

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CAMPUS CURITIBA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

**GABRIELLY DE OLIVEIRA ROSCOCHE
GLAUCO FELIPE FRANÇA ADORNO
RODRIGO CARVALHO SILVA**

**KINOFOBIA - DESENVOLVIMENTO DE CURTA-METRAGEM E
MATERIAL DE DIVULGAÇÃO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CURITIBA
2012**

**GABRIELLY DE OLIVEIRA ROSCOCHE
GLAUCO FELIPE FRANÇA ADORNO
RODRIGO CARVALHO SILVA**

**KINOFOBIA - DESENVOLVIMENTO DE CURTA-METRAGEM E
MATERIAL DE DIVULGAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Diplomação, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Curitiba, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientador: Prof. Msc. Kando Fukushima

**CURITIBA
2012**

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº 510

KINOFOBIA – DESENVOLVIMENTO DE CURTA-METRAGEM E MATERIAL DE DIVULGAÇÃO

por

**GLAUCO FELIPE FRANÇA ADORNO
GABRIELY DE OLIVEIRA ROSCOCHE
RODRIGO CARVALHO SILVA**

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 24 de outubro de 2012 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM ARTES GRÁFICAS E DESIGN GRÁFICO, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Os alunos foram arguidos pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof(a). Esp. Rodrigo André da Costa Graça
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Renato Bordenousky Filho
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Kando Fukushima
Orientador(a)
DADIN – UTFPR

Prof(a). Dr^a Elenise Leocádia da Silveira Nunes
Professor Responsável pela Disciplina de TD
DADIN – UTFPR

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos profundamente às pessoas e instituições que tornaram esse projeto possível: A todos os atores voluntários, sem os quais realmente não seria possível filmar: Alexandre, Allan, Anderson, André, Chico, Daniel, Dimas, Edmar, Eliza, Luiz, Matheus, Nicolas e Pedro. Às empresas que nos ajudaram com apoio: Aviário Três Sinos, Bar Ao Distinto Cavalheiro, Brechó Trapos de Luxo, Centro Europeu, Cinemateca de Curitiba, Mix Acessórios.

Aos amigos que contribuíram para a finalização desse projeto: Aline, Anna, Ayna, Lorena, Natalia e Vanessa. Aos nossos pais que apoiaram durante o tempo na faculdade, e durante o processo de pesquisa, execução e finalização desse projeto. E ao Kando, nosso professor orientador, por abraçar junto conosco esse desafio.

RESUMO

ADORNO, Glauco Felipe França; ROSCOCHE, Gabrielly de Oliveira; SILVA, Rodrigo Carvalho. Kinofobia - Desenvolvimento de Curta-metragem e Material de Divulgação. 2012. 117 f. Monografia de Trabalho de Conclusão de Curso - Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

Este trabalho se dedica a embasar e descrever o processo de produção de um curta-metragem surrealista. Através da pesquisa aqui apresentada, fundamentam-se as áreas relevantes para a produção do filme, tais como: A história do movimento surrealista, a sua relação com o cinema, o projeto audiovisual, sua áreas em comum com o design e divulgação para as obras audiovisuais. Além disso, é relatado o processo de produção do filme, desde o planejamento até o resultado. Descreve-se também a produção do material gráfico de divulgação da obra, analisando esse segmento da produção gráfica com os estudos do design gráfico. A pesquisa também se propõe discutir como o profissional de design se encaixa no mercado de trabalho audiovisual.

Palavras-chave: Surrealismo. Cinema. Design. Cartaz. Audiovisual.

ABSTRACT

ADORNO, Glauco Felipe França; ROSCOCHE, Gabrielly de Oliveira; SILVA, Rodrigo Carvalho. Kinofobia – Development of an Short Movie and it Publicity Material. 117 f. Monografia de Trabalho de Conclusão de Curso - Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

This paper describes and provides theoretical basis for the production process of a surreal short film. Through research presented here, relevant areas of a media production of a film are discussed, such as: The history of the surrealist movement and its relation with cinema, the audiovisual project, its common areas with design and the publicity of the film. In addition to that, it relates the process of the production of a short film, from planning to post execution result. It also describes the production of the publicity graphic material, analyzing this segment of graphic production within the studies of graphic design. The paper also proposes the discussion of how the designer is able to fit in the audiovisual market.

Keywords: Surrealism. Cinema. Design. Poster. Audiovisual.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – CAPA DA EDIÇÃO DE OUTUBRO DE 1927 DA REVISTA “LA REVOLUTIÓN SURREÁLISTE”	16
FIGURA 2 – CANIBALISMO OUTONAL – SALVADOR DALÍ.....	20
FIGURA 3 – A TRAIÇÃO DAS IMAGENS – RENÉ MAGRITTE.....	21
FIGURA 4 – “O QUE EU VI NA ÁGUA” OU “O QUE A ÁGUA ME DEU” FRIDA KAHLO.....	23
FIGURA 5 – STILL DO FILME “CIDADE DOS SONHOS”	24
FIGURA 6 – STILL DO FILME “O MUNDO IMAGINÁRIO DO DR. PARNASSUS.....	25
FIGURA 7 – STILL DO FILME “UM CÃO ANDALUZ”	27
FIGURA 8 – STILL DO FILME “A MONTANHA SAGRADA”	28
FIGURA 9 – ORGONOGRAMA DO PROCESSO DE EXECUÇÃO DO FILME - ADAPTADO.....	33
FIGURA 10 – STILL DO FILME “ANEMIC CINEMA”	34
FIGURA 11 – STILL DO FILME “VIAGEM À LUA”	35
FIGURA 12 – STILL DO FILME “BLOW JOB”	36
FIGURA 13 – DESENHO GEOMÉTRICO SIMULANDO O VOLUME.....	38
FIGURA 14 – BITOLA CINEMATOGRAFICA, FORMADA PELO CONJUNTO DE FOTOGRAMAS.....	39
FIGURA 15 – STILL DO FILME “A LIBERDADE É AZUL”	41
FIGURA 16 – EXEMPLO DE STORYBOARD.....	43
FIGURA 17 – LOGO CRIADA PARA O FILME “DURVAL DISCOS”	44
FIGURA 18 – CRÉDITOS INICIAIS DO FILME “O HOMEM DO BRAÇO DE OURO.....	46
FIGURA 19 – INTERFERÊNCIA GRÁFICA BASEADAS EM QUADRINHOS NO FILME “SCOTT PILGRIM CONTRA O MUNDO”	47
FIGURA 20 – CARTAZ DO FILME “BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS”	48
FIGURA 21 – STILL DO FILME “OS 12 MACACOS”	52
FIGURA 22 – CARTAZ DO CURTA-METRAGEM “CAFÉ COM LEITE”	53
FIGURA 23 – CARTAZ DO FILME “O MUNDO IMAGINÁRIO DO DR. PARNASSUS”	55
FIGURA 24 – DETALHE CARTAZ DO FILME “O MUNDO IMAGINÁRIO DO DR. PARNASSUS”	56

FIGURA 25 – DETALHE CARTAZ DO FILME “O MUNDO IMAGINÁRIO DO DR. PARNASSUS”	57
FIGURA 26 – DETALHE CARTAZ DO FILME “O MUNDO IMAGINÁRIO DO DR. PARNASSUS”	57
FIGURA 27 – DETALHE CARTAZ DO FILME “O MUNDO IMAGINÁRIO DO DR. PARNASSUS”	58
FIGURA 28 – CAPA DE DVD DO FILME “CISNE NEGRO”	59
FIGURA 29 – PRESS KIT DO FILME “ALICE NO PAÍS DAS MARAVILHAS”	60
FIGURA 30 – FOTO DE ALFRED HITCHCOCK	65
FIGURA 31 – PERSONAGEM HITCHCOCK NO FILME “KINOFOBIA”	65
FIGURA 32 – STILL APRESENTADOR DO “CLUBE SILÊNCIO”, PERSONAGEM DO FILME “CIDADE DOS SONHOS”	66
FIGURA 33 – PERSONAGEM DAVID NO FILME “KINOFOBIA”	66
FIGURA 34 – STILL DA ROUPA DO GUILHERME, DO FILME “KINOFOBIA”	69
FIGURA 35 – STILL DO PERSONAGEM DAVID, DO FILME “KINOFOBIA”	70
FIGURA 36 – CROQUI DOS PERSONAGENS, DO FILME “KINOFOBIA”	71
FIGURA 37 – FOTO DOS PERSONAGENS, DO FILME “KINOFOBIA”	71
FIGURA 38 – CROQUI DA MAQUIAGEM DO TERRY, DO FILME “KINOFOBIA”	72
FIGURA 39 – FOTO DA MAQUIAGEM DO TERRY, DO FILME “KINOFOBIA”	73
FIGURA 40 – FOTO DA MAQUIAGEM DO CHARLIE, DO FILME “KINOFOBIA”	73
FIGURA 41 – FOTO DA CAIXA E O HITCHCOCK, DO FILME “KINOFOBIA”	74
FIGURA 42 – CROQUI DAS ASAS DO TERRY, DO FILME “KINOFOBIA”	75
FIGURA 43 – FOTO DAS ASAS DO TERRY, DO FILME “KINOFOBIA”	76
FIGURA 44 – FOTO DO RELÓGIO USADO NO FILME “KINOFOBIA”	77
FIGURA 45 – STILL CENA DO FILME “KINOFOBIA” – RODRIGO CARVALHO (2012) USO DE FILTRO COLORIDO	78
FIGURA 46 – STILL CENA DO FILME “KINOFOBIA” – RODRIGO CARVALHO (2012) USO DE IMAGEM DUPLICADA	79
FIGURA 47 – STILL CENA DO FILME “KINOFOBIA” – RODRIGO CARVALHO (2012) USO DE CÂMERA SUBJETIVA	80
FIGURA 48 – STILL CENA DO FILME “KINOFOBIA”	80
FIGURA 49 – STILL CENA DO FILME “KINOFOBIA”	81

FIGURA 50 – LOCAÇÃO DO BAR AOS DISTINTOS CAVALHEIROS, PARTE INTERNA, 2011.....	85
FIGURA 51 – BASTIDORES DE MAQUIAGEM.....	86
FIGURA 52 – BASTIDORES DA FILMAGEM NO BAR.....	87
FIGURA 53 – O SET DE FILMAGEM NA CENA DO JANTAR.....	87
FIGURA 54 – GRAVANDO AS CENAS DO SONHO.....	89
FIGURA 55 – GRAVANDO A CENA FINAL.....	91
FIGURA 56 – IMAGEM DA INTERFACE DO SOFTWARE FINAL CUT PRO, USADO NA EDIÇÃO DO FILME.....	92
FIGURA 57 – IMAGEM DA INTERFACE DO SOFTWARE FINAL CUT PRO, USADO NA CORREÇÃO DE COR DAS IMAGENS DO FILME.....	93
FIGURA 58 – STILL CRÉDITOS FINAIS DO FILME “MAIS ESTRANHO QUE A FICÇÃO”	94
FIGURA 59 – FOTO DA INTERFACE DO ADOBE FLASH CS5 NA PRODUÇÃO DA ABERTURA DO “KINOFOBIA”.....	95
FIGURA 60 – FOTO DA INTERFACE DO APPLE FINAL CUT PRO NA FINALIZAÇÃO DA ABERTURA DO FILME “KINOFOBIA”.....	96
FIGURA 61 – STILL DOS CRÉDITOS FINAIS DO FILME.....	97
FIGURA 62 – IMAGEM DA INTERFACE DO SOFTWARE PRO TOOLS, USADO NA EDIÇÃO DO SOM DO FILME.....	98
FIGURA 63 – CAIXA USADA NO FILME.....	101
FIGURA 64 – ARTE DA CAIXA.....	102
FIGURA 65 – MODELO DA CAIXA.....	103
FIGURA 66 – FOTO MONTAGEM COM ELEMENTOS DO FILME.....	104
FIGURA 67 – RASCUNHOS DE ALTERNATIVAS UTILIZANDO FOTOS DE LOCAÇÃO.....	105
FIGURA 68 – RASCUNHOS DE ALTERNATIVAS UTILIZANDO FOTOS DE LOCAÇÃO.....	106
FIGURA 69 – RASCUNHOS DE ALTERNATIVAS UTILIZANDO FOTOS DE LOCAÇÃO.....	107
FIGURA 70 – PRIMEIRAS ALTERNATIVAS DE ELABORAÇÃO DO CARTAZ.....	108
FIGURA 71 – ALTERNATIVA DE ELABORAÇÃO DO CARTAZ.....	109
FIGURA 72 – ALTERNATIVA DE ELABORAÇÃO DO CARTAZ.....	110
FIGURA 73 – ALTERNATIVA DE ELABORAÇÃO DO CARTAZ.....	111

FIGURA 74 – ALTERNATIVA DE ELABORAÇÃO DO CARTAZ.....	112
FIGURA 75 – ALTERNATIVA DE ELABORAÇÃO DO CARTAZ.....	113
FIGURA 76 – VERSÃO FINAL DO CARTAZ.....	114
FIGURA 77 – CARACTERES DA FONTE “BEBAS”.....	115
FIGURA 78 – CARACTERES DA FONTE DEJAVU SANS.....	115
FIGURA 79 – APLICAÇÃO DE ELEMENTOS GRÁFICOS NA CAMISETA.....	117
FIGURA 80 – SIMULAÇÃO DE APLICAÇÃO DA MARCA NO COPO DE BRINDE.....	118
FIGURA 81 – ALTERNATIVA DA CONTRA-CAPA DA CAPA DO DVD.....	119
FIGURA 82 – VERSÃO FINAL DA CAPA DO DVD.....	120
FIGURA 83 - BOLOCHA FINAL DO DVD.....	121

LISTA DE SIGLAS

DVD	<i>Digital Video Disc</i> : Formato de mídia digital em disco.
RGB luz.	<i>Red, Green and Blue</i> : Conjunto de cores primárias quando se trata de luz.
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVO.....	11
1.1.1 Objetivo Geral	11
1.1.2 Objetivos Específicos	11
1.2 JUSTIFICATIVA	12
1.3 METODOLOGIA E EMBASAMENTO TEÓRICO	13
2 PESQUISA	14
2.1 SURREALISMO	14
2.1.1 O Movimento Surrealista	14
2.1.2 A Obra Surrealista.....	17
2.1.3 O Legado Surrealista.....	22
2.1.4 O Cinema Surrealista	25
2.2 O AUDIOVISUAL	29
2.2.1 O Projeto Audiovisual.....	29
2.2.2 Audiovisual Como Suporte Para as Artes Visuais.....	34
2.2.3 A Linguagem Bidimensional do Cinema.....	37
2.2.4 A Importância do Design no Audiovisual.....	42
2.3 MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO.....	49
2.3.1 Identidade Visual do Filme	49
2.3.2 Publicidade de Cinema Para Festivais.....	51
2.3.3 Análise da Identidade Visual de Filmes Surrealistas.....	54
3 DESENVOLVIMENTO DO CURTA-METRAGEM	62
3.1 ROTEIRO	62
3.2 PRÉ-PRODUÇÃO	64
3.2.1 Decupagem de Direção.....	64
3.2.2 Decupagem de Direção de Arte	67
3.2.3 Decupagem de Direção de Fotografia.....	77
3.2.4 Decupagem de Som.....	81
3.2.5 Decupagem de Produção.....	83
3.3 PRODUÇÃO.....	84
3.4 FINALIZAÇÃO.....	92
3.4.1 Edição de Imagem	92
3.4.2 Titulações	94

3.4.3 Edição de Som	97
4 DESENVOLVIMENTO DO MATERIAL DE DIVULGAÇÃO	99
4.1 PESQUISA DE PÚBLICO ALVO	99
4.2 MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO ESCOLHIDOS	99
4.2.1 Elaboração do Press Kit	100
4.2.1.1 Elaboração da Caixa	101
4.2.1.2 Elaboração do Cartaz.....	104
4.2.1.3 Elaboração da Camiseta	116
4.2.1.4 Elaboração do Copo.....	117
4.2.2 Elaboração da Capa Do Dvd.....	118
4.2.3 Elaboração do Teaser	121
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
5.1 DIFICULDADES ENCONTRADAS NO PROJETO	123
5.2 RECOMENDAÇÕES PARA FUTUROS TRABALHOS	124
5.3 CONCLUSÃO.....	126
REFERÊNCIAS.....	127
GLOSSÁRIO.....	133
APÊNDICE A – MASTER SCENES.....	134
APÊNDICE B – ROTEIRO KINOFOBIA.....	135
APÊNDICE C – STORYBOARD	136
APÊNDICE D – ORDEM DO DIA 12/11/2011	137

1 INTRODUÇÃO

Este projeto propõe a produção de uma curta-metragem surrealista e os materiais gráficos necessários para sua divulgação.

