exclusiva pela plataforma são: Demolidor, Jéssica Jones, Luke Cage e Punho de Ferro, sendo esta última o objeto de estudo deste trabalho, o qual faz parte da dissertação de mestrado em desenvolvimento pelas autoras. Nesse sentido, a pesquisa contempla as áreas de intersecção entre a narrativa complexa, o audiovisual, convergência midiática, com o intuito de discutir como a marca Marvel apoderou-se de tais recursos para proliferar seu conteúdo pelas mais diversas mídias e cativar consumidores.

Objetivos: A pesquisa busca, dessa forma, responder a quantos elementos *crossover* aparecem na primeira temporada da série “Punho de Ferro”, a fim de demonstrar se há interação da obra com outras narrativas do Universo Cinematográfico Marvel e se estes possibilitam ao consumidor maior assimilação do universo ficcional da marca.

Relevância do Estudo: No cenário atual de usuários dinâmicos e exigentes, as marcas se destringem nas plataformas midiáticas de forma intensa e incorporam aos seus produtos e serviços elementos de identificação com o público. A Marvel se apoderou da narrativa transmídia complexa e dos dispositivos tecnológicos para contar suas histórias de um jeito diferenciado, completo e desafiador. As produções feitas exclusivamente para a plataforma Netflix permitem a reflexão da forma como as marcas se beneficiam dos novos modelos de distribuição de conteúdo para ampliar seu mercado consumidor.

Materiais e Métodos: A pesquisa estruturou-se por meio da revisão bibliográfica dos autores Henry Jenkins (2008), Carlos Scolari e Mar Guerrero-Pico (2016), Jason Mittel (2012) e estudo de caso de Robert K. Yin (2010). Determinou-se como objeto de estudo a série original Netflix “Punho de Ferro” e, para analisá-la, foram utilizadas as categorias “personagem, ação e espaço”, adaptadas de conceitos desenvolvidos por David Bordwell e Kristin Thompson (2013), as quais possibilitam estabelecer o “elemento *crossover*”.

Resultados e Discussões: Realizou-se a desconstrução dos 13 (treze) episódios da primeira temporada da série por meio das categorias citadas acima e, a partir delas, foram

encontrados 56 (cinquenta e seis) elementos *crossovers*, os quais fazem parte de uma elaborada construção narrativa. Cada elemento isolado é arquitetado de modo a fazer sentido em um enredo único e em expansão, sendo responsáveis por criar repertório sobre o universo ficcional Marvel. Ao notar a vasta quantidade de cruzamentos entre as histórias, o espectador percebe a preocupação da marca em criar unidade e coerência em suas narrativas. Desse modo, ao disponibilizar um cardápio sortido de produtos, a marca amplia sua rede de consumidores e fãs. Ao perceber a articulação entre as narrativas, o espectador é instigado a procurar outros produtos da marca para aumentar sua compreensão sobre o universo. Simultaneamente, a disponibilização das séries pela Netflix capta um novo tipo de público, aquele consumidor já habituado a utilizar a plataforma, o qual possui a oportunidade de assistir a mais uma obra de seu catálogo. Essa ação despreziosa pode vir a tornar um espectador comum um admirador do universo e despertar sua curiosidade por outros produtos. Os *crossovers* dispersos na temporada treinam o olhar do público, o qual se acostuma gradativamente com o que podemos denominar padrão Marvel, uma marca detentora de enredos robustos, munidos de elementos instigantes; os *crossovers* estimulam a capacidade cognitiva do público, sempre a buscar por novas informações. Este espectador é desafiado a cada instante, tendo que concentrar sua atenção à narrativa; é instigada a satisfação pessoal de conhecimento sobre o universo ficcional e a cada descoberta, mais especialista e íntimo da marca o consumidor se torna.

Conclusão: Considera-se que os *crossovers*, ao integrarem personagens, espaços e ações de diferentes narrativas e propiciam a imersão, *drill* (JENKINS, 2008), do consumidor dentro do Universo Marvel. A marca torna-se, assim, exemplo de convergência entre narrativas. Por fim, a parceria entre a marca e a Netflix permite a reflexão sobre o elo entre o consumidor e a Internet, o qual se torna cada vez mais profundo e natural. Ao considerar a expansão do formato *on demand* e a participação da internet nas experiências de consumo do espectador, estamos diante de um cenário no qual a fruição cultural dos indivíduos será paulatinamente desafiada e instigada.

Referências:

BORDWELL, D; THOMPSON, K. **A arte do cinema:** uma introdução. São Paulo: EDUSP, 2013.

GUERRERO-PICO, M. y SCOLARI, C.A. (2016). **Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios:** el caso de los crossovers. Cuadernos.info, (38), 183-200. doi: 10.7764/cdi.38.760.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Ed. Aleph, 2008.

MITTEL, J. **Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea.** MATRÍez, Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012. São Paulo, p. 29-52.

YIN, R. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MEDIAÇÕES DE RITUALIDADE E ESPACIALIDADES NA RECEPÇÃO SOB DEMANDA VIA GSHOW DA TELENOVELA AVENIDA BRASIL E DA MINISSÉRIE JUSTIÇA

Luís Enrique Cazani Júnior¹

¹Doutorando em Comunicação – Universidade Estadual Paulista – UNESP – cazani@faac.unesp.br.

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: Ficção seriada, Sob demanda, Mediações, Ritualidades, Espacialidades.

Introdução: Em 2014, o Grupo Globo lançou o *GShow* em seu provedor *Globo.com*, com o objetivo de alocar produções do gênero entretenimento, seguindo o modelo implantado no jornalismo e no esporte com o *G1* e o *Globoesporte.com*, respectivamente. No final de 2015, o *Globo Play* advém como aplicação que fornece acesso para os vídeos dessas seções.

Objetivos: Levantar no *GShow* as mediações de ritualidade e espacialidades da telenovela *Avenida Brasil* (2012) e da minissérie *Justiça* (2016), sob a luz de conceitos mobilizados por Jesús Martín-Barbero (2004, 2009).

Relevância do Estudo: Mediações de ritualidade e espacialidades distinguem experiências no entorno do conteúdo audiovisual, tendo, portanto, importância significativa. O vídeo sob demanda concretizou-se em inúmeros serviços, como *GShow*, em destaque na atualidade.

Materiais e Métodos: Selecionou-se como corpo desta análise o *GShow*, uma das entradas da plataforma de acesso sob demanda da Rede Globo. São disponibilizados os capítulos e os episódios das produções ficcionais de modo fracionado ou integral, para não assinantes e assinantes, respectivamente. Centrou-se na página de exibição de vídeo da minissérie *Justiça* (2016) e da telenovela *Avenida Brasil* (2012), atentando para ritualidades. De acordo com Jesús Martín-Barbero (2002, p.232),

a ritualidade impõe regras ao jogo da significação, introduzindo o mínimo de gramaticalidade que faz possível expressar e tornar compatível o sentido”. Ainda, segundo o autor, “isso implica, de parte das mídias, uma certa capacidade de impor regras aos jogos entre significação e situação.

Partindo da transmissão clássica em fluxo contínuo da televisão, Martín-Barbero (2009, p. 292), revela a existência de espacialidades de ocorrência de mediações ou “lugares dos quais provém as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural”. São: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultura. Vislumbram-se esses conceitos na recepção sob demanda via *GShow*.

Resultados e Discussões: Seis mediações comunicativas de ritualidade foram encontradas no *GShow*, além das clássicas *avançar* e *retroceder*: a opção de fruição a partir da seleção de tramas ou personagens, aproveitando o ambiente hipertextual; o recebimento fracionado ou integral de capítulo ou episódio; o consumo contínuo e intenso por meio de maratonas; a recuperação de cenas perdidas durante o rito clássico; a reassistência de eventos já vistos na veiculação tradicional; e assistência da história sem qualquer contato com a exibição no fluxo. Da língua inglesa *binge-watching* ou *consumo doentio*, maratona é conceituada como a recepção exacerbada de parcelas que compõem a narrativa seriada, já manifestada em transmissões da televisão por assinatura de forma sazonal. Já *rewatching*, amplamente estudado por Jason Mittell, revela o retorno ao conteúdo, instigado por algum

motivo. Mittel (2012) distingue três formas de reassistibilidade: analítica, emocional e social. Associado ao conceito de *serialidade ergódica*, proposto por Jaime Costas Nicolás (2014), revela-se uma técnica de roteirização, que consiste em apresentar informações nas entrelinhas para que, na rede, apreciadores debatam os significados desprendidos. No exame que contemplou as páginas de vídeos da telenovela *Avenida Brasil* (2012) e da minissérie *Justiça* (2016), foi constatado que o público escolhe tramas para assistir. No caso da minissérie, histórias distintas obtiveram os mesmos índices diários de audiência na veiculação canônica. Na plataforma oficial de acesso *online*, as tramas que eram exibidas de segunda-feira e de terça-feira superaram as demais, considerando toda a exibição da produção ou vinte episódios. Em *Avenida Brasil* (2012), o núcleo de Cármen Lúcia foi o campeão de visualizações no primeiro capítulo. Do melodrama francês, os papéis narrativos do Bobo e da Ama angariaram um *status quo*, mas o público tem se esquivado de assisti-los. Notou-se, por fim, que houve um incremento nos acessos entre 2014 e 2016, período que a telenovela já estava fora do ar. Quanto às espacialidades das mediações, a cotidianidade familiar compreende o envolvimento do aparelho, considerando tanto a localização, quanto o modo como as reuniões dos habitantes do lar são organizadas no seu entorno ordinariamente. O consumo sob demanda tende a divergir da fruição clássica por ser personalizado, situando-se em um processo que parte dos encontros coletivos pelos poucos aparelhos que existiam para a centralidade da sala de estar e refúgio e distanciamento do quarto. A reunião coletiva agendada pela emissora via grade horária de programação entre telespectadores dispersos gera a temporalidade social. A disponibilização impossibilita que haja esse encontro sob demanda. Martín-Barbero (2009, p.299) discute o relacionamento entre televisão e cultura por meio dos gêneros do discurso, “que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos”. O pesquisador latino-americano elenca como âmbitos que devem ser observados: competitividade industrial, competência comunicativa, níveis e as fases de decisão, ideologias profissionais, rotinas de produção, estratégias de comercialização e hábitos de classe. Destacam-se na recepção sob demanda: estratégias de comercialização e os hábitos de classe que a distingue da televisão.