Acredita-se que o projeto audiovisual pode se beneficiar das teorias e conceitos estudados pelo design, e que como essa alternativa ainda não é normalmente explorada dentro do curso de design gráfico, acredita-se que a produção do curta-metragem possa fomentar a discussão da utilização de teorias do design aplicadas em projetos audiovisuais e estimular o interesse de estudantes de design para esse tipo de mídia. Pode-se afirmar que os filmes são um dos principais produtos culturais e de entretenimento da nossa sociedade e um dos meios multisensoriais mais utilizados para a comunicação.

A escola do surrealismo utiliza dessa multisensorialidade para reforçar as aspirações oníricas e incutir nas suas produções caracteres subjetivos e contestatórios. De maneira a explorar a potencialidade dos estados inconscientes da mente humana, a escola se põe numa posição de oposição à normas sociais pré-estabelecidas. Por isso a escolha dessa escola como forma de narrativa para um roteiro, que pretende discutir o cinema como forma de arte.

Apesar de alunos de design, dois dos alunos autores deste projeto já tiveram experiência na produção de audiovisual, através de cursos, filmagens e projetos independentes.

1.1 OBJETIVO

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral é a produção de um curta-metragem e dos materiais gráficos necessários para sua divulgação.

1.1.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos que permitirão o cumprimento do objetivo geral são:

- Estudar detalhadamente a estética surrealista, para compreender e

gerar conceitos que virão a ser utilizados no projeto;

- Pesquisar e assistir filmes para servir como referências de cor, planos, iluminação, e temática;
- Estudar técnicas do projeto de cinema para compreender e executar as etapas necessárias na produção cinematográfica;
- Pesquisar teorias na área do curso para utilizar no projeto do filme, nos materiais de divulgação e na redação da monografia;
- Utilizar metodologia de design para desenvolver as peças gráficas de divulgação
- Aplicação de conceitos de diagramação, criatividade e produção de projetos gráficos aprendidos durante o curso;

1.2 JUSTIFICATIVA

Como afirmam as autoras Ellen Lupton e Jennifer Cole Philips, (2008) em seu livro: “Novos Fundamentos do Design”, o cinema é uma arte visual e, também faz parte da área de interesse do design. Tradicionalmente os problemas relacionados ao design para esse tipo de mídia se reduzem à inserção de textos e grafismo, ao uso de cores e iluminação e à construção de ambientações e cenários, o que se restringia ao departamento de arte e de fotografia.

Com a expansão da tecnologia digital surgiram outras áreas de atuação como o uso de efeitos especiais, interferências ilustrativas e fotográficas e a realidade criada; todos esses inseridos no departamento de edição, montagem e pós-produção. Os problemas desse tipo de suporte vão além de ambientação, grafismos e tratamentos na edição. Vários conceitos e estudos do design, especialmente o gráfico, podem servir como definidores da estética visual e fotográfica, agregando qualidade ao resultado final.

Na história houve alguns designers e artistas plásticos que se utilizaram do audiovisual como suporte midiático para suas obras, a exemplo de Andy Warhol, como mostra a biografia do artista escrita no livro “A Filosofia de Andy Warhol” (1975).

O filme é considerado um produto cultural, usado como forma de reflexão ou de puro entretenimento pela a sociedade. Esse formato oferece a possibilidade de discussão de diversos assuntos, além de gerar grande interesse por parte do público. A indústria cinematográfica é forte e movimenta bilhões de dólares mundialmente com longas-metragens e produção televisiva. O curta-metragem é uma forma mais rápida e acessível de produção desse tipo de mídia, por isso é a maneira mais utilizada para projetos independentes e a forma escolhida para execução deste trabalho.

O surrealismo foi escolhido como a escola cinematográfica a servir de referência da obra a ser produzida pelos alunos, a fim de atrair maior atenção do público, estudar uma escola de vanguarda importante para a história da arte e movimentar a discussão sobre a continuação desse estilo de cinema. Seguindo o pensamento apresentado em Mascarello (2008) seria injusto dizer que o cinema surrealista se resume aos filmes feitos por Luis Buñuel, pois ainda existem diversos cineastas surrealistas contemporâneos como David Lynch.

Os surrealistas produziam obras cinematográficas estranhas, sempre com o intuito de romper a fronteiras entre realidade e o sonho, entre o inconsciente e o consciente e, dessa forma levar a curiosidade dos espectadores para dentro do filme. (MASCARELLO, 2008, p.148)

1.3 METODOLOGIA E EMBASAMENTO TEÓRICO

O filme será produzido de acordo com as pesquisas dos integrantes sobre três áreas pertinentes ao projeto: O Surrealismo, a produção de audiovisual, e a produção do material impresso de divulgação.

2 PESQUISA

2.1 SURREALISMO

2.1.1 O Movimento Surrealista

A palavra “surrealismo” foi criada pelo escritor Guillaume Apollinaire, em 1917, (BRADLEY, 1999) para se referir a objetos de cena, figurino e música de uma peça de teatro que ele descreve como um tipo de “super-realismo”. Anos depois, André Breton e Philippe Soupault, dois jovens escritores parisienses, adotaram essa palavra para se referir ao movimento que fundavam, que buscava romper com a racionalidade da sociedade da época. Seu objetivo era livrar a sociedade da “escravatura da razão” (e fazer com que a verdade e a sabedoria contidas no inconsciente humano viessem à tona). Segundo eles, os meios mais efetivos de fazê-lo num contexto social, eram a literatura e as artes (BRADLEY, 1999).

Desde a metade do século XIX, a arte europeia vinha sofrendo um gradual mas intenso processo de mudança. A arte acadêmica de regras clássicas e salões anuais, veio perdendo a força para artistas independentes, que produziam uma arte livre das instituições de arte tradicional. Através de movimentos como o Impressionismo, (GOMBRICH, 1950. p.410) - que pregava necessário se produzir pinturas rapidamente, e na cena onde acontecem, ao invés de se trabalhar num ambiente controlado e “pedagógico” de um estúdio ou academia – a sociedade europeia - o público e a crítica - mudou sua posição com relação à uma produção artística que não vinha de uma tradição institucional.

Isso não significa, porém, que as correntes artísticas independentes se organizaram num só grupo. Ao contrário, várias linhas artísticas surgiram de artistas buscando seu status de movimento válido para a história da arte (FER, BATCHELOR & WOOD, 1998 - p 3). Desse modo, pela primeira vez um número de estilos artísticos diferentes coexistiam, e de maneira diversa, vários ideais eram defendidos e manifestos eram escritos por jovens artistas ávidos por explorar e experimentar novas possibilidades artísticas, sendo o surrealismo um deles.

Em 1919 Breton e Soupault deram início à uma publicação vanguardista chamada *Littérature*. Uma revista de poesia e prosa que mais tarde viraria o grande palco das experimentações literárias que tornaram o surrealismo popular entre os

jovens escritores e artistas de vanguarda de Paris. Nesta revista eram publicadas de obras do próprio Breton a artistas menos reconhecidos, e também colaborações de dois ou mais artistas.

Inicialmente, o surrealismo era um projeto voltado somente à literatura. Em 1925, porém, Breton publicou “Surrealismo e Pintura”, (BRADLEY, 1999) denotando o poder de exploração do inconsciente que o universo pictórico poderia ter. A partir disso a pintura e outras disciplinas das artes plásticas passaram a fazer parte do movimento, e a ganhar importância para a divulgação das filosofias da vanguarda.

No decorrer dos anos 20, o movimento surrealista tomou corpo. Vários artistas de lugares diferentes do mundo aderiram à causa, que se tornou forte e popular. O movimento era centralizado por Breton em Paris, que montou um escritório de pesquisa e mantinha um café, onde os artistas se encontravam, expunham suas obras e declamavam suas poesias. O movimento foi de fato oficializado com a criação do manifesto surrealista, em 1924 (BRETON, 1924). Ele é um documento com a história de como surgiu a base filosófica do movimento, justificando as intenções de se alterar o padrão de pensamento “dominado pela lógica:”

Ainda vivemos sob o império da lógica, eis aí, bem entendido, onde eu queria chegar. Mas os procedimentos lógicos, em nossos dias, só se aplicam à resolução de problemas secundários. O racionalismo absoluto que continua em moda não permite considerar senão fatos dependendo estreitamente de nossa experiência. Os fins lógicos, ao contrário, nos escapam. Inútil acrescentar que à própria experiência foram impostos limites. Ela circula num gradeado de onde é cada vez mais difícil fazê-la sair. Ela se apoia, também ela, na utilidade imediata, e é guardada pelo bom senso. A pretexto de civilização e de progresso conseguiu-se banir do espírito tudo que se pode tachar, com ou sem razão, de superstição, de quimera; a proscrever todo modo de busca da verdade, não conforme ao uso comum. (BRETON, 1924 – Manifesto Surrealista, p.4)

Segundo a crítica da sociedade que Breton traz no documento, os padrões de pensamento da época haviam se tornado racionais e realistas demais, e por consequência, banais. A falta de importância atribuída para imaginação era uma das suas grandes críticas na área da literatura e da filosofia. O surrealismo seria então, a nova linha de pensamento responsável por resgatar o poder renovador da imaginação e do sonho, trazendo de volta o potencial criativo a uma sociedade estagnada.

No mesmo ano, o periódico que dera origem ao movimento, o *Littérature*, deu lugar ao pictórico e mais estruturado “*La Révolution Surrealiste*” conforme exemplo na Figura 1. O título, bem mais ambicioso, pregava uma expansão do movimento, espalhando suas ideias por todos os campos da arte. Em seu conteúdo, eram frequentemente publicadas reproduções de quadros, colagens e gravuras surrealistas, levando assim ao grande público o sentido estético das artes plásticas.



Figura 1 - Capa da edição de outubro de 1927 da *La Révolution Surrealiste*
Fonte: Art Icono, 2011

Através das décadas seguintes, o Surrealismo se difundiu como um movimento artístico internacional, formando público nos Estados Unidos, Reino Unido e grande parte da Europa. Artistas renomados como o espanhol Salvador Dalí e o belga René Magritte aderiram e transformaram o movimento em passível de exposições próprias eventos e palestras ministradas sobre a filosofia do grupo. Além da literatura e da pintura, o surrealismo também se espalhou por várias disciplinas da arte, como escultura, teatro e cinema. O movimento parisiense seguiu suas atividades, apesar de desentendimentos internos, até 1966, (BRADLEY, 1999) quando a morte de Breton torna a dissolução das atividades oficiais inevitável.

2.1.2 A Obra Surrealista

Quando lançou a revista *Littérature*, com 23 anos, André Breton dera início (BRADLEY, 1999) a um movimento que atingiria proporções extremamente vastas. A revista seria um veículo de expressão para que ele e outros escritores colaboradores difundissem suas idéias. Uma das técnicas de escrita utilizadas para que se alcançasse o resultado desejado, é a chamada “escrita automática”. Muitas vezes praticada em conjunto, onde através da associação livre de palavras se montava um texto sem estrutura lógica. O objetivo de se adotar esse método era se livrar da censura que a consciência e a racionalidade exercem sobre a mente humana, e de quebrar as convenções literárias da época, se conectando com o puro potencial criativo que acreditavam que o inconsciente contém. (CEIA, 2011)

Os campos magnéticos é um exemplo. Obra realizada em colaboração entre Breton e Soupault, era escrita de maneira aleatória, da maneira que as palavras lhes viessem à cabeça. (BRADLEY, 1999) A colaboração dos dois autores, contribuiria para que a obra fosse o mais fluída e espontânea possível. O fim de um capítulo somente definido pelo fim de um dia de trabalho, o próximo capítulo começava quando Breton e Soupault voltavam ao trabalho, na manhã seguinte. Num exemplo, nota-se a descrição de ambientes de maneiras similares à o que seria um sonho:

It was the end of sorrow lies. The rail stations were dead, flowing like bees stung from honeysuckle. The people hung back and watched the ocean, animals flew in and out of focus. The time had come. Yet king dogs never grow old – they stay young and fit, and someday they might come to the beach and have a few drinks, a few laughs, and get on with it. But not now. The time had come; we all knew it. But who would go first? (BRETON;SOUPAULT, 1985, p. 40)

Em 1925, Breton lançou o livro “Surrealismo e a pintura”, introduzindo a teoria surrealista ao campo das artes visuais. A partir desta publicação, vários artistas plásticos aderiram ao movimento, com o objetivo de explorar as possibilidades que o inconsciente poderia gerar nas representações pictóricas.

Um dos notáveis primeiros artistas plásticos é André Masson que tentou aplicar as técnicas “automáticas” ao universo das artes visuais. Seu método era simplesmente tentar desenhar ou rabiscar uma superfície num estado mental de alheamento formando assim desenhos sem “ter consciência” do que estava fazendo.

O artista foi sucedido e aclamado pelos seus resultados. Teve seus desenhos publicados na revista, estimulando toda uma geração de pintores a tentar se utilizar das técnicas de representação tão significativas e reveladoras.

Um outro artista surrealista consagrado que se utilizava das técnicas automáticas é o espanhol Joan Miró. Aderindo ao movimento em Paris aos poucos, Miró pintava à maneira dos artistas que usavam as técnicas automáticas, mas particularmente incluindo palavras em suas pinturas, criando assim quadros-poema, onde a significação expressada tanto pela forma e pela cor, quanto pela linguagem escrita.

Outros métodos de representação visual foram criados por vários artistas para que se superasse o desafio de se conseguir um resultado artístico livre de qualquer tipo de racionalidade. Um dos pioneiros nessas técnicas diferenciadas de criação é o artista alemão Max Ernst. De modo a criar algo usando o caos e a aleatoriedade, ele optou por usar técnicas de decalque e raspagem da superfície, para conseguir manchas aleatórias a partir das quais pudesse trabalhar, usando seu inconsciente para dar forma aos desenhos. Além disso Ernst foi também um dos pioneiros do uso da técnica da colagem, compondo representações com fragmentos de fotografias e outros elementos visuais de origens diversas para formar uma obra com significado “irracional”.

Com o passar do tempo, artistas visuais passaram a tentar representar o inconsciente de maneira diferente. A pintura a óleo é um processo complicado e não muito prático. Criar representações visuais através da pintura nos moldes “automáticos” da literatura surrealista sempre foi um desafio. Como alternativa a esse método então, as experimentações do movimento levou a uma outra maneira de representar imagens inconscientes. (BRADLEY, 1999) Sob a influência dos livros de Sigmund Freud, as possibilidades estéticas do mundo dos sonhos se transformaram no principal tema da maioria dos artistas plásticos surrealistas.

Freud, neurologista austríaco nascido em 1856, foi responsável pela criação da disciplina da psicologia conhecida como a psicanálise. Segundo seus estudos, a mente humana era formada de uma parte “consciente” e outra “inconsciente”. A parte consciente seria responsável pela razão e lógica, e é a que experienciamos enquanto estamos acordados e conscientes. O inconsciente, porém, guarda todas as memórias, sentimentos primitivos e desejos reprimidos do ser humano. Nele estariam profundamente guardadas as verdadeiras características primitivas dos

seres humanos. Para Freud, a mais clara expressão do universo inconsciente ocorria no ato de sonhar. O sonho era a janela para todas as coisas normalmente “escondidas” pela racionalidade e pela consciência. Cientes dessa teoria, artistas começaram a se utilizar de técnicas para pintar não mais imagens espontâneas, mas representações do inconsciente no estado de sonho, chamadas de “Imagens da irracionalidade concreta”. Os principais representantes dessa nova estética dentro do surrealismo são o pintor espanhol Salvador Dalí, e o belga René Magritte.