Conclusão: Torna-se necessário o exame constante das emergentes formas de fruição de conteúdos audiovisuais, já que trazem novos sentidos para as práticas e relacionamentos, atingindo-os e reconfigurando-os.

Referências

- CAZANI JÚNIOR, L. E. Análise da recepção sob demanda da telenovela *Avenida Brasil* e da minissérie *Justiça*. **Revista Geminis**. v.8. n.1. 2017. p.04-20.
- CAZANI JÚNIOR, L. E. **Da veiculação em fluxo contínuo para a disponibilização: o gancho na produção de sentido da telenovela Avenida Brasil**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/143799>>, Acesso: 26 jul.2017.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 6.ed. edição, 2009.
- MITTEL, J. **Notes on Rewatching**. JustTV, janeiro de 2011. Disponível em: <<https://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>>, Acesso: 25 jul. 2017.
- NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NICOLAS, J.C. El flow se estanca: el contramodelo ‘televisivo’ de Netflix. **Rev. Estud. Comun.**, Curitiba, v. 15, n. 38, p. 244-256, set./dez. 2014
- WILLIAMS, R. **Television: Technology and cultural form**. Londres: Taylor & Francis e-Library, 2005.

A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA DE ELY AZEREDO E O CINEMA BRASILEIRO NA TRIBUNA DA IMPRENSA (1956-1964) E NO JORNAL DO BRASIL (1964-1973)

Luís Geraldo Rocha¹

¹Mestre em Comunicação pela Unesp (FAAC, Bauru) – luis.geraldo21@hotmail.com

Grupo de trabalho: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Palavras-chave: Ely Azeredo, Crítica cinematográfica, Cinema Novo, Cinema Marginal. Comédia erótica.

Introdução: A partir da década de 1960, o cinema brasileiro passou por uma profunda transformação. O Cinema Novo, influenciado pela *Nouvelle Vague Française* e pelo *Neorealismo Italiano*, surgiu, inovando a maneira de se produzir filmes, tanto em sua técnica, quanto em sua temática. Paralelamente, o Cinema Marginal, como contraponto a este, emerge com novas tendências vanguardistas. No final da década, o gênero cômico domina a produção nacional, inserindo o erotismo cada vez mais latente em seus filmes. Diante desse cenário, o crítico de cinema Ely Azeredo, do Rio de Janeiro, distinguiu-se da maior parte da intelectualidade da época ao analisar as obras provenientes desses ciclos renovadores da cinematografia brasileira. Essa distinção residia no fato de que o crítico posicionava-se de maneira negativa às obras do Cinema Novo e do Cinema Marginal, elevadas como grande patrimônio cultural brasileiro, principalmente após o golpe militar de 1964. Em contrapartida, apresentava condescendência com as comédias eróticas, gênero popular, e, em sua maioria, desprezado pela mídia e pelos acadêmicos do período.

Objetivos: Identificar quais foram os motivos que levarão Ely Azeredo demonstrar uma visão negativa aos filmes do Cinema Novo e do Cinema Marginal e quais os critérios de análise cinematográfica que o levaram a traçar esse percurso durante seu trabalho como crítico de cinema na década de 1960.

Relevância do Estudo: A relevância deste estudo insere-se em sua originalidade e em sua abordagem. Trata-se da primeira pesquisa acerca do trabalho deste crítico de cinema, a fim de procurar as articulações realizadas em seus textos para apresentar opiniões e argumentos negativos sobre obras consideradas de grande valor artístico e cultural.

Materiais e Métodos: Como procedimento metodológico, foi adotada a Análise do Discurso de linha francesa. O material trabalhado compõe-se de vinte e sete artigos de Ely Azeredo, lançados entre os anos de 1956 e 1973, enquanto o crítico, respectivamente, trabalhou na *Tribuna da Imprensa* e no *Jornal do Brasil*.

Resultados e Discussões: Ely Azeredo iniciou seu trabalho como crítico de cinema no periódico *Tribuna da Imprensa*, em 1949. Pertencente ao jornalista e escritor conservador Carlos Lacerda, o veículo detinha posicionamentos alicerçados em uma visão cristã e tradicionalista. Dessa forma, o crítico adotou a postura do jornal em que trabalhava, cristalizando os mesmos posicionamentos pessoais do qual já dispunha. Com o advento do Cinema Novo em 1956, Ely Azeredo apresentou forte resistência ao primeiro filme do movimento, *Rio, 40 Graus*. Tal resistência residia no fato de que a obra transgredia todas as formas de produção convencionais e possuía um forte discurso marxista. De caráter conservador, que prezava um cinema realizado aos moldes norte-americanos, industrial e alicerçado no padrão narrativo-dramático de Hollywood, o crítico condenou as fitas do Cinema Novo durante todo o período em que ele existiu. O Cinema Marginal, por meio da

“Estética do Lixo”, assumia a posição de colonizado do cinema brasileiro e defendia a tese de que o cinema nacional só poderia ser realizado a partir de fragmentos desse lixo industrial, proveniente dos países desenvolvidos. Mais uma vez, as obras do referido movimento entravam em contradição com o horizonte de expectativas do crítico, pois abandonavam a convencionalidade norte-americana, a fim de realizar um cinema experimental e vanguardista, de modo a expressar o fechamento do país após o Ato Institucional Nº5. Já as comédias eróticas foram vistas por Ely Azeredo como um evento de grande valor, pois conseguiam dialogar com o grande público, com histórias de fácil compreensão, possibilitando o cinema brasileiro criar uma linha de produção regular e autossustentável, algo que, tanto o Cinema Novo, quanto o Cinema Marginal não conseguiam, pois seus filmes eram direcionados a um público restrito, composto apenas por intelectuais e acadêmicos.