A nova estética se utilizava não de imagens inconscientemente criadas, mas de imagens conscientes, formas reconhecíveis, dispostas num contexto adverso ao comum, como num sonho. Gombrich discorre a respeito em seu livro *A História da Arte*:

In dreams we often experience the strange feeling that people and objects merge and exchange places. Our cat may be at the same time our aunt, our garden Africa. One of the leading surrealist painters, the Spaniard Salvador Dalí, (1904 – 89) tried to imitate this weird confusion of our dream-life. In some of his pictures he mixed surprising and incoherent fragments of the real world - painted with [...] detailed accuracy. - and gives us the feeling that there must be some sense in all this apparent madness. (GOMBRICH, 1950, p. 592-593)

Dalí foi o mais popular pintor nessa disciplina. Inventor do termo “imagens da irracionalidade concreta” ele pintava figuras fantásticas, que se misturavam ao ambiente, ou que tinham um duplo significado visual. Vários elementos em sua extensa obra são recorrentes, como gavetas, garfos, formigas e feijões, como mostrado na Figura 2. Eles estão presentes nos mais diferentes contextos, criando assim uma estranheza visual que deriva do contraste entre a familiaridade de objetos triviais, e sua bizarra colocação num contexto irreal.



Figura 2 - Canibalismo Outonal, 1936 – Salvador Dalí
Fonte: London Food Film Fiesta, 2011

Os temas de Dalí frequentemente faziam referência a elementos da teoria freudiana, usando a sexualidade como um motivo recorrente. O objetivo era revelar os aspectos ocultos mais familiares que o íntimo de cada pessoa guarda. Através do estranho e incomum, libertar o que há de reprimido no ser humano (BRADLEY, 1999).

Com a expansão do Surrealismo para os Estados Unidos e Inglaterra, na década de 30, Dalí ficou famoso internacionalmente. Expandiu sua área de atuação para cenografia, escultura, decoração, design, destacando-se a colaboração com o diretor Luís Buñuel no roteiro de filmes como “O Cão Andaluz”. A partir disso, o pintor se transformou num ícone, uma celebridade, conhecido não somente pelo seu talento artístico, mas pela excentricidade que fazia questão de exhibir. Por não tomar o mesmo partido em questões políticas do que seus companheiros no movimento, e por ser acusado de se importar mais com a própria fama e fortuna do que com os ideais surrealistas, ele foi formalmente expulso do grupo em 1939 (BRADLEY, 1999).

No entanto, Dalí continuou a trabalhar, pintar e exibir seus trabalhos independentemente até a data de sua morte, em 1989.

René Magritte era reconhecidamente um pintor surrealista que se utilizava da linguagem onírica em seus trabalhos. Disposto a desafiar o observador com as ideias pré-concebidas de realidade, Magritte frequentemente pintava provocações visuais através de composições que se relacionavam com as de Dalí: Com objetos e personagens facilmente reconhecíveis e “verossímeis”, mas que causam estranheza e instigam a mente pelo contexto muitas vezes bizarro ou inexplicável.

Um dos exemplos mais famosos de sua obra é “A traição das imagens” (Figura 3), que é uma pintura de um cachimbo com a instigante legenda *Ceci ne pas un pipe* – Isto não é um cachimbo. Sua intenção é chamar a atenção do espectador para a irrealidade da representação gráfica, que facilmente nos “engana”, como descrito por Stangos (1974):

As telas de Magritte são controvertidas, questionam os nossos pressupostos acerca do mundo, e acerca das relações entre um objeto pintado e um objeto real, e estabelecem analogias imprevistas ou justapõem coisas completamente desconexas num estilo deliberadamente inexpressivo, o que tem o efeito de um lento estopim. (STANGOS, 1974, p 87)

Assim, numa alusão ao sonho, Magritte discute a validade dos nossos sentidos para definir o que é realidade. Como quando sonhamos e acreditamos que a situação onírica é real, e Magritte também atribui esse poder à imagem.



Figura 3 – A traição das Imagens - Magritte
Fonte: Yale University Library Website, 2010

Muito da produção surrealista tridimensional se refere aos objetos. De maneira a simbolizar algo produzido do inconsciente, vários artistas do movimento se utilizaram de formas já concebidas para criar um novo significado, como na técnica da colagem. Se deixando atrair por quaisquer objetos de uma maneira aleatória, os surrealistas acreditavam que estavam permitindo seu inconsciente a realizar desejos que seriam normalmente reprimidos pela razão (FER, BATCHELOR & WOOD, 1998). Dois exemplos populares são “O café da manhã de pele”, de Meret Oppenheim, que consiste de uma xícara e pires envolto em pele de gazela chinesa, dando um aspecto orgânico a um objeto sólido e sem importância do dia a dia; E o telefone-lagosta, do próprio Dalí, que relaciona duas formas semelhantes - a do receptor do telefone e a da lagosta - e combina os dois objetos trazendo para realidade uma figura originada na imaginação.

Mesmo sendo extremamente vasta, a produção do movimento surrealista não era suficiente para satisfazer aqueles que seguiam sua doutrina, ultrapassando as barreiras da produção artística. Seus membros pregavam que o surrealismo era não só uma maneira de fazer arte, mas uma maneira de pensar a vida. Membros eram aceitos e “expulsos” (BRADLEY, 1999) do movimento de acordo com a lealdade aos princípios surrealistas que exibiam em seus atos diários. Por isso, olhar para uma obra surrealista é, também, olhar para a personalidade, os ideais e o estilo de vida do artista que a cria.

2.1.3 O Legado Surrealista

A produção artística do período surrealista influenciou de maneira muito intensa as gerações de artistas posteriores. De certa forma ajudou a popularizar as teorias psicanalíticas de inconsciente formuladas por Freud, através de uma intensa produção artística que tinha significados em comum.

Segundo Bradley (1999), o movimento também foi responsável por quebrar a barreira entre o artista e o público. Através a exploração do próprio inconsciente, o artista se expunha de maneira a formar um certo elo de ligação entre artista e expectador. O surrealismo foi então um movimento fundamental no reforço de ideia que surgiu muito intensamente na produção artística do começo do século XX, que é de que arte é a expressão individual do artista. Até meados do século XIX, quando a

arte era dominada por instituições acadêmicas, os temas mitológicos ou históricos, paisagens, naturezas mortas e representações de pessoas eram o que se entendia que valia a pena reproduzir. Com a influência de artistas como Van Gogh, os movimentos de vanguarda que surgiram no século XX vieram a dar ênfase à questão da auto-expressão do artista em si como objeto de arte. (STANGOS, 1974) O surrealismo se utilizou desse padrão de maneira muito intensa, segundo a premissa de que as representações davam vazão à um conteúdo antes reprimido dentro da mente de cada artista. Um exemplo notável dessa característica é a pintora mexicana Frida Kahlo, que em muitos de seus temas apresenta motivos extremamente íntimos, como sua família, seus desejos e frustrações, como o exemplo da Figura 4.



Figura 4: “O Que eu Vi na Água” ou “O Que a Água Me Deu” - Frida Kahlo
Fonte: Venetian Red, 2008.

Cineastas como David Lynch e Terry Gilliam carregam em suas obras discussões sobre o mundo da imaginação, e sobre o bizarro presente na mente humana de maneira análoga ao surreal. Lynch se utiliza de temas sombrios e violentos, de narrativas construídas a lembrarem a estrutura de um sonho, e de uma estética de escuridão e alusão ao medo do desconhecido. Seu filme, Cidade dos Sonhos (2001), ilustrado na Figura 5, é um exemplo. Na narrativa não linear o sonho se confunde com realidade, e os personagens se relacionam numa trama envolta em dúvida e mistério, aliados a uma estética bizarra de elementos perturbadores.



Figura 5 - Cena do filme “Cidade dos Sonhos” - David Lynch (2001)
Fonte: Nshawcine – Four Degrees of Separation, 2011

Gilliam, por sua vez se utiliza das faculdades da imaginação e de uma maneira a misturar o sonho à realidade em sua obra. Na comédia fantástica “O Imaginário de Dr. Parnassus” (2009) ele se utiliza da imaginação e fantasia para nortear a narrativa. Em entrevista para o site Believer Mag (2003), Gilliam afirma que o mundo inteiro provém da interação entre sonho e realidade. O sonho é o que constrói a realidade.



Figura 6 - Cena do filme “O Mundo Imaginário do Dr. Parnassus” - Terry Gilliam (2009)
Fonte: Pop4Life, 2010.

2.1.4 O Cinema Surrealista

Este tópico do trabalho pretende mostrar a evolução da expressão surrealista até sua forma cinematográfica, agregando características atribuídas a essa mídia. A história do surrealismo teve seu início na literatura, porém conseguiu alcançar o êxito de transferir sua ideologia e traduzir sua estética para as artes plásticas e o cinema. Primeiramente exploradas pelas experimentações como a do cineasta como Luis Buñuel, a tradução dos conceitos surrealistas, baseados nas teorias freudianas geraram uma nova opção de narrativa cinematografia, que garantiu a esta escola cinematográfica grande importância.

No cinema, existem basicamente, mais de um modo de se contar uma história: o realismo e suas variadas vertentes (neo-realismo, realismo poético, realismo socialista, entre outros), o idealismo ou intimismo, o expressionismo e o surrealismo (SETARO, 2009). Todos surgiram em épocas diferentes e propõem narrativas diversas. O realismo, por exemplo, surgida ainda na década de 30; que baseia sua narração nos critérios de continuidade, ritmo, equilíbrio e sucessão lógica (XAVIER, 1984). Ou o expressionismo alemão. Da década de 20, que tenta através de aspectos visuais captar o aspect da alma, tendo cenários sempre

distorcidos e apavorantes (MASCARELLO, 2006).

O surrealismo, assim como o expressionism surgiu com os movimentos de vanguarda e buscava fugir da linha naturalista Americana ou seja, desse realismo narrativo. O atrativo da narrativa surrealista reside na utilização das ideias de cortes oníricos e dos princípios de desorientação humana na sua estrutura rítmica. Na utilização de metáforas e leituras subconsciente e da abstração visual.

Como apresentado anteriormente no tópico 2.1.3, enquanto movimento visual, o surrealismo encontrou como método expor uma faceta psicológica ao despir objetos ordinários de sua significância normal, a fim de criar uma imagem que ia além da organização formal; as chamadas “Imagens da irracionalidade concreta”. A livre associação e a análise dos sonhos, ambos os métodos da psicanálise freudiana, transformaram-se nos procedimentos básicos do surrealismo, como ressaltado por Gombrich:

Muitos dos surrealistas estavam profundamente impressionados com os escritos de Sigmund Freud, segundo o qual, quando nossos pensamentos em estado vigíl ficam entorpecidos, a criança e o selvagem que existem em nós passam a dominar. Pois essa ideia fez os surrealistas proclamarem que a arte nunca pode ser produzida pela razão inteiramente desperta. (GOMBRICH, 1989, p. 592)

Com o cinema surrealista esses conceitos foram traduzidos para uma narrativa atemporal e para a abstração, com a utilização de situações incomuns retratadas nas cenas de seus filmes. Essa escola não estabelecia uma relação direta com a imagem pictórica, mas procurava criar representações por retóricas implícitas. A imagem fotográfica era usada para construção de metáforas, assim como a montagem era usada para produzir no espectador uma visão não familiar do mundo, como pode ser visto na Figura 7. Sua intenção era garantir deste modo a estruturação de mensagens com sentidos diferentes do habitual. Seus filmes, que tinham uma estrutura não-linear, buscavam incutir estranhamento, com foco numa mensagem indireta, na qual o leitor pudesse construíse leituras em seu subconsciente.



Figura 7- Still do filme “Um Cão Andaluz” - Luis Buñel e Salvador Dalí (1929)

Fonte: Cathode Ray Tube, 2011.

Segundo Kandinsky (1990, p. 215) formas abstratas são mais ricas, mais “criativas”. “O homem não pode prescindir do mundo ambiente, mas pode liberta-se do objeto.” Causar ruptura é alterar a maneira habitual de utilização da linguagem, atentar contra ela. A ruptura traz consigo um estranhamento sobre aquilo que não é repertório para um dado fenômeno, causa um efeito poético e gera uma polissemia, uma metáfora expandida e que desencadeia um conjunto de leitura bastante variado. (SANTOS, 2007, p. 77)

A imagem é um dos objetos mais funcionais para o surrealismo. Ele a compreende como a percepção de um limiar inaugural entre a sensação e o conhecimento, por isso a imagem surrealista inova, surpreende e choca, como no exemplo da Figura 8. Do mesmo modo como no Dadá, as imagens dispostas aleatoriamente buscam, em primeiro lugar, a exposição de metáforas visuais, ambiguidades, ilusões e o estranhamento a exemplo dos que nos evidencia filmes como dos diretores Luis Buñuel e Man Ray (SANTOS, 2007).



Figura 8 - Still do filme “A Montanha Sagrada” - Alejandro Jodorowsky (1973)
Fonte: Horror Digest

Conectando a importância da imagem ao fato de o surrealismo ter adotado o processo cubista de colagem, rapidamente conclui-se que o cinema é um dos meios mais eficazes e genuínos para a transmissão da arte surrealista. Tendo como objetivo a reprodução de imagens em movimento e a técnica da montagem (*mise-en-scène*) para sua constituição.

As próprias características da sala de cinema – o espaço uterino e fechado, o [total] contraste entre a escuridão na qual o espectador se senta, e que o isola dos outros, e as imagens luminosas da tela – fomentam o senso de separação que possibilita a supressão das operações da razão pelo espectador assim como o esquecimento do eu em fantasias e devaneio. (WARHOL, 2010, p. 31)

Independente da maneira narrativa escolhida, é preciso que o espectador se permita fantasiar no momento em que assiste a um filme. Além disso, o caráter multissensorial presente em projetos audiovisuais permite a total representação dos atributos oníricos. Essas teorias reforçam a ideia de que o cinema é uma das modalidades mais interessantes do surrealismo, e por isso foi usada pelos cineastas surrealistas para criar uma nova forma narrativa, tão peculiar como o expressionismo.

Foi justamente essa nova forma narrativa que assegurou a Luis Buñuel, cineasta catalão, a participação no movimento surrealista. Sua obra feita em conjunto com Salvador Dalí intitulada “*Um cão andaluz*” é considerada o filme mais significativo do cinema surrealista. Transgredindo os esquemas narrativos canônicos, o filme pretende provocar um impacto moral no espectador através da agressividade da imagem. Remete constantemente ao delírio e ao sonho, tanto nas imagens produzidas como no uso de um tempo não cronológico. Entre suas sequências mais famosas encontra-se a cena de um cavalo morto sobre o piano, e a cena em que uma navalha casualmente corta o olho de uma mulher.

O cinema possibilitou um diálogo entre os artistas surrealistas, a situação social, e o espectador. A narrativa surrealista possui um circuito fragmentado, muitas vezes sem uma lógica aparente, substituindo significados. A intenção é envolver os processos psíquicos do inconsciente, subconsciente e consciente com base na teoria freudiana. Assim como nas categorias da pintura, escultura, fotografia, o surrealismo mudou a maneira de se fazer cinema, houve uma valorização pela experimentação da imagem que influenciou e continua influenciando a arte contemporânea.

2.2 O AUDIOVISUAL

2.2.1 O Projeto Audiovisual

Este tópico analisará as principais etapas necessárias para a produção de um produto audiovisual. O intuito é apresentar uma metodologia descrita no livro “O cinema e a produção” de Chris Rodrigues, para que se faça possível a produção de qualquer material audiovisual e em consequência a produção do curta-metragem resultante deste trabalho.

O primeiro passo para qualquer produção audiovisual é o roteiro. Dependendo do material a ser produzido, esse roteiro pode se apresentar de diversas formas, mas essa ideia é a que irá iniciar toda a cadeia de produção. Sendo assim, o roteiro é considerado o projeto em si de uma produção cinematográfica e não somente a etapa inicial, já que sem ele, pelo menos no cinema convencional, o audiovisual não existiria.

Um filme, seja ele longa-metragem, curta-metragem, documentário, videoclipe ou publicitário, nasce a partir de uma ideia. Essa ideia, então, se transforma em um roteiro. (RODRIGUES, 2007, p.49)

Em seu livro, Rodrigues descreve que são necessárias cinco fases para a produção do projeto. A preparação, pré-produção, filmagem, desprodução e a finalização. Esse esquema, com pequenas adaptações que variam de acordo com tamanho, caráter e orçamento do filme, é o mais utilizado na produção de qualquer material audiovisual produzido profissionalmente

A preparação é a fase onde se recolherão todas as informações necessárias para a execução do projeto. Ela se inicia com a decupagem do diretor, que é um jargão para “preparação, planejamento”. Este resultará em um roteiro técnico, como explicado por Rodrigues:

É um diagrama representando os planos, em que o diretor basicamente define a sua visão de filmagem do roteiro literário, incluindo movimentos de câmera e o ângulo definido pela lente, de maneira a ter uma visão geral do filme de uma só vez. Esses diagramas formam a base do roteiro técnico, que é o roteiro de trabalho da equipe técnica, otimizando o trabalho durante a filmagem. (RODRIGUES, 2007, p. 70)

Depois que esse documento fica pronto, se inicia a fase de decupagem de cada departamento (fotografia, arte, som e produção), eles realizam a sua análise baseando-se no roteiro e nas ideias do diretor transcritas na decupagem de direção. Nessa etapa cada diretor de departamento documenta suas ideias e os materiais necessários pra realizá-las. O departamento de fotografia escolhe como será a composição fotográfica, planos, profundidade de campo, enquadramentos e iluminação. Escolhe também os equipamentos necessários para que isso se realize, como câmeras, lentes e tipos de luzes. O departamento de arte escolhe como serão os cenários, as roupas, a maquiagem; e estipula quais os objetos a serem usados, e os materiais e profissionais necessários para conceber as ideias. A equipe de som vai fazer o planejamento da captação de som e trilhas sonoras. Ela vai requisitar os instrumentos necessários para captação, como microfones, gravadores, além de especificar outras necessidades como autorização para uso de canções já existentes e a necessidade de gravação de falas ou melodias em estúdios. O departamento de produção é uma das principais decupagens, pois ele é o responsável pelo orçamento do projeto e pela execução dos planejamentos das outras equipes:

Detalhamento das providências de produção para solucionar as necessidades de cada cena, solicitadas pelos chefes de departamentos (direção, produção, fotografia, arte, som e montagem), segundo as necessidades de análises técnicas. (RODRIGUES, 2007, p. 108)

A etapa seguinte é a fase de pré-produção, nela o filme é organizado, criando-se os contratos de alugueis de todos os equipamentos necessários, estúdios e locações, contratação dos profissionais, os testes de câmeras e de elencos, o planejamento dos dias de filmagens, as provas de figurino e maquiagem, a montagem dos cenários, e os ensaios com os atores. Todas as atividades citadas são necessárias para evitar problemas e diminuir o tempo de filmagem.

A filmagem é a terceira etapa, na qual os planejamentos e preparações das duas fases anteriores serão executados. Os ensaios realizados pelos atores e pelos operadores de câmeras serão realizados com a supervisão do diretor, gerando um material gravado (de forma digital ou em película) juntamente com o áudio. Nessa fase os cenários já devem estar montados, as luzes devem ser instaladas pela equipe de fotografia, os equipamentos de captação de som montados e operados pelo seu departamento e os atores posicionados e coordenados pelo diretor. A equipe de produção fica responsável por supervisionar todos os outros departamentos, garantindo que os prazos sejam cumpridos, o orçamento respeitado e que todo o material filmado seja catalogado e armazenado corretamente.

A quarta fase é a de desprodução, e nessa etapa a equipe de filmagem já não participa, restando somente os responsáveis por essa fase: a pós-produção e a direção do filme. A desprodução é basicamente a devolução dos materiais que foram usados no filme, como roupas e objetos emprestados, estúdios e locações e equipamentos técnicos alugados. Todas essas atividades deverão ser aprovadas pelo diretor.

A última etapa é a pós-produção. É o momento em que todo o material filmado vai ser montado em uma sequência pré-estabelecida pelo diretor, pela equipe de edição. Cabe a esse momento também o design de som, com a mixagem e equalização dos sons captados na filmagem, a utilização de sons de banco de dados e a montagem da trilha sonora. Nessa fase se colocam as titulações e inserções gráficas necessárias. Dependendo do estilo do material que pretende ser criado pode ser necessário o uso de diversas atividades na fase de pós-produção

como: intervenções digitais nas imagens captadas, correções de cores, animações ou inserções tridimensionais.

O processo inteiro de uma produção audiovisual é bastante complexo e longo, envolvendo profissionais de diversas áreas, como pode se ver na Figura 9. Por isso é bem comum para as produtoras manterem poucos empregados fixos e contratar pessoas somente por projeto a ser feito e por tempo necessário para a sua etapa. Poucos profissionais participam de todo o processo do filme. Com a exceção da figura do diretor, as outras ocupações se limitam a algumas etapas, por isso essa divisão é essencial para melhor organização e otimização do projeto.

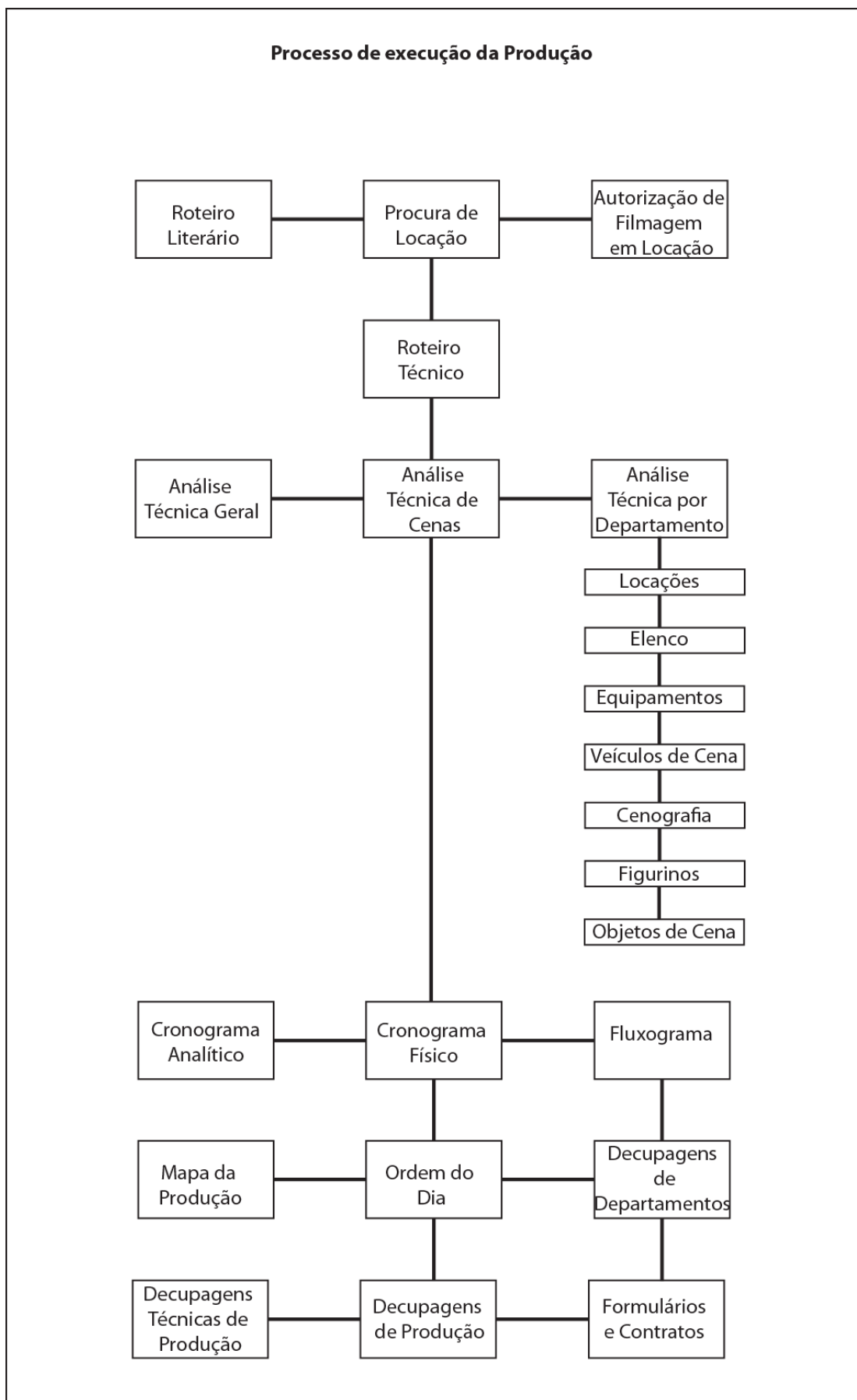


Figura 9 - Organograma do processo de execução do filme

Fonte: Adaptado de RODRIGUES (2007) - "O cinema e a produção" - p.115.

2.2.2 Audiovisual como suporte para as artes visuais

“Assim como a técnica de colagem substituiu a tinta a óleo, também o tubo de raio catódico substituirá a tela” (RUSH, 2006 p.76). Com essa afirmação feita por Paik – pioneiro da videoarte nos Estados Unidos – retirada do livro “*Novas mídias na arte Contemporânea*”, se inicia este capítulo que abordará como artistas plásticos e designers utilizaram-se do audiovisual como mídia para seus trabalhos.

Desde o início do século XX artistas como Marcel Duchamp procuraram maneiras de subverter a tradição da pintura e escultura. A modernidade e o avanço da tecnologia trouxeram novas mídias e suportes para expressões artísticas. Com a invenção da fotografia e posteriormente do cinema diversos artistas plásticos fizeram experimentos utilizando essa nova tecnologia, buscando reforçar seus conceitos e explorar novas abordagens e discussões, conforme o exemplo da Figura 10. Como cita Luís Carlos dos Santos, em sua tese de mestrado:

Com a Era Industrial e a consagração desses valores materiais que se incorporam na cultura ocidental muitos artistas saíram em defesa da arte e forma ao ataque contra as influências desse novo modo de vida imposto pelas formas de desenvolvimento tecnológico e econômico. Marcel Duchamp, Luís Buñel, Jean-Luc Godard, Mario Peixoto entre tantos outros foram alguns dos que se utilizaram desses elementos técnicos presentes no cinema para suas experimentações e discursões artísticas, interferindo inclusive fisicamente sobre a película, com riscos pinturas e colagens. (SANTOS, 2007, p.71)

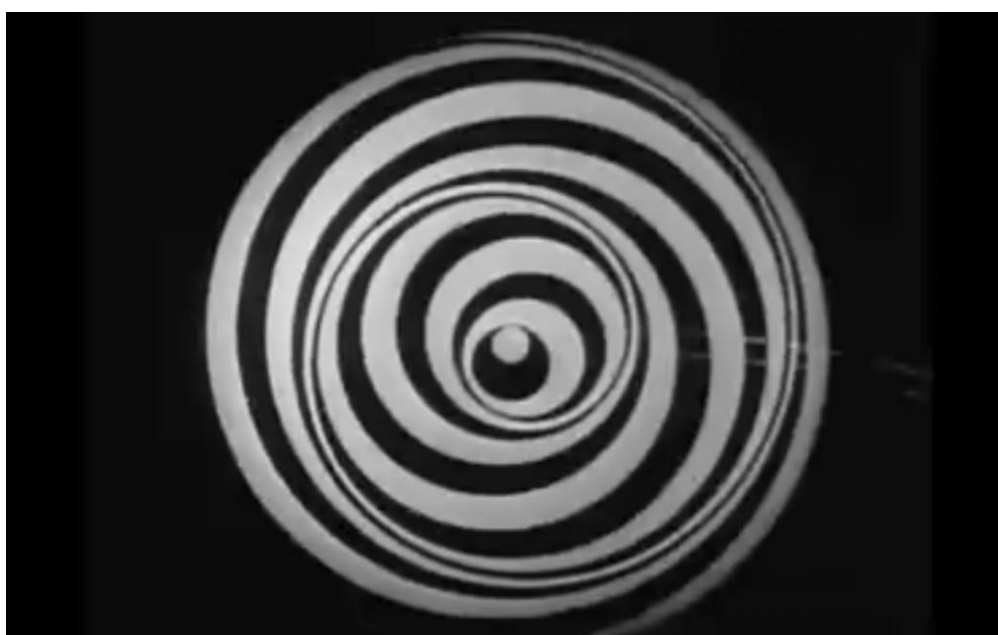


Figura 10 - Still do filme “Anemic Cinema” - Marcel Duchamp (1926)
Fonte: Reprodução

Assim como explicitado por Merten (2003), o berço do cinema, com os irmãos Lumière, tinha um caráter científico. Os primeiros filmes feitos com o cinematógrafo eram estritamente realistas, captando somente de forma animada um momento da realidade. Como o filme “*A chegada do Trem à Estação*”, gravado pelos inventores franceses, que registrou o desembarque de um trem em uma estação francesa.

Com o passar do tempo o potencial artístico do invento foi sendo explorado. Desde os primeiros filmes com encenações teatrais de Georges Méliès ilustrado na Figura 11, até as experiências tridimensionais atuais, como “*Avatar*” de James Cameron, o audiovisual se reinventou diversas vezes. Incluindo nesse processo experimentações de artistas do campo visual e designers.



Figura 11 - Still do filme “Viagem à Lua” - Georges Méliès (1902)
Fonte: Reprodução

Um dos exemplos é Serguei Eisenstein, grande teórico e um dos diretores mais aclamados da história do cinema, responsável pela sequência da escadaria de Odessa, no filme “*Encouraçado Potemkin*”. Ele foi um dos maiores defensores das

vanguardas russas. Sua paixão pelas artes o levou a cursar arquitetura e a seguir, quando jovem, a carreira de designer teatral. Sua contribuição para a montagem cinematográfica é fundamental para o conceito narrativo que conhecemos hoje. Como explicita Michael Rush (2006), Eisenstein representou um novo tipo de artista de meios de comunicação de massa com conhecimentos em matemática, engenharia e arte.

Outro designer conhecido que se inseriu no contexto de vídeos, como mostrado na Figura 12, foi Andy Warhol. Sua filmografia detém mais de 150 obras audiovisuais que, como dito na reportagem do site da Pinacoteca de São Paulo (2010), mostra, direta ou indiretamente, as mudanças na vida social e cultural americana na década de 1960.

Dentre essas obras existem vários testes de câmera, no qual o artista filmava celebridades, amigos ou simples visitantes da *Factory* (seu atelier). Esses testes de cena são as expressões em vídeo, das diversas polaroides tiradas pelo próprio autor e seus tão famosos quadros de celebridades americanas.



Figura 12 - Still do filme "Blow Job" - Andy Wahrol (1964)
Fonte: Art Pulse Magazine, 2010.

Como explica Santos (2007), existe uma referência imagética bidimensional entre o vídeo e a arte visual tradicional, que aproxima as imagens do vídeo de outras

anteriores, como fotografia e pintura. Além disso, existem outros elementos característicos da linguagem audiovisual, como a impressão do movimento e as relações temporais e de sentidos produzidas por meio da montagem. Esses podem ter sido o motivo desse meio atrair a atenção de artistas plásticos e designers que tem a estética como objeto de estudo. A junção das reflexões imagéticas com os conceitos de tempo, inerente ao vídeo, gerava uma terceira possibilidade expressão, abordados nas obras de Michael Rush e Luís Carlos dos Santos:

Em *Allegoris of Cinema* (1989), o americano David James, historiador de cinema, observou que a maioria desses cineastas, alguns dos quais tinham migrado para o cinema oriundos de outros meios de expressão, trouxe para o cinema questões concernentes aos pintores. Entre essas, ele incluiu a representação de movimento e duração, e a expressão de “estados psicológicos extraordinários. (RUSH, 2006, p. 21)

No mesmo período das primeiras experimentações com o vídeo, uma grande discussão se instala, não apenas no campo artístico, mas também nas demais áreas. Ganha destaque um novo modo de pensar o mundo, agora dito pós-moderno, e representando em parte pelas novas tecnologias que surgem, inclusive nas artes. Novos Meios, novos suportes, novas formas e também novos conceitos. (SANTOS, 2007, p. 10)

Foi nesse contexto de grandes mudanças, no meio da década de 60, que surgiu um movimento de manifestações artísticas usando o vídeo como suporte – a videoarte. Como comenta Rush (2006), isso foi possível devido à abordagem simplista, semelhante ao desenho industrial, adotada nas artes visuais. E em uma sociedade onde a televisão predominava a cultura de massa, o vídeo era o meio mais próximo da sociedade.