Conclusão: Ely Azeredo foi uma das grandes vozes resistentes ao Cinema Novo, movimento hegemônico durante a década de 1960. Ao se posicionar com certo distanciamento dos filmes oriundos do movimento, conseguiu realizar diagnósticos, que, no calor da hora, poucas pessoas conseguiriam realizar. O principal deles reside no fato de que o Cinema Novo não cumpriu sua principal tese original: realizar um legítimo cinema popular, retratando os problemas sociopolíticos do país. A linguagem hermética da maioria destes filmes não conseguia atrair o grande público, fazendo com que o movimento passasse a ser autocontraditório, principalmente a partir de 1964, quando os filmes levaram às últimas consequências o processo de radicalização estética e narrativa em filmes pouco compreensíveis. O Cinema Marginal, por sua vez, apesar de seu teor de denúncia contra o regime militar, também não conseguia dialogar com o público devido à sua “pobreza” em todos os níveis e sua narrativa pouco convencional. A principal preocupação do crítico em realizar profundas avaliações negativas sobre as obras oriundas desses dois movimentos foi a incomunicabilidade com o público, que impedia que o cinema brasileiro evoluísse em termos estruturais, impossibilitando um horizonte que definia uma indústria sólida e relevante. As comédias eróticas, que iam na contramão dos referidos movimentos, foi a grande saída para esse impasse, tão caro ao crítico.

Referências

- AZEREDO, Ely. **Olhar crítico: 50 anos de cinema brasileiro**. Prefácio: Alberto Dines. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2009.
- LEITE, Sidney Ferreira. **Cinema brasileiro: das origens à retomada**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2005.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1997.
- RAMOS, Fernão. Os novos rumos do cinema brasileiro (1955-1970). In: RAMOS, Fernão. **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art Editora, 1987.
- ZILBERMANN, Regina. **Estética da recepção e história da literatura**. São Paulo: Ática, 1989.

A IDENTIDADE E O COSMOPOLITISMO PERIFÉRICO: UMA REFLEXÃO SOBRE A CIDADE E O RIO EM “A MARGEM”, DE OZUALDO CANDEIAS

Natália Conte¹;

¹ Doutoranda no programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista, cidade de Bauru e professora universitária - naticontejor@gmail.com.

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: identidade, cinema, cosmopolitismo periférico, Ozualdo Candeias.

Introdução: o estudo de identidade nacional representado em produções cinematográficas nacionais tem sido objeto de muitos pesquisadores no cenário acadêmico. Teóricos, como Paulo Emílio Sales Gomes e Jean-Claude Bernardet já demonstraram, em suas obras, como essas representações de identidades são possíveis dentro do cinema nacional. Porém, vale pensar na questão de identidade na obra do cineasta Ozualdo Candeias, “A Margem”, que retrata personagens tão peculiares, que vivem à beira de um rio lodoso, na cidade de São Paulo, e que representaram o início de um período cinematográfico brasileiro com características estéticas tão importante: o cinema marginal.

Objetivos: esse trabalho busca o retrato de uma identidade de quem vive na periferia das grandes cidades e no reconhecimento de um possível cosmopolitismo periférico presente no filme “A Margem”.

Relevância do Estudo: o filme “A Margem” é considerado o precursor do que chamamos de período cinematográfico nacional chamado “Cinema Marginal”, inclusive dando origem à denominação. O estudo desse trabalho se faz relevante propor o retrato dicotômico cosmopolita da cidade de São Paulo, proposto por Candeias, no final da década de 60, momento de regime ditatorial nacional.

Materiais e Métodos: para embasamento teórico, esse trabalho vale-se de nomes, como Stuart Hall na concepção identitária, e Angela Pryston para fortalecer o debate sobre ambientes cosmopolitas em periferia de grandes centros urbanos.

Resultados e Discussões: seis personagens percorrem a margem de um rio lodoso e sujo. O ambiente é feio, imundo e, por vezes, grotesco. Esses personagens encontram-se no decorrer da história e dão vida a mais de uma hora e trinta minutos de narrativa quase sem a oralidade e uma premiada trilha sonora, mais de 40 minutos em câmera subjetiva. Essa foi a estreia de Ozualdo R. Candeias no cinema, ousadia e amplitude artística retratando a transformação do olhar do espectador de algo feio para a beleza de suas imagens. Esse seria o filme que deu origem ao “Cinema Marginal”, conjunto de representações estéticas e temáticas que caracterizaram um período da produção cinematográfica no Brasil. Apesar de Stuart Hall não ter sido um teórico do cinema, sua pesquisa sobre concepções de identidade dialoga com as composições imagéticas de uma possível representação identitária no cinema brasileiro. A identidade para Hall é um conceito que deve ser usado como rasura, ou seja, como algo que está constantemente em evolução e em construção. O indivíduo busca o seu papel de agente social, levando em consideração as narrativas que são criadas sobre nós e a subjetividade. Quando olhamos o conceito de cosmopolitismo, vemos que se refere ao indivíduo que se julga conhecedor dos ambientes urbanos mundiais, que despreza as

fronteiras geográficas, como um personagem relevante no processo de globalização. Nesse sentido, a pesquisadora Angela Pryston empresta o termo para abordar como o indivíduo tem sido representado em produções cinematográficas do terceiro cinema, ou seja, obras produzidas na periferia mundial. A autora explica que sujeito cosmopolita periférico é um dos principais elementos na construção desse novo conceito de cosmopolitismo, pois opera por meio da instabilidade dos centros e estabelece novos territórios, tendo assim, a cidade local como seu cenário. A separação entre o ambiente de “A Margem” e a cidade fica clara em muitas sequências do filme. Segundo Ramos, em seu estudo “Cinema Marginal (1968/1973): a representação em seu limite”, o fato desse filme ter sido filmado às margens do rio Tietê e ao lado de uma favela paulista onde a visão é tomada pela miséria e pela sujeira, como os personagens transitam nesse ambiente e a narrativa fragmentada é que o tornaria essa obra precursora do marginal (Ramos, 1987, p. 87). Segundo leitura dos estudos de Pryston, os primeiros produtores cosmopolitas periféricos podem ser chamados de “vanguardistas latino-americanos” e unem dois pontos importantes nesse discurso: “cultura cosmopolita e a fundação das identidades nacionais baseadas na diferença”. A partir de “A Margem”, é possível apontar Ozualdo Candeias como um dos cosmopolitas periféricos que retratou essa nova forma de ver a cidade, direto das periferias.

Conclusão: nesse breve estudo sobre o cosmopolitismo periférico retratado na obra “A Margem”, do cineasta Ozualdo Candeias, foi possível compreender a importância da arte, como o cinema, em representar as diferenças de identidade presente nas sociedades e como o conceito de Pryston agrega para análise dessa questão. Vale ressaltar que o Cinema Marginal, gênero que nasce do filme “A Margem”, também contribuiu para o fortalecimento de uma possível identidade nacional em busca da valorização da individualização do sujeito que está, a todo tempo, construindo e evoluindo.

Referências

- APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização:** a modernidade sem peias. Editora Teorema. Lisboa, Portugal. 1996.
- FERREIRA, Jairo. **Cinema de invenção.** Editora Limiar. São Paulo, 2000.
- HALL, Stuart. Quem precisa de identidade?, In: **Identidade e diferença:** a perspectiva dos Estudos Culturais. (SILVA, Tomaz Tadeu, org.) 5.ed., Petrópolis: Vozes, 2004.
- PRYSTON, A. Diferença, pop e transformações cosmopolitas no Recife a partir do Movimento Mangue. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos. VI(1):33-46, janeiro/junho 2004. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6576>. Acesso: 24 ago. 2017.
- _____. **Imagens periféricas:** os estudos culturais e o terceiro cinema. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/73/73>. Acesso: 24 ago. 2017.
- RAMOS, Fernão. **Cinema marginal (1968/1973)** – a representação em seu limite. São Paulo: Brasiliense, 1987.

PROGRAMA ASTROLAB – ASTRONOMIA NA TV

Rene Lopez¹; Felipe Tristão²;

¹Professor do Curso de Produção Audiovisual – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –
renejornalista@hotmail.com;

²Produtor de TV – TV Unesp – felipe@tvu.unesp.br

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: produção, tv, astronomia, divulgação científica.

Introdução: O presente trabalho apresenta o processo de produção de um programa de divulgação científica voltado à Astronomia na TV aberta em Bauru. O Astrolab¹ estreou em 2017, na programação da TV Unesp, emissora educativa ligada à Universidade Estadual Paulista.

Objetivos: Neste projeto, buscou-se introduzir uma linguagem de fácil compreensão, ao mesmo tempo em que complexos temas da Astronomia eram citados.

Relevância do Estudo: Por meio deste estudo, buscou-se utilizar os elementos da linguagem audiovisual como facilitadores no processo de divulgação da Astronomia. Neste sentido, o tratamento do roteiro e a montagem foram de fundamental importância para que os conteúdos fossem de fácil assimilação e também gerassem no público curiosidade sobre o campo da Astronomia.

Materiais e Métodos: O programa Astrolab teve como diferencial um processo de produção bastante ágil e de baixo custo. Finalizado com cinco minutos de duração, o programa contou com imagens de *softwares* livres e de uso educacional (Stellarium, Space Engine e Celestia). Com estas ferramentas, foi possível simular viagens ao espaço e ilustrar detalhes de diferentes planetas, luas etc. Somadas às imagens dos *softwares*, foram usadas imagens de uso livre de diferentes agências espaciais. Tanto a ESA (*European Space Agency*), como a NASA (*National Aeronautics and Space Administration*) disponibilizam um grande acervo de material educativo, livre para usos não comerciais.