Videoarte é um movimento presente ainda nos dias atuais. Esses artistas se encontram espalhados nas diversas áreas do audiovisual, como cinema, televisão publicidade e os jogos eletrônicos. Como diz Rush: “Foram os avanços tecnológicos em filmes e vídeos que foram adotados por artistas para criar o que hoje conhecemos como arte multimídia” (RUSH, 2006, p.8).

2.2.3 A Linguagem Bidimensional do Cinema

Segundo Wucius Wong (1998), a imagem bidimensional é formada pelo comprimento e pela largura, formando uma superfície plana, onde a profundidade

pode ser apenas ilusória, como no exemplo da Figura 13. A bidimensionalidade é uma criação humana alcançada na tentativa de representar o mundo real através de desenhos, figuras e fotografias. O cinema foi mais uma dessas tentativas que, devido ao avanço da tecnologia, consegue representar bidimensionalmente a realidade tridimensional.

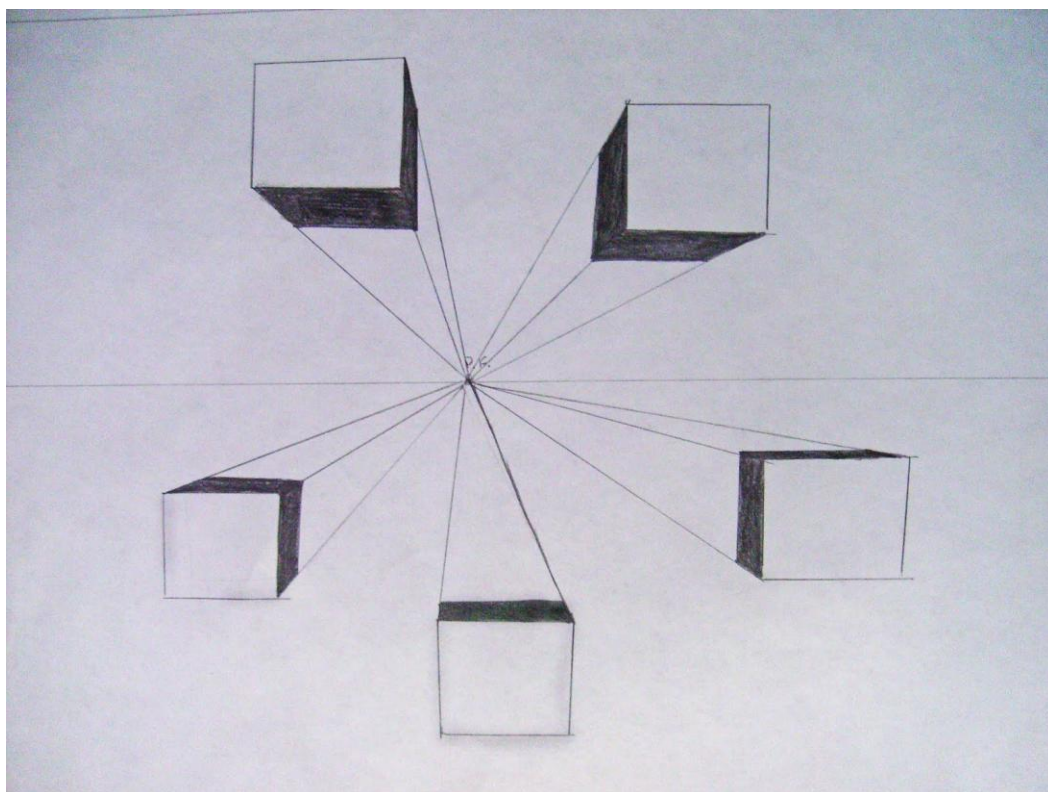


Figura 13 - Desenho geométrico simulando o volume
Fonte: Hello Fashion Fascination, 2011.

O cinema e o vídeo são formados por uma série de fotografias sequenciais que transmitem a impressão de movimento, conforme ilustrado na Figura 14. Cada uma dessas fotografias é chamada de *frame* e é a sua diagramação e qualidade estética que garantirá a boa comunicação visual do projeto. Algumas das teorias do design vistas no livro intitulado “Novos fundamentos do design” da escritora Ellen Lupton (2008) podem garantir essa qualidade de comunicação.

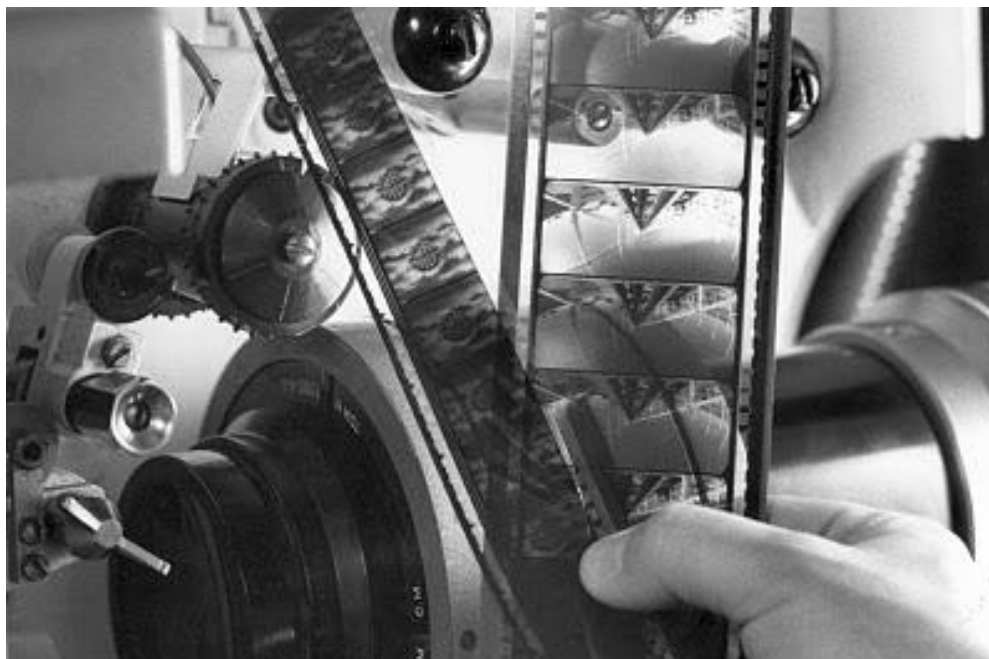


Figura 14: Bitola cinematográfica, formada pelo conjunto de fotogramas.
Fonte: Fetiche de Cinéfilo, 2010.

Desde 2010, o avanço da tecnologia e implantação de salas de cinema digital trouxe de volta ao mercado audiovisual a captação e reprodução de imagens tridimensionais (PHOTON3D, 2010). Porém esse capítulo busca discutir como as teorias do design, especificamente o gráfico, podem contribuir na diagramação da imagem bidimensional dos projetos audiovisuais tradicionais.

Da mesma maneira que como em um cartaz ou em uma página de revista, a comunicação visual do vídeo deve obedecer a uma série de regras para ser efetiva. Questões como ritmo e equilíbrio, textura, cor, enquadramento, hierarquia fazem parte das teorias estudadas pelo design e quando utilizadas na composição fotográfica do projeto audiovisual, aumentam sua qualidade.

O enquadramento é um dos princípios fundamentais do cinema, já que é necessário escolher o que a lente deve enquadrar e mostrar ao telespectador. Segundo Lupton (2008) o enquadramento faz parte também dos fundamentos do design gráfico, ele cria as condições para compreender uma imagem, já que o sentido e o impacto de uma imagem variam dependendo de como ela é delimitada. Por exemplo, ao aproximar-se de um detalhe, o recorte pode alterar o foco da imagem que está sendo produzida, conferindo um novo sentido. No cinema a imagem é captada através de câmeras e lentes, e cada vez que esta tira um foto está fazendo um recorte da totalidade da realidade. Como o audiovisual trabalha

com a ideia de tempo e movimento, ele se assemelha ao olho humano, tendo a possibilidade de reenquadrar e focar em diversos estímulos do ambiente.

Outro conceito do design transferido para a fotografia do audiovisual é o binário de figura/fundo. Lupton (2008) diz que designers buscam o equilíbrio entre elas, para proporcionar energia e ordem a composição e ao espaço. Já que essa relação entre figura e fundo define a percepção visual. Em mídias que incluem tempo, como é o caso do cinema, a inserção e a distribuição do espaço ao longo do tempo interferem na percepção e no ritmo. Ainda de acordo com Lupton (2008) essa relação entre a figura e o seu entorno pode ser explorada de três maneiras: Estável, quando uma forma se define claramente de seu fundo; reversível, quando elementos atraem a atenção alternadamente e ambíguo, onde o ponto focal não está bem definido e volta a atenção do espectador para a imagem como um todo. No cinema essas relações servem para incrementar a narrativa e podem ser exploradas através do foco, coloração, tonalidade e iluminação.

A cor e a textura são elementos de extrema importância nos conceitos do design e do audiovisual. Ellen Lupton (2008) afirma que a textura pode estabelecer atmosferas, reforçar pontos de vista ou expressar sensações de presença física. Já a cor pode descrever uma realidade ou codificar informações, diferenciando-as, ressaltando-as ou escondendo-as.

A textura acrescenta detalhes a uma imagem proporcionando mais qualidade à superfície. A beleza da textura se encontra na maneira que é utilizada, explorando justaposição, pregnância e contraste. Essas texturas podem ser criadas na imagem através das mãos humanas, uso de elementos da natureza, pela câmera ou através de computação gráfica. A cor só é percebida pelo espectador quando a luz é refletida por um objeto ou emitida por uma fonte, principalmente no cinema que se utiliza do sistema RGB como forma de reprodução, portanto o aspecto das cores no audiovisual é definido pelo conjunto matiz, intensidade e luminosidade. Assim como as cores se modificam de acordo com esses efeitos óticos, elas carregam conotações diferentes nas diversas culturas. Contudo os conceitos do design utilizam-se das cores para construir propostas contundentes entre elas. A Figura 15 mostra um exemplo de aplicação de cor no audiovisual.



Figura 15 - Still do filme “A liberdade é azul” - Krzysztof Kieslowski (1993)
Fonte: Sublime Irrealidade, 2011.

O equilíbrio visual é fator de extrema importância tanto para o design, quanto para o projeto audiovisual. Como discutido por Lupton, (2008) este equilíbrio é alcançado quando o peso dos diversos elementos da imagem está distribuído proporcionalmente, de forma organizada no espaço imagético. Para o design o equilíbrio funciona como uma baliza para a forma. Porém para ser harmônico, o equilíbrio não precisa ser estático, os designers atingem este equilíbrio dinâmicos utilizando texturas, cores, formas contrastantes, simetria e assimetria, repetição e variação.

Uma das grandes diferenças de um projeto habitual de design, como um cartaz, e o projeto visual do cinema é a interação com o movimento e o tempo. Com o aumento da utilização do suporte virtual, as possibilidades de mídias para projetos de designers aumentaram e surgiram os designers de movimento, que junto com os animadores pensam na tela como uma superfície mutável e ativa. Esse pensamento está de acordo com a premissa de Lupton, (2008), que afirma que o cinema é sim uma arte visual, e que em qualquer projeto que envolva tempo (como no caso do audiovisual) deve-se ter preocupação com a composição quadro a quadro e com o modo com que os componentes imagéticos interagirão no decorrer do tempo.

2.2.4 A Importância do Design no Audiovisual

Este capítulo mostrará brevemente como o mercado audiovisual faz uso dos trabalhos dos designers para o seu enriquecimento. Como dito por Mayumi Seto Takeguma (2007), a atuação do profissional da área do design é necessária em todos os estágios na realização de um filme. Tomando por base as cinco fases de produção, citadas no tópico 2.2.1 deste documento, se evidenciará como esta atuação ocorre.

A atuação dos designers na produção do material audiovisual pode surgir ainda na etapa inicial do projeto, quando apenas a roteirização está pronta. Na fase de venda da ideia e busca de apoio para a inicialização da produção é necessária a elaboração de materiais gráficos que possam servir de apoio na apresentação a possíveis investidores e patrocinadores (TAKEGUMA, 2007).

Assim não é estranho que logo na primeira etapa da produção audiovisual, a preparação (RODRIGUES, 2007), a figura do designer já se faça necessária para a decupagem – o planejamento do filme – feita pelos diretores de cada departamento. Nesse momento o principal recurso técnico usado é o *storyboard*, uma a descrição visual dos planos do filme. Esse documento faz parte da área de interesse do design, e normalmente é realizado por ilustradores, como exemplo da Figura 16.



Figura 16 - Exemplo de storyboard
Fonte: Design On The Rocks, 2009.

Ainda na preparação surge a figura do diretor de arte que, como chefe do departamento de arte, precisa realizar o planejamento artístico do projeto. Nessa primeira decupagem surgem os conceitos que guiarão a aparência artística do filme através dos cenários, da coloração, iluminação, figurino e maquiagem (BARSACQ, 1985). O diretor de arte é um personagem importante para o filme e atuará não somente no processo de preparação como na pré-produção, filmagem e desprodução. É comum que designers ocupem esse cargo já que muito das teorias estudadas pela área favorecem a criação de concepções artísticas, como visto anteriormente.

O departamento de arte ainda, não somente na figura do diretor, utiliza-se de

designers em todas as suas divisões, como designers de moda para o figurino, designers de produto para criações de objetos específicos, designers de interiores para ambientação de cenários, designers gráficos para criação de logos ou embalagens fictícias, como o exemplo da logo na Figura 17. Assim se torna possível que os objetos e cenários criados para o filme disponham de conceito sólido e qualidade técnica.



Figura 17 - Logo criada para o filme “Durval discos” - Anna Muylaert (2002)
Fonte: Fundação Badesc Promove Ficção Brasil, 2011

Essa importância do design pode ser claramente percebida no sistema de produção cinematográfico americano, com o entendimento de que o termo design é equivalente a palavra projeto e planejamento e que a produção é um filme, diferente

de como é visto no Brasil não se resume aos aspectos administrativos, mas sim ao projeto da obra como um todo. (BAPTISTA, 2008). Logo, no sistema estadunidense, além do diretor de arte existe também o designer de produção, que tem como função projetar a concepção estética da obra tendo papel de extrema importância em todas as etapas da produção audiovisual, assim como explica Stein:

A função principal do designer de produção é criar, em colaboração com o diretor e o diretor de fotografia, uma atmosfera única, um approach gráfico, que em cor, em textura, no conjunto da imagem, produza um estilo característico, com a intenção de situar o filme num lugar aparte dos trabalhos feitos por qualquer outra equipe de cineastas. O designer de produção determina os planos fundamentais e faz sketches deles para o câmara e o diretor. Estes sketches idealmente incorporam tudo, das luzes à posição dos personagens, à escolha das lentes; então seu trabalho se transforma realmente no ponto de partida da filmagem do filme (STEIN, 1976 BAPTISTA, Mauro, 2011, p.06).

A finalização é a última etapa do filme, nela ocorre a montagem do filme e a pós-edição. O momento da pós-edição é uma área com um extenso campo para atuação dos profissionais da área de design. A tradicional titulação e créditos no fim do filme aos efeitos especiais de computação gráfica aplicados às cenas, muito usados nos filmes atuais, são exemplos.

O campo de interesse do design na etapa de finalização vem desde o surgimento da preocupação das produtoras de cinema de inserirem nos seus filmes os créditos de autorias, feitos inicialmente através de carimbo ou inserções de fotogramas (TIETZMANN, 2007). Essa atividade exigia preocupações com a tipografia, ornamentações e diagramação que são inerentes ao estudo de design. Porém os conceitos de design usados nos créditos dos filmes foram expandidos a partir do uso de aberturas elaboradas para a apresentação destas informações ao público, como cita Twemlow:

A partir da década de 1950, os novos produtores e realizadores americanos independentes, como Otto Preminger e Alfred Hitchcock, estavam ansiosos por se distinguirem tanto uns dos outros como a ameaça envolvente da televisão. Uma das coisas que se impuseram foi através de identidade gráficas distintas. (TWEMLow, 2006, p.90)

Por isso passaram a se contratar designers como Saul Bass, mostrado na

Figura 18, um dos mais importantes pioneiros do design de títulos de filmes, que identificava a metáfora mais ressonante de um filme e criava sua interpretação simbólica como base da sequência do título (TWEMLOW, 2006).