A equipe de produção do programa foi formada por dois produtores audiovisuais e um locutor. A partir de uma ampla pesquisa, as informações eram encadeadas em forma de roteiro. Após gravar a locução do roteiro, iniciava-se a etapa de levantamento de imagens, seja por meio dos *softwares* ou dos bancos de arquivos das agências espaciais.

Por fim, era feita uma sonora com um especialista em Astronomia para acrescentar informações mais pontuais. O professor Rodolfo Langhi², além de participar de todos os programas, apresentando parte da temática abordada no episódio, também desempenhou o papel de consultor de conteúdo. Antes da divulgação do programa finalizado, Langhi fazia uma revisão de todo conteúdo para garantir que nenhuma imprecisão fosse divulgada.

Resultados e Discussões:

Apesar de a TV Unesp ser especificamente um emissora pública, cabe ressaltar que todos os sistemas de radiodifusão dependem do uso de um bem público, o espectro de frequência. Sendo assim, devem respeitar o interesse nacional e estar de acordo com o

¹ Programa da TV Unesp disponível em www.tv.unesp.br/astrolab

² Professor do Departamento de Física e coordenador do Observatório Didático Astronômico da Unesp de Bauru

decreto 52.795/63 que aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT):

Os serviços de radiodifusão têm finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade. (Art. 3º, Capítulo II)

Podemos observar assim que, apesar de bastante antigo, o CBT, já em 1962, dava instruções claras sobre o papel cultural e educativo que se era esperado da radiodifusão. Algo que mais tarde, com a Constituição de 1988, seria revisitado através do artigo 221:

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:
I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
(CONSTITUIÇÃO, 1988)

Neste sentido, o projeto desenvolvido na TV Unesp teve como intuito difundir a ciência em um programa educativo, no qual conceitos de diferentes áreas das ciências se apresentam para desvendar os mistérios do Cosmos. No programa Astrolab, a curiosidade faz com que a “a aprendizagem aparece então como uma consequência não almejada, mas inevitável, como uma decantação de outras atividades, como um complemento não necessariamente percebido pelo usuário”. (BRAGA e CALAZANS, 2001, p. 98)

Para Langhi e Nardi (2012, p.108), este tipo de conteúdo se torna bastante apropriado como proposta educativa, pois teria o potencial de motivar os alunos e aprofundar conhecimentos em diversas áreas. Uma vez que a astronomia é altamente interdisciplinar.

Conclusão: Por meio da metodologia de produção aplicada, o programa Astrolab se tornou uma proposta viável de produção de conteúdo científico com foco na Astronomia. Seu caráter educacional oferece uma visão global do conhecimento humano sobre o Universo e os desafios das novas descobertas. Até o presente momento, foram produzidos dez episódios abordando os planetas do Sistema Solar, o Sol e o planeta-anão Plutão.

Referências

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e educação**. São Paulo: Hacker, 2001.

BRASIL (1962). Lei 4.117. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Lex: Coletânea de Legislação Federal e Marginalia. São Paulo, v. 26, pp. 255-273.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado, 1988.

KREINZ, Glória e PAVAN, Crodowaldo (org.). **Divulgação Científica**: reflexões, sexto volume da Coleção Divulgação Científica. Espiral (São Paulo), v. 4, p. 1, 2003.

LANGHI, Rodolfo; NARDI, Roberto. **Educação em Astronomia**: repensando formação de professores. São Paulo: Escrituras, 2012. (Educação para a ciência, v.11).

A EFICIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA ORIENTADA PELA FONOAUDIOLOGIA

Thiers Gomes da Silva

Professor do curso de Radialismo – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” –
UNESP Bauru – thiersgo@faac.unesp.br

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.

Palavras-chave: radiofonia, fonoaudiologia, locução radiofônica, rádio.

Introdução: A invenção do rádio, uma mídia social, atualmente, difundida, resulta de uma série de experiências realizadas por cientistas ao longo do tempo. Hoje em dia, a comunicação radiofônica somente é realizada quando há audiência comprovada. E é a locução o elemento principal que pode manter a atenção do ouvinte na programação que está sendo transmitida. Para que os conhecimentos sobre os procedimentos sobre a locução radiofônica possam ser ampliados, a busca de analogias e de relações entre campos ou áreas não tão diferentes ou distintas pode ser uma prática significativa.

Neste sentido, em função de demandas mais específicas, o trabalho fonoaudiológico passou a ser visto também com o compromisso de aprimorar e preparar os futuros profissionais da área de comunicação (OLIVEIRA, 2013, p. 295).

Objetivo: A combinação da voz com a música, o silêncio e os efeitos sonoros – com o objetivo de produção de sentido – é um fator significativo para manter a comunicação entre o rádio e seus ouvintes. Promover a prática planejada da performance vocal na locução radiofônica pode ser um procedimento que garante a eficiência da comunicação radiofônica.

Materiais e Métodos: Para o desenvolvimento deste trabalho, foram associados, com os trabalhos práticos, os conhecimentos e as experiências adquiridos na docência das disciplinas práticas profissionalizantes do Curso de Rádio, TV e Internet. Também ocorreu a articulação de conhecimentos e orientações da fonoaudiologia, ambos para estimular o aperfeiçoamento profissional da locução radiofônica. O método utilizado foi o hipotético-dedutivo a partir de pesquisas bibliográficas sobre os procedimentos para a produção de radiofônicos.