**Figura 18 - Créditos iniciais do filme "O Homem do Braço de Ouro"
Otto Preminger (1955)
Fonte: Freakshow Business, 2008**

Justamente por mesclarem o potencial da comunicação gráfica com o cinema, os créditos podem apresentar mensagens visuais distintas do resto do filme, não necessariamente fiéis a uma referência indicial de cenas, atores, tramas e situações dramáticas captadas por uma câmera. Ou seja, o potencial da linguagem audiovisual se amplia nos créditos. (TIETZMANN, 2007)

A utilização desse tipo de abertura exigia o conhecimento da linguagem visual para criações de metáforas visuais que se relacionavam com o filme mesmo sem pertencer originalmente ao projeto. Os elementos apresentados nos créditos de abertura precisam ser recordados e comparados com outros elementos existentes no filme para que a leitura dessa metáfora seja possível (TIETZMANN, 2007).

Com o avanço da tecnologia, novas oportunidades surgiram na produção audiovisual. Além das titulações, a computação gráfica criou a possibilidade de interferir na imagem final do filme, como no exemplo da Figura 19. São usados

diversos processos na pós-edição para gerar esses elementos gráficos, que podem servir para correções de ângulos, cores e imagens, até a criação de cenários e personagens. Essas modificações no material final do filme são chamadas de interferências gráficas e já podiam ser observadas em filmes desde a década de setenta. Atualmente, porém, o seu uso é constante em grandes produções, indicando uma nova tendência na estética cinematográfica, a qual usa a linguagem gráfica como instrumento narrativo, que agrega valor as produções (LAS CASAS, 2008).

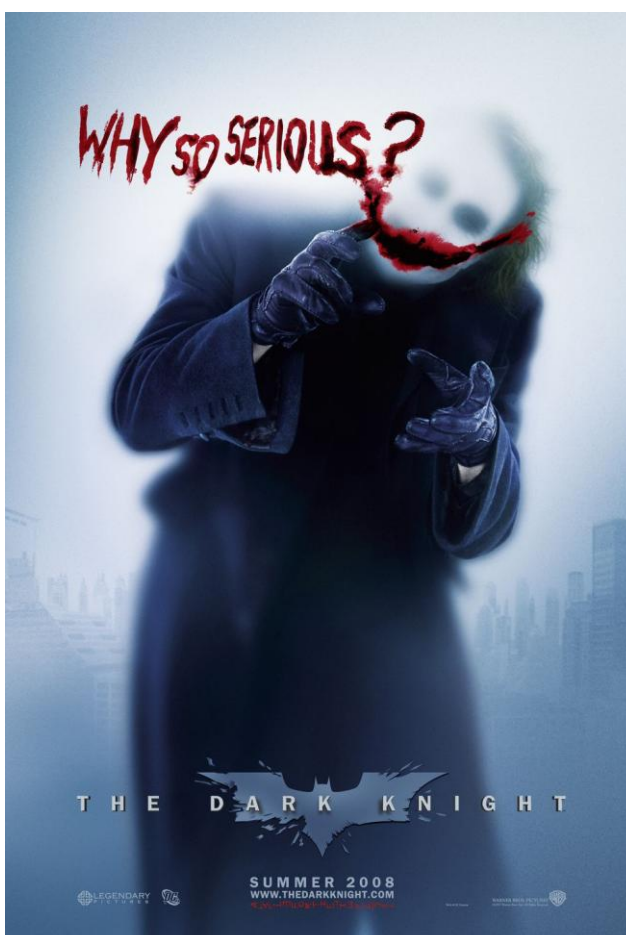


Figura 19 - Interferência gráfica baseadas em quadrinhos no filme “Scot Pilgrim Contra o Mundo” - Edgar Wright (2010)
Fonte: pipocabombastica

O interesse dos designers pela animação é tradicional, devido a sua ligação direta com a ilustração, que exige os conhecimentos de desenho, cores iluminação. A computação gráfica, contudo, ajudou a tornar as animações mais próximas as imagens fotográficas, agregando-se o fato de que as imagens animadas possuem um poder criativo imenso, já que não precisam obedecer leis da física, espaciais ou temporais, ela se torna um recurso narrativo importante no cinema atual, como discutido por Las-Casas:

A categoria Imagem e Ação é constituída de animações – ou efeitos óticos especiais - que alteram a configuração da cena de ação, com a função de expandir e conectar significados que ajudam a construir a estrutura narrativa. Se por um lado têm um forte componente tecnológico, os cineastas têm cada vez mais se utilizado deste recurso de forma poética e inteligente. Algumas animações são concebidas de forma integrada à ação, trazendo consigo a natureza verossímil mas modificando o real aparente ou traduzindo sonhos visualmente. (LAS-CASAS, 2008.)

Após a finalização do filme inicia-se o processo de comercialização. O início e uma das partes mais importantes desse processo é a publicidade gerada em torno do filme, aqui a atuação do designer, especialmente o gráfico, é intensa. Nessa etapa serão produzidos os cartazes, conforme exemplo da Figura 20, além de *flyers*, o site do filme e possivelmente brindes. O tipo de material escolhido para a campanha de divulgação depende do filme, orçamento ou escolha do produtor, porém a etapa inicial para qualquer campanha publicitaria é a criação de uma identidade visual para o filme, área que certamente faz parte do campo de atuação do design.



**Figura 20 - Cartaz do filme “Batman – O Cavaleiro das Trevas” - Christopher Nolan (2008).
Fonte: impawards**

No decorrer deste tópico, que apresenta resumidamente a atuação de designers no cinema, pode-se perceber que o campo para o profissional dessa área é bastante vasto. O departamento de arte, isoladamente, já gera diversas oportunidades da utilização dos conceitos estudados pelo design, porém como se pode observar esses conceitos são utilizados desde o início do projeto até a sua comercialização. E observando que é possível expandir esse uso para outros exemplos de projetos audiovisuais como, televisão e publicidade nota-se um nicho mercadológico grande e necessitado de profissionais com estudos inerentes ao design.

2.3 MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO

2.3.1 Identidade Visual do Filme

Segundo Abraham Moles (1969), vivemos numa sociedade onde indivíduo quer adquirir o maior número de elementos exteriores a ele. É a ideia de conquista da felicidade, isto é, realização de seus desejos. Devido a isso foram criados mecanismos que permitam satisfazer esses desejos. Um dos mecanismos mais importantes é a publicidade, da qual faz parte o cartaz.

(...) o cartaz, a imagem na sociedade urbana, é o de um componente estético de nosso ambiente. Ele é talvez uma das aberturas próximas de uma arte não-alienada, inserida na vida cotidiana, próxima e espontânea. (MOLES, 1987, p. 15)

Deve se lembrar que nem todo cartaz é de cunho publicitário, há cartazes feitos por organizações não-publicitárias apenas com o intuito de levar sua ação ao conhecimento do público, utilizando-se da mesma técnica de colar em muros cartazes comunicar uma ideia ao grande público. Devido aos múltiplos lugares em que o cartaz pode se encontrar, ele deixa de ser uma mensagem estática, tornando-se parte da cultura dos membros da sociedade. Ele constrói um significado pessoal

a cada indivíduo, independente do assunto abordado.

O cartaz ilustra elementos necessários para se passar uma mensagem e chamar atenção das pessoas, já que o fluxo de passagem por ele é normalmente veloz. Sendo assim, o papel da imagem nele é grande. Um bom exemplo nos é dado pela sinalização nas estradas que reduz a imagem ao estado de símbolo e torna, assim, imediatamente assimilável o que ela exprime (MOLES, 1987). Isso torna possível que se trabalhe com menos conteúdo, porém oferece uma dimensão estética mais simples e mesmo assim bem assimilada, tanto a parte denotativa (expressa de modo claro), quanto a conotativa (subjativa). Quando o indivíduo adquire todo o significado do cartaz, a vida útil dele acaba. Muitas agências pensam como administrar a vida útil de um cartaz, e mesmo depois de destruído, exprimir outro significado à sociedade.

O cartaz de aspecto comercial tem o objetivo de atrair a atenção. São usadas cores e as formas com os quais os elementos são compostos. A mensagem transparecendo de forma simples aos desejos da sociedade também ajudam na força da atração. O importante é usar as características do produto em elementos do cartaz. Explorar as cores, sons e sensações que o produto expressa.

Segundo estudos feitos pela *Motion Picture Association of America*, os filmes de Hollywood faturaram US\$ 26,7 bilhões ao redor do mundo em 2007 (ROSS, 2008). É um entretenimento que vem crescendo, porém que precisa de diferencial para atrair seu público e cobrir seus altos custos de produção. Quando há o lançamento de um filme, ele conta com o apoio do marketing de cinema, também conhecido como anúncio de cinema e promoção de cinema. É implantada uma publicidade eficiente, responsável em criar a vontade do público em querer ver o filme.

A identidade visual do filme se torna necessária para mostrar pra qual público-alvo o filme quer atrair. Por exemplo, normalmente um filme infantil vai se utilizar de cores fortes e apresentar em diversos lugares os principais personagens do filme. A criança vai ver ser atraída pelas cores e formas, e a repetição dos personagens em diversos lugares que vai influenciar sua vontade de ver o filme. Números sólidos na semana de estreia podem ser o suficiente para obter mesmo um pequeno lucro para o estúdio (MOSS, 2008), o que proporciona filmes de qualidade duvidosa ainda tenham seu espaço no mercado. O responsável por esse atrativo das primeiras semanas de bilheteria é uma identidade forte e interessante do filme. O elemento

que a maioria dos filmes utilizam são os cartazes. Conforme Maria Luíza Peón (2001) o cartaz seria um elemento acessório à Identidade Visual do filme, porém enfatizaria bem o conceito do filme de forma atrativa aos consumidores.

A segunda função do cartaz será a de propaganda ou de publicidade. Aqui é instrumento para *convencer* ou para *seduzir*; a argumentação cuja relativa pobreza não passa, com efeito, de um meio de sedução ou persuasão (...) (MOLES, 1969, p. 53).

Para que isso aconteça é necessária uma base grande de pesquisas de gosto e tendências de consumo do público-alvo. Após essa pesquisa que é visto quais formas de mídia serão usados na campanha do filme.

A segunda função: propaganda e publicidade, relaciona-se ao estudo e a localização do cartaz em face de seus concorrentes na solicitação da atenção coletiva e ao estudo dos mecanismos econômicos da sociedade de consumo (MOLES, 1969, p. 57).

2.3.2 Publicidade de Cinema Para Festivais

Segundo Watson (2005), festivais são eventos que dão oportunidade à cineastas desconhecidos mostrarem seus filmes, além da possibilidade de conseguir a atenção da imprensa. São organizadas pelo governo, universidades ou empresas privadas. Participar de um festival pode acarretar publicidade, além do vencedor do festival ganhar um prêmio em dinheiro. Existem festivais que recebem filmes variados e existem os que recebem apenas filmes que sejam de tema ou de alguma metragem já estabelecida. Aceitam diversos cineastas, inclusive estudantes, na participação do festival, independente do orçamento investido. Os festivais são separados, normalmente, em dois ambientes. Em um ocorre as exibições e no outro ocorrem os *workshops* simultâneos sobre roteiro, produção e assuntos relacionados.

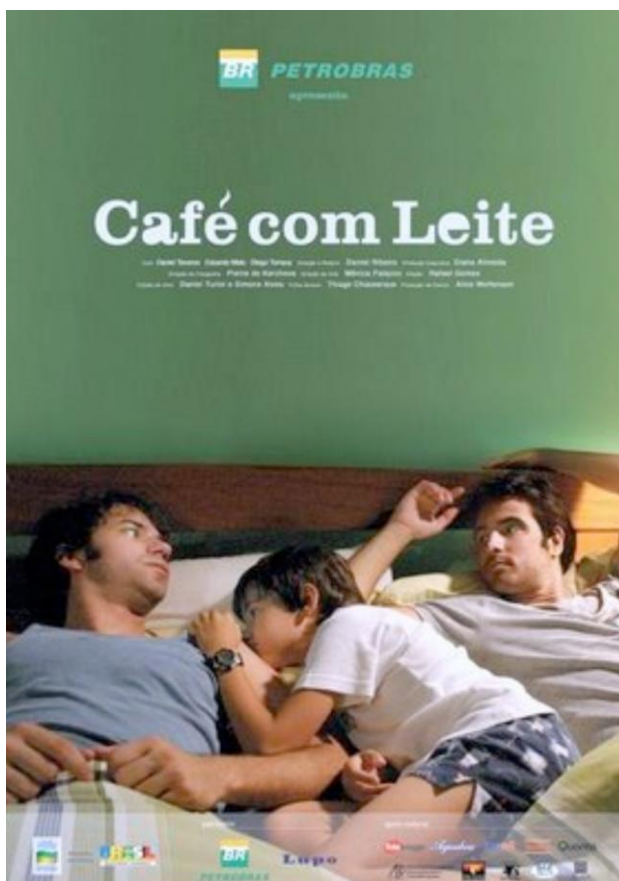
Através de publicidade efetiva, o público tem a chance de ver filmes diferentes do que está acostumado a presenciar no cinema convencional, o que pode chamar a atenção da imprensa ou possíveis interessados em comprar o filme. Há casos de filmes que estrearam em festivais de cinema, ficam conhecidos, e viram filmes

comerciais. Alguns filmes famosos, por exemplo, são baseados em curta-metragens, como por exemplo “12 macacos” de Terry Gilliam, ilustrado na Figura 12, que foi inspirado no curta-metragem francês “La Jetée” do diretor Chris Marker em 1962 (BASTOS, 2009).



Figura 21 - Cena do filme “Os 12 Macacos” – Terry Gilliam (1995)
Fonte: Cinema e Afins, 2009.

Para atingir o sucesso de divulgação de curtas-metragens, ou até mesmo longa-metragens, a publicidade é necessária como visto no tópico anterior. É dessa maneira que é “vendido” cada filme, é dessa forma que é “recuperado” o dinheiro investido na produção. Curtas-metragens por serem filmes geralmente independentes, possuem apoio de empresas que ajudam na produção do filme. Por isso é comum em cartazes de festivais aparecerem os patrocinadores em destaque, além de poder existir patrocinadores no próprio filme.



**Figura 22 - Cartaz do curta-metragem “Café com Leite”
Daniel Ribeiro (2007)
Fonte: Cine Clube Central, 2011**

Na construção de um cartaz desse ramo, a preocupação é chamar atenção do público-alvo para que o interesse em assisti-lo aumente. O cartaz deve instigar o telespectador a ir ver o filme, pois é uma das formas de que o filme tem de receber críticas que podem promovê-lo no mercado. Muitas vezes é o festival de cinema que promove cineastas iniciantes, como o caso do filme na Figura 22, com a presença de críticos de cinema renomados e um público atento que pode, de acordo com o festival, também julgar de forma oficial o filme. Cada festival tem sua regra em relação à inscrição. Há aqueles que aceitam filmes que já foram exibidos e outros que só aceitam filmes estreantes, dentro de um prazo estabelecido e com uma taxa de inscrição paga. O filme geralmente passa por uma avaliação antes de ser aceito no festival no festival, ele deve estar dentro do tema e regras do festival e ser escolhido como melhor do que os concorrentes. Não é todo filme que é aceito no festival, ou seja, o filme deve estar dentro do tema e regras do festival e ser aceito em sua seleção, que é uma tarefa difícil.

2.3.3 Análise da Identidade Visual de Filmes Surrealistas

Na compreensão popular, a imagem indica algo que, embora nem sempre remeta ao visível toma alguns traços emprestados do visual (JOLY, 1994). Ou seja, quando a imagem é vista, traz consigo diversos significados, mesmo que estes não sejam explícitos tornando-a uma forma de linguagem própria. Para a publicidade e a televisão, a imagem tornou-se seus sinônimos. É com o uso da imagem que elas podem vender seu produto e passar mensagens ao telespectador, conforme o cartaz da Figura 23.

Para Martine Joly (1994) a análise de uma imagem, pode provocar várias reticências. Ao analisar uma imagem procuram-se respostas sobre o que a imagem quis passar, o que o autor quis dizer e o que a imagem proporciona a níveis emocional e afetivo. Torna-se difícil até mesmo separar as significações pessoais das coletivas.



Figura 23 - Cartaz: "O Mundo Imaginário do Dr. Parnassus" – Terry Gilliam (2009)
Fonte: Cinema Sapo, 2009

O cartaz tem como "tempo/espaço" o mesmo do filme. Uma mistura do real com o imaginário, tendo muito do imaginário no real. O tamanho dos personagens do cartaz não se mantem proporcionais entre si. Havendo uma grande menina no centro, personagens pequenos ao redor e alguns intermediários, vistos em detalhe na Figura 24. Elementos que podemos classificar como “real” estão no cartaz de forma que questione e a comece a chamá-la de peça imaginária. Como por exemplo, a carruagem colocada na vertical, sem pensar nos efeitos da física que impedem que isso aconteça.



Figura 24: Detalhe cartaz “O Mundo Imaginário do Dr. Parnassus”– Terry Gilliam (2009)
Fonte: Cinema Sapo, 2009

O cartaz também dá a sensação de que se passa em um palco, onde a menina “gigante” é a estrela principal. A tipografia, em evidência na Figura 25, é baseada nisso, explorando tipos que remetem a faixas, placas e luminosos usados para anunciar apresentações.



Figura 27 - Detalehe cartaz “O Mundo Imaginário do Dr. Parnassus” – Terry Gilliam (2009)
 Fonte: Cinema Sapo, 2009

O cartaz como um todo remete diretamente ao assunto e o tema do filme. Há a exploração dos elementos de teatro e apresentações em geral, como circo (homem nas pernas de pau), teatro (homem mascarado) e dança (casal dançando). Quando o cartaz é visto pelo telespectador, já sabe o que esperar do filme. Além de satisfazer questões de marketing, como a utilização dos atores famosos, o cartaz convida a assistir o filme.

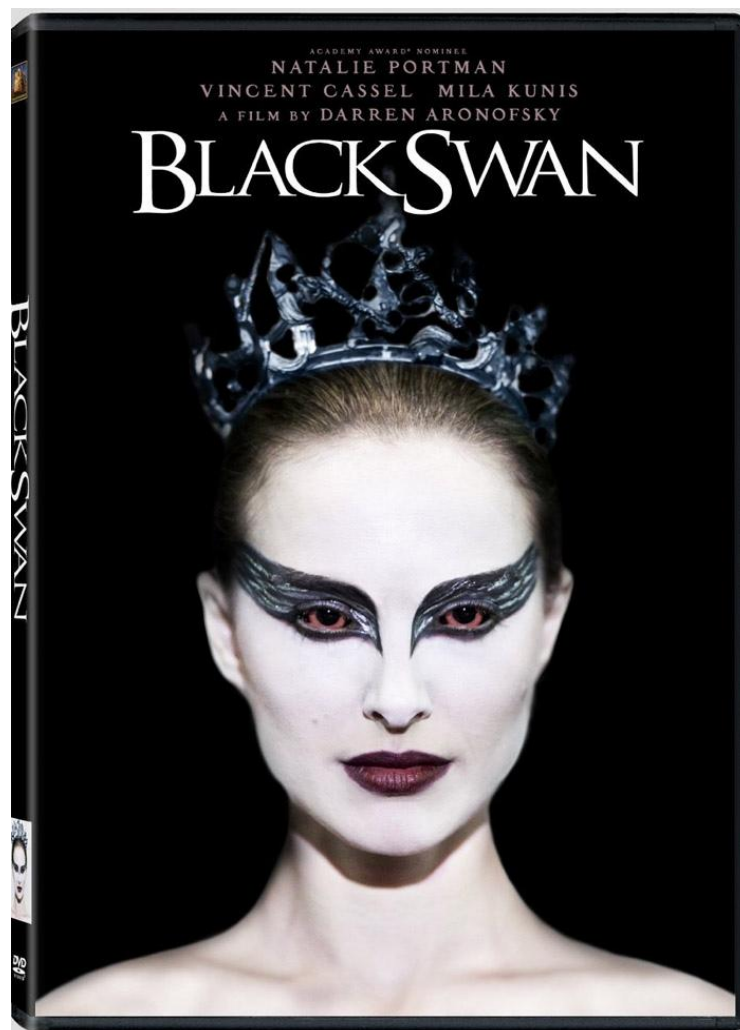


Figura 28: Capa do DVD “Cisne Negro” – Darren Aronofsky (2010)
Fonte: The Film Experience, 2011.

Utilizando-se da concepção de remeter aos produtos a mensagem que o filme quer passar, o filme Cisne Negro explora em sua capa de DVD, na Figura 28, o obscuro e o sombrio em que a personagem principal Nina se encontra ao interpretar o cisne negro num espetáculo de dança. O drama que acontece no filme é refletido na capa do DVD com a maquiagem da personagem em destaque. Para isso foi feito um desfoque em partes secundárias do corpo dela, como por exemplo, orelhas. Além de ela estar num fundo preto, destacando mais ainda a sua pele branca. A elegância do filme é passada pela escolha da paleta de cores que não fogem do preto, branco e um pouco de cinza. Essas cores transmitem o requinte que é um espetáculo de dança, como o balé e também remetem ao título (Cisne Negro). O uso maior do preto faz com que o público prepare-se para o drama, pois é uma cor forte que é relacionada ao luto, morte, terror e mistério.

Seguindo a mesma linha da sofisticação da dança foi usada uma tipografia

com serifa em branco, porém sem muitas curvas com aspecto simples. É marcante e sóbria assim como o visual total da capa do DVD. É um filme que trabalha com antíteses, o que se reflete nas peças gráficas, podendo notar o uso do branco e preto, tanto para a imagem usada como na tipografia.

É um trabalho que faz com que o público saiba o que esperar do filme, mesmo vendo apenas a capa do DVD. Talvez não de maneira direta, mas ao absorver cada detalhe, o telespectador consegue decifrar a mensagem passada.



Figura 29 - Press kit “Alice no País das Maravilhas” – Tim Burton (2010)
Fonte: Comunicadores.Info, 2011.

Para chamar ainda mais a atenção do público, foram criados os *press kits*. O *Press Kit* é uma ferramenta capaz de gerar reconhecimento do nome da empresa ou da marca de um qualquer produto (OLIVEIRA,2007).

É uma forma de fazer o público conhecer o produto antes de utilizá-lo. O filme “Alice no País das Maravilhas”, de Tim Burton (2010) usou um press kit distribuído pela Disney, utilizando vários livros, conforme a Figura 29, um dentro do outro até chegar numa chave, que na verdade é um pen drive com o trailer do filme. Nos livros há informações sobre o filme, sobre o diretor, várias imagens do filme e da história

original e mostra também os personagens da história. Cada livro contém um assunto, ao total são quatro livros um dentro do outro que terminam com uma chave e um aviso que nem no filme de *“Read me”* - Leia-me. É uma opção moderna e que agrada bastante o público, ajudando na publicidade do filme.

A utilização desses recursos para divulgar o filme faz com o que o interesse em respostas aumente e leva o telespectador ao cinema para assistir o filme e até mesmo consumir todo o material de divulgação que o envolve. O que a divulgação promove é a busca pela satisfação do cliente em saber e ter o que é diferente.

3 DESENVOLVIMENTO DO CURTA-METRAGEM

Devido ao projeto ser um curta-metragem, independente, as fases de produção de um projeto cinematográfico, descritos no tópico 2.2.1, deste documento, serão resumidos a três: a pré-produção (que também englobará a preparação), a produção (que estará junto com a desprodução) e a finalização.

Os participantes tiveram responsabilidades definidas dentro do desenvolvimento do filme, e exerciam o papel de tomada de decisão nas áreas designadas. Os outros participantes do projeto também ajudariam em todas as áreas, mas os departamentos estavam a cargo de pessoas específicas. Gabrielly ficou responsável pela Produção do filme, Glauco ficou responsável pela Direção de Arte e pelo Som Direto, e Rodrigo pelo Roteiro, Fotografia, Edição, Mixagem e Direção do projeto.

3.1 ROTEIRO

Segundo Saraiva (2004) é preciso ter uma intenção para se escrever qualquer roteiro, um motivo, um personagem, uma história que queira se contar. No caso do roteiro (APÊNDICE A) desse projeto a história é a do personagem Guilherme.

O roteiro conta a história de um diretor de cinema e seus problemas no processo de produção do seu primeiro longa metragem aprovado em leis de incentivo a cultura pelo governo brasileiro.

O roteiro detém um caráter metalinguístico, já que fala sobre o cinema. Foi inspirado no filme “Oito e meio” (1963) de Federico Fellini e tem como objetivo principal discutir a produção cinematográfica nacional atual. Para isso resgata a ideia abordada no tópico, de expressão individual do artista. Assim, através do roteiro entramos no mundo onírico do diretor Guilherme, através do qual ele percorre a história do cinema mundial, por meio de representações de grandes diretores.

Um dos objetivos do projeto é o estudo do Surrealismo e a discussão do Cinema Surrealista nos dias atuais. A sociedade na época em que o Surrealismo se formou estava em um radical processo de mudança. A dimensão da Primeira Guerra Mundial e o impacto que a guerra teve na sociedade foram extremamente influentes na produção artística da época.

A produção artística de um tempo sempre é um produto do meio em que é criada. Não é diferente nos dias de hoje. Tanto hoje quanto naquela época, os jovens artistas e criadores se encontram num dilema clássico: Para quê arte?

De uma maneira análoga, jovens artistas, cineastas e designers do nosso tempo, enfrentam um problema similar. Vivendo numa sociedade onde a arte e a subjetividade não têm lugar, quase toda a produção artística é pervertida para fins mercadológicos. Não existe mais provocação e o público está acostumado com o mesmo tipo de imagem a todo o momento. Por isso, é necessário se valer de meios para que a arte possa ser um instrumento de instigação. O que explica a escolha pelo uso da ferramenta onírica do surrealismo e desse tipo de cinema que instiga o público a sua própria interpretação.

A construção do roteiro seguiu as ideias de atemporalidade do surrealismo, ou seja, na história o tempo real não é respeitado e o futuro pode se encontrar com o presente e passado. Porém obedeceu-se ao ritmo narrativo, empregados em livros e manuais de roteiro.

A apresentação do roteiro também está formatada no formato americano “*Master Scenes*” (APÊNDICE B) que é o mais utilizado na indústria cinematográfica. (Site Mídias na Educação, 2009).

Assim como qualquer peça artística um roteiro precisa ser protegido contra plágio. A maneira mais segura de garantir os direitos autorais é registrando esse roteiro na biblioteca nacional. Esse projeto foi registrado, e para isso foi necessário se dirigir até a Biblioteca Pública do Paraná, no endereço Cândido Lopes, 133 – Curitiba – Paraná – Brasil. Levando uma cópia do roteiro, formulário de registro preenchido e comprovante do pagamento de da taxa, fez-se o registro.

No cinema, o roteiro é essencial, mas o diretor tem todo direito de modificá-lo, para que a história se encaixe melhor no conceito artístico concebido por ele. O processo de roteirização do filme *Kinofobia*, desde o argumento até a versão final registrada na biblioteca pública levou três meses, e foi o resultado de uma pesquisa sobre cinema e o surrealismo presente neste documento.

3.2 PRÉ-PRODUÇÃO

3.2.1 Decupagem de Direção

Como apresentado no tópico sobre a produção audiovisual, o processo de preparação para um filme se inicia com a decupagem do diretor, que é o documento que contém todo o planejamento do filme feito por ele.

A primeira preocupação da decupagem de direção é normalmente a leitura do roteiro e a elaboração de um roteiro técnico. Nesse documento fica-se registrada a interpretação do diretor da história e as diretrizes do projeto.

Nesse filme específico, como o diretor também foi o roteirista essa interpretação tornou-se mais fácil. O primeiro passo foi a definição do perfil psicológico e físico das personagens. Guilherme, a personagem principal, necessitava ser um jovem adulto, na faixa etária dos vinte e quatro aos trinta anos, porém com traços de ingenuidade e inexperiência, decorrida do fato de ser a primeira vez dele dirigindo um projeto grande.

Além dos convidados do jantar da cena inicial, que não exerciam papel fundamental na dramaturgia, restavam como personagens as representações oníricas dos diretores que influenciaram Guilherme. Para a criação do perfil psicológico e visual dessas personagens, foram usados personagens de filmes de cada um desses diretores, ou quando esse diretor era muito famoso, a exemplo de Alfred Hitchcock, o estereótipo presente no imaginário popular, mostrado nas Figuras 30 e 31.

Hitchcock era conhecido por ser um cineasta extremamente racional, que planejava seus filmes a fundo, criando um *storyboard* que retratava cena a cena seus filmes. Era conhecido também por exigir que tudo saísse como planejado, mesmo que isso demandasse um esforço sobrehumano de outros departamentos, como o de fotografia. Por isso o a representação “Hitchcockiana” no filme se tornou uma personagem misterioso, sério, intimidador.



Figura 30 - Foto de Alfred Hitchcock
Fonte: Revista Interlúdio, 2005



Figura 31 - Personagem Hitchcock no filme "Kinofobia" - Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os Autores, 2011

Uma outra maneira de se construir a identidade das personagens foi utilizar como inspiração figuras importantes das obras dos diretores. David Lynch, por exemplo, aparece simbolizado pela personificação de um dos personagens de sua

obra, intitulada “Cidade dos Sonhos” (2001). No curta-metragem o diretor se personificou no apresentador do Clube Silêncio, suas falas no roteiro já traduziam essa transformação, conforme Figuras 32 e 33.



Figura 32 - Still Apresentador do “Clube Silêncio”, personagem do filme “Cidade dos Sonhos” - David Lynch (2001)
Fonte: Club Silencio, 2011.



Figura 33 - Personagem David no filme “Kinofobia”
Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os Autores, 2011

Além da preocupação com as personagens, o diretor também precisa se preocupar com a fotografia, o som e a arte, por isso ele elabora idéias iniciais para repassar para os diretores de cada departamento. No projeto de Kinofobia especificamente, o diretor foi também diretor de fotografia e som. Por isso suas ideias iniciais foram repassadas somente para a arte, na forma de sugestões de locais, cores, conceitos e referências.

Por exemplo, por pedido do diretor toda a sequência onírica, se passaria sem cenário, em um estúdio com fundo branco ou preto, que acabou sendo preto por falta de alternativas de estúdio com fundo branco. Também ficou decidido junto à direção de arte que as cores principais do filme seriam a combinação de amarelo, ciano e vermelho.

Para melhor entendimento de todos, e devido o projeto fazer parte de um Trabalho de Conclusão de Curso de Design Gráfico, ficou decidido que é melhor maneira de reunir e documentar toda a decupagem de arte era através de um *storyboard* (APÊNDICE C) bem elaborado. Este *storyboard* continha as ideias de planos, movimentações de câmera e cenários. O rascunho foi produzido pelo próprio diretor e esses desenhos foram depois aprimorados pelo departamento de arte.

3.2.2 Decupagem de Direção de Arte

A direção de arte de um filme engloba toda a produção visual de um filme, sua ambientação e suas cores. (RODRIGUES, 2007) O diretor de arte é responsável por todas as decisões que envolvem estética, formas e cores de cenários, objetos, figurinos e maquiagem. O profissional, para ser diretor de arte de cinema, necessita experiência e treinamento no que se refere a elementos visuais, composição espacial e composição de cor. Por isso se ressalta a relevância e a capacidade do profissional de Design para essa função.

Cenários e objetos que compõem a cena de um filme são elementos fundamentais para a narrativa. Muitas vezes objetos e locações dão ao espectador informações sobre personagens. Sendo o cinema uma linguagem extremamente visual, o objeto e tudo que diz respeito a ele: Sua cor, seu tamanho, sua localização no espaço é uma poderosa ferramenta de comunicação não verbal.

Estudantes e profissionais de Design estão em contato com o estudo da

relação das formas no espaço, da relação das cores entre si, e de vários outros elementos presentes no trabalho diário de um diretor de arte de cinema. Este objeto que comunica tem uma função, e pode ser pensado como um projeto de Design. Seu formato, suas cores, sua localização no espaço dentro de um *frame*, são tão importantes quanto o formato, as cores e a localização no espaço de um elemento gráfico dentro de um cartaz, por exemplo.

Em Design, porém, o projetista encontra-se na maioria das vezes criando elementos gráficos ou artefatos tridimensionais com as ferramentas que lhe estão disponíveis, e usa-se de materiais para chegar ao produto final. Na experiência de se confrontar com o “problema” de Design presente na direção de arte do filme o departamento enfrentou o desafio de buscar elementos já existentes que fossem práticos e viáveis e que tivessem, ainda assim, um valor estético positivo para o filme.