Resultados e Discussões: A existência da vida humana depende de um fluxo organizado de informação. Os humanos não são a única espécie de vida que se deve à capacidade de comunicar. Por meio das pesquisas sobre a evolução da vida no planeta Terra, é correto afirmar que outras espécies, há bilhões de anos, trocam informações entre si para se proteger de perigos e manter a sua existência. Desde os menores seres unicelulares até os maiores animais do planeta, a eficiência da comunicação das informações pode determinar a sobrevivência de uma espécie de vida. Para viver em comunidades ou sociedades, há uma variada gama de métodos de comunicação tais como: a visual, a química, a vocal e a gestual.

A comunicação é constitutiva de toda a sociedade humana e animal, desenvolve-se em todos os espaços da vida social, nomeadamente, na família, na escola, no hospital, na empresa, na mídia e, em cada um destes contextos, ela é hoje confrontada com profundas modificações relacionadas com a globalização, com as transformações sociais, culturais, políticas e com o aparecimento constante de novos suportes e instrumentos, com o desenvolvimento de novas tecnologias (RAMOS, 2001, p. 157).

A comunicação é, provavelmente, um valioso processo de transmissão da informação. Provavelmente, o mundo não existiria sem a comunicação. Dentre os tipos de comunicação, a vocal humana, sustentada pela linguagem verbal, enquanto um conjunto de palavras faladas, tem uma maior predominância, pois pode ser usada para expressar, reproduzir e interpretar o pensamento, as ideias, a memória ou a forma como se percebe o mundo, os eventos, as situações e acontecimentos permitindo a convivência em sociedade. A voz, que expressa a linguagem verbal, é o elemento mais significativo na comunicação através do rádio. O locutor radiofônico deve dar sustentação e significado nos sons radiofônicos (que podem estar combinados com músicas e efeitos sonoros) e para a possibilidade da ocorrência da eficiência na comunicação entre a locução e a audiência.

Conclusão: A audição somente pode ocorrer se o ouvinte estiver dentro do alcance de propagação do som, logo; o som radiofônico somente tem sentido se houver audiência. De nada adianta fazer uso de um meio de comunicação onde não há nenhuma probabilidade de recepção e interlocução, mesmo que seja simulada, ou seja, entre o locutor e a mente do ouvinte. Sendo o rádio, um meio, principalmente sonoro, independentemente de qualquer inovação tecnológica, a oralidade continua sendo o principal fator de manutenção ou elo com a audiência radiofônica. Portanto, investir no aprimoramento profissional da performance vocal da locução radiofônica pode ser garantia da evolução do serviço de radiodifusão não somente para a transmissão de música, mas também de ideias, informações e conhecimentos, provavelmente, significativos para o pleno exercício da cidadania e da evolução social.

Referências

- BARBOSA, Plínio A. e MADUREIRA, Sandra. **Manual de fonética acústica experimental**. São Paulo: Cortez Editora, 2015.
- GIL, Antônio Carlos. **Estudos de caso**: fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.
- GOMES, Adriano L. e DANTAS, Daniel. **A produção de sentidos na construção do imaginário através da experiência estética do rádio**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano VII, n.01. Pag. 185 – 196. UFSC, Florianópolis, SC: 2010.
- MARTINO, Luiz Mauro A. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2010.
- OLIVEIRA, Gabriela C. e outros. **Fonoaudiologia e formação profissional em rádio e televisão**: uma relação produtiva. Revista Distúrbios da Comunicação. São Paulo, V. 25, n. 02, 2013.
- RAMOS, Natália. **Comunicação, cultura e interculturalidade**. 2. ed. Revista Portuguesa de Pedagogia. Ano 35, pag.155 – 178. Coimbra, Portugal: 2001.

A REALIZAÇÃO EM MÍDIA SONORA COMO PILOTO AUDIOVISUAL

Wellington César Martins Leite - Professor dos cursos de Produção Audiovisual e Publicidade e Propaganda – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - wellingtoncmleite@gmail.com

Grupo de trabalho: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Palavras-chave: publicidade, produção audiovisual, mídia sonora, piloto, comunicação.

Introdução: A presente proposta consiste em colocar luz sobre a Mídia Sonora, séria alternativa profissional aos alunos de Produção Audiovisual e Publicidade e Propaganda. Especificamente, a realização de pilotos de produtos Audiovisuais em formato sonoro, conforme ideia original do prof. Dr. Antônio “Dino” Magnoni. Como uma mídia que pode ser produzida quase que gratuitamente, a mídia sonora estabelece-se como uma linguagem dotada de sentido, com capacidade de despertar a sensibilidade do ouvinte. Aqui sugerimos a confecção de pilotos sonoros para baratear a produção de produtos que serão apresentados com imagens.

Objetivos: O objetivo é mostrar aos interessados na produção de conteúdo audiovisual a exequibilidade, versatilidade, facilidade e baixo custo de um piloto na forma sonora.

Relevância do Estudo: Cremos que, além do custo baixo e facilidade de produção, a mídia sonora requer conhecimento e sensibilidade para emocionar quem ouve. Como sabemos, a parte sonora do audiovisual é a responsável direta e esquecida pela emoção que os produtores audiovisuais querem causar em suas audiências, por meio do estímulo à imaginação (ROBERTS-BRESLIN, 2009, p.119). Como nos lembra Kaplún, nosso projeto começa pelo planejamento (KAPLÚN, 2017, p.243), que se materializa no roteiro. Porém, a eficácia do roteiro, especificamente dos diálogos e efeitos sonoros, só poderá ser testada na prática. Assim, um piloto sonoro, funciona como a execução sem imagens, consolida ou refuta as estratégias sensíveis, economiza as verbas da execução e serve como treino aos atores e executores do projeto audiovisual.

Materiais e Métodos: Valemo-nos de uma revisão bibliográfica de estudiosos de Rádio e mídia sonora e, mais especificamente, de Desenho de Som, já que este ramo de estudos é totalmente voltado à produção audiovisual.

Resultados e Discussões: Segundo o IBGE³, (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em pesquisa de 2011, 97% dos lares têm televisores, frente aos 85% do ano de 2000. No mesmo período, a presença de aparelhos convencionais de rádio caiu de 87,45% para 81,4% do total. Porém, a pesquisa não engloba os mais de 200 milhões de aparelhos celulares em atividade no país, cujos receptores FM estão ativos. Já a Pesquisa da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República de 2015, afirma que 80% das pessoas ouvem rádio (90% têm acesso), com destaque para o crescimento dos ouvintes via *smartphones*⁴. Assim, o mero treinamento em linguagem sonora, por parte dos alunos de Comunicação Social, já seria uma forma interessante de adquirir e consolidar conhecimentos úteis para o mercado de trabalho. Ademais, como já exposto, toda vez que abrimos mão do planejamento em nossas produções audiovisuais, estamos planejando falhar: além do desgaste natural de equipamentos de gravação, o pagamento de horas de atores e demais pessoal envolvido na produção audiovisual, horas de estúdio e locação de equipamentos, além dos custos ordinários com combustível, hospedagem, alimentação, seguros etc., deixam a produção audiovisual cada vez mais distante de profissionais com

³ <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/18076-ibge-divulga-dados-estatisticos-de-radio-e-tv> acesso em julho de 2017.

⁴ <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23676-pesquisa-do-governo-confirma-importancia-do-radio-no-celular> acesso em julho de 2017.

poucos recursos. Como vimos, em 2015, a ausência de um planejamento sério atrasou em muitos anos o lançamento do filme *Chatô, o Rei do Brasil*⁵, que consumiu recursos públicos oriundos de renúncia fiscal. O caso, evidentemente, marcou negativamente o nome e a credibilidade de seu diretor. Sem mencionarmos a crítica ao resultado final, cremos que a execução de um piloto sonoro poderia ter criado atalhos criativos e permitido um melhor aproveitamento dos recursos disponíveis para este filme. A imensa disponibilidade de material bibliográfico sobre a produção sonora de roteiros dramáticos remonta à época das radionovelas, produto extremamente popular em toda América Latina, e é fonte que pode enriquecer as percepções do produtor de conteúdo audiovisual, seja na confecção de produtos artísticos ou comerciais.

Conclusão: A importância do roteiro é indiscutível, mas pode ser multiplicada, caso produzamos o mesmo produto somente na forma sonora. A prática no uso dos elementos que compõem a matriz sonora (voz, silêncio, música e efeitos) durante a graduação pode incrementar a prática de graduandos, economizar recursos e testar estratégias sensíveis.

Referências

COBRA, M; BRAGA, R. **Marketing educacional:** ferramentas de gestão para instituições de ensino. São Paulo: Cobra Editora, 2004.

BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. 3.ed. Madrid, España: Catedra Signo e Imagen, 2000.

KAPLÚN, Mario. **Produção de programas de rádio** – do roteiro à direção. Trad. Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti (orgs.). São Paulo: Intercom, Florianópolis: Insular, 2017.

MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (orgs.). **O novo rádio** – cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MEDEIROS, Ricardo. **O que é Radioteatro**. Florianópolis: Editora Insular, 2008.

PRATA, Nair; KLÖCKNER, Luciano. **História da mídia sonora:** experiência, memórias e afetos de norte a sul do Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009. Disponível em <http://www.pucrs.br/edipucrs/midiasonora>. Acesso: out. 2016.

ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHAMALO, Jesús. **Técnicas de comunicação pelo rádio** - a prática radiofônica. Trad. Alda da Anunciação Machado. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

ROBERTS-BRESLIN, Jan. **Produção de imagem e som**. 2ª Edição. Trad. Luiz Carlos de Queiroz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

RODRÍGUEZ, Ángel. *A dimensão sonora – da linguagem audiovisual*. Trad. Rosângela Dantas. Revisão técnica Simone Alcântara Freitas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação. **Rádio – a arte de falar e ouvir:** Laboratório. 2ª Edição. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

VIGIL, José Ignacio López. *Manual Urgente Para Radialistas Apaixonados*. Trad. Maria Luísa Garcia Prada. 2ª Edição. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

⁵ http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/11/26/interna_diversao_arte,508079/cheio-de-poemicas-o-filme-chato-de-guilherme-fontes-estrea-em-brasi.shtml. Acesso: out. 2017.