A primeira decisão estética tomada no projeto foi a escolha da “paleta de cores” do filme. A Direção e a Direção de Arte optaram por escolher cores que se repetissem em vários elementos, dando ao filme uma identidade visual consistente. A escolha de cores foi baseada em obras famosas de Salvador Dalí, onde dominam os tons de vermelho, amarelo e ciano. Vários objetos de cena e de figurino estão dentro desse padrão, como o figurino do personagem principal, mostrado na Figura 34. Ele também influencia a criação do material de divulgação posteriormente.



Figura 34 – Still da roupa do Guilherme, do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os Autores, 2011

A preocupação maior com a estética das roupas do filme era caracterizar cada personagem através de símbolos que remetessem as personalidades em que se inspiram. Vestidos e caracterizados como personificações oníricas de filmes ou diretores, como mostra a Figura 35, cada personagem representa uma corrente influência artística na carreira de diretor do personagem principal. O figurino e a maquiagem são os elementos visuais que os definem. O filme não deixa claro através de nomes ou diálogo o que cada personagem representa, por isso a única relação que o espectador pode ter com é a associação visual.



**Figura 35 – Still do personagem David, do filme “Kinofobia”:
Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011**

Foram feitos desenhos de conceito de personagem, como mostra a Figura 36, mas pela falta de recursos financeiros, tornou-se inviável a criação de roupas de acordo com a premissa que o filme indicava. O processo de definição de figurino foi muito mais próximo a achar o que melhor se adequava à proposta dentro do que estava disponível do que o de se realizar um processo formal de criação. Isso, porém, não impediu os elementos visuais utilizados de servirem ao propósito do filme. O resultado do figurino dentro do filme está na Figura 37.

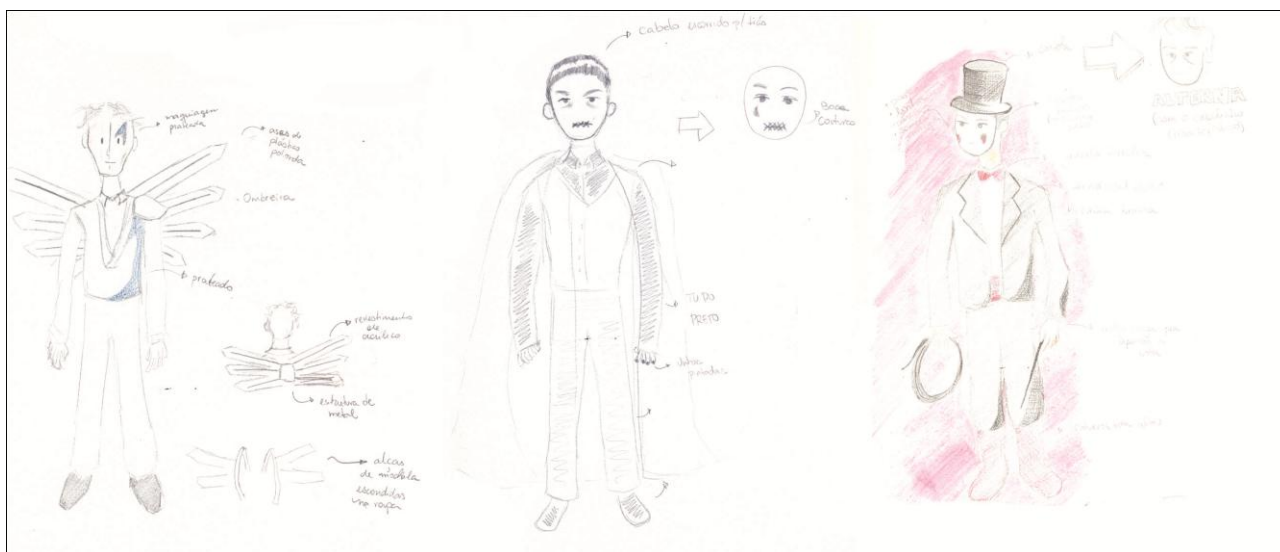


Figura 36 – Croqui dos personagens, do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011



Figura 37 – Foto dos personagens, do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011

No caso das maquiagens, houve um processo mais formal e preciso de criação, principalmente porque o material foi comprado, e pela natureza do produto de ter que ser aplicado na hora. Foram feitos rascunhos, a partir de uma pesquisa de imagens inspiradas no propósito de cada personagem para o filme. No caso de Terry Gilliam, representado por um anjo, a maquiagem, que aqui aparece representada nas Figuras 38 e 39, é uma forte referência a um personagem de seu filme que alude ao diretor.

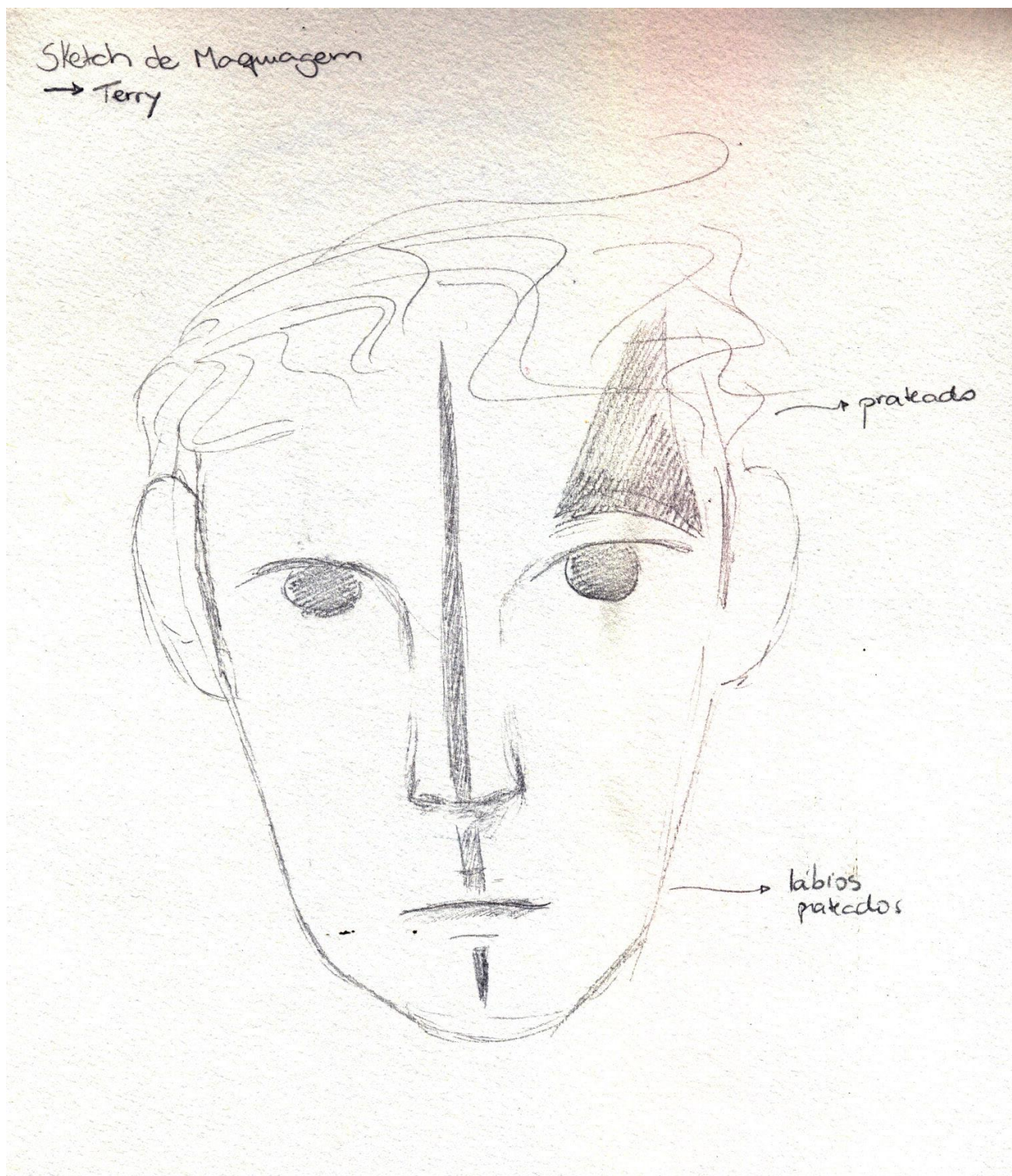
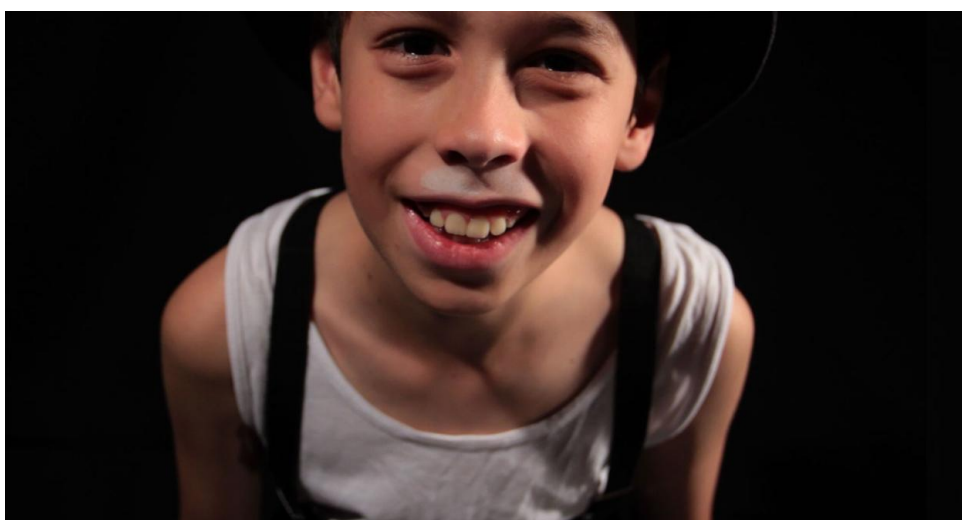


Figura 38 – Croqui da maquiagem do Terry, do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011



**Figura 39 – Foto da maquiagem do Terry, do filme “Kinofobia”
Rodrigo Carvalho, (2012)
Fonte: Os autores, 2011**

Já no caso de Charlie Chaplin, o icônico bigode preto foi discretamente substituído por um bigode branco, fazendo referência ao bigode de leite e simbolicamente à infância do personagem no curta-metragem, conforme Figura 40. A maquiagem teve um papel importante na definição de cada personagem e na sua função para o desenvolvimento da história.



**Figura 40 – Foto da maquiagem do Charlie, do filme “Kinofobia” –Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011**

Outro papel importante da direção de arte em um filme é a escolha e aplicação de objetos de cena. Todos os objetos do filme foram criados com materiais encontrados ou comprados, e confeccionados pelos próprios alunos. Não havia viabilidade de nenhum tipo de mão de obra especializada, tudo foi feito à mão.

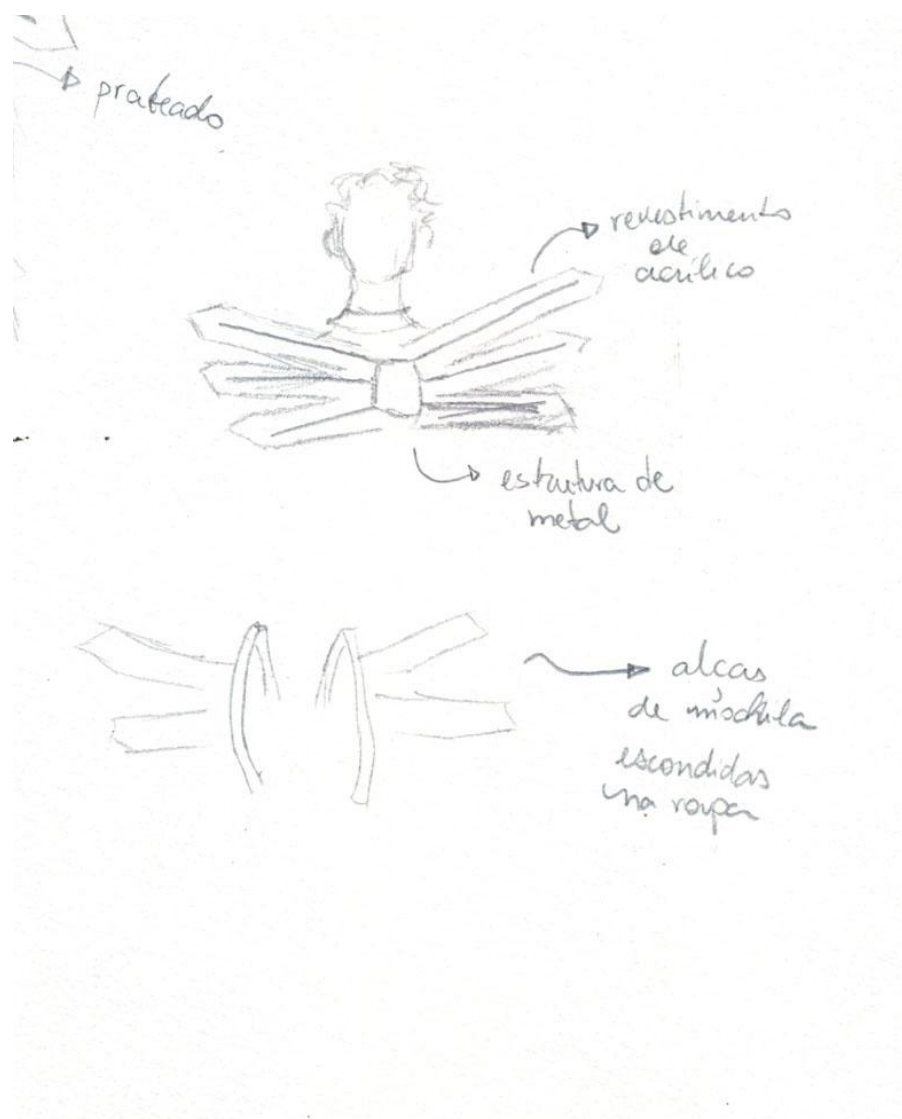
Objetos diferentes tinham funções diferentes durante a execução da filmagem. As cores da caixa de presente de onde o personagem que interpreta Hitchcock saiu, mostrada na Figura 41, foi um dos elementos inseridos onde se pode reforçar o padrão de cores do filme. Sua presença no set e o fato de que um homem sai de dentro dela para depois voltar, porém, tem outro significado que alude aos bizarros e incomuns elementos inconscientes presentes em sonhos, característica fundamental na concepção de um filme surrealista.



**Figura 41 – Foto da caixa e o Hitchcock, do filme “Kinofobia” –Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011**

Um dos processos mais desafiantes foi a confecção das asas do anjo, evidenciado nas Figuras 42 e 43. Esse personagem representa o diretor Terry Gilliam. O projeto original consistia de suportes de metal e revestimento de acetato, para dar um aspecto transparente e mecânico às asas usadas pelo personagem. Falta de tempo e viabilidade de materiais levaram à uma construção alternativa, onde se optou por fazer o acessório usando apenas placas de plástico polionda. A

alternativa provou ser muito mais prática, barata e rápida. O ator poderia usar o acessório sem se preocupar com o peso da ideia original, não foi necessário nenhum trabalho em metal e o objeto foi confeccionado de forma simples. O efeito do acessório na tela foi positivo, então entende-se que, devido ao tempo e circunstâncias, essa foi a melhor alternativa.



**Figura 42 – Croqui das asas do Terry, do filme “Kinofobia
Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011**



**Figura 43 – Foto das asas do Terry, do filme “Kinofobia” –
Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011**

Na cena do jantar, os objetos do cenário foram arranjados de maneira à dar ao filme um ar convincente e verossímil, foram escolhidos objetos que não tirassem a atenção da cena. O objetivo dos objetos nesse momento é dar ambientação visual ao acontecimento na tela, por isso objetos comuns foram escolhidos.

Alguns objetos, como os cigarros que o personagem de Andy Warhol fuma e o relógio de parede, de acordo com a Figura 44, foram confeccionados. A criação de objetos foi também uma atividade exercida pela direção de arte, aplicando-se técnicas variadas de colagem e pintura. Todas elas baseadas em habilidades adquiridas no curso de Design Gráfico, em matérias como “Ilustração” e “Teoria e Prática da Cor”.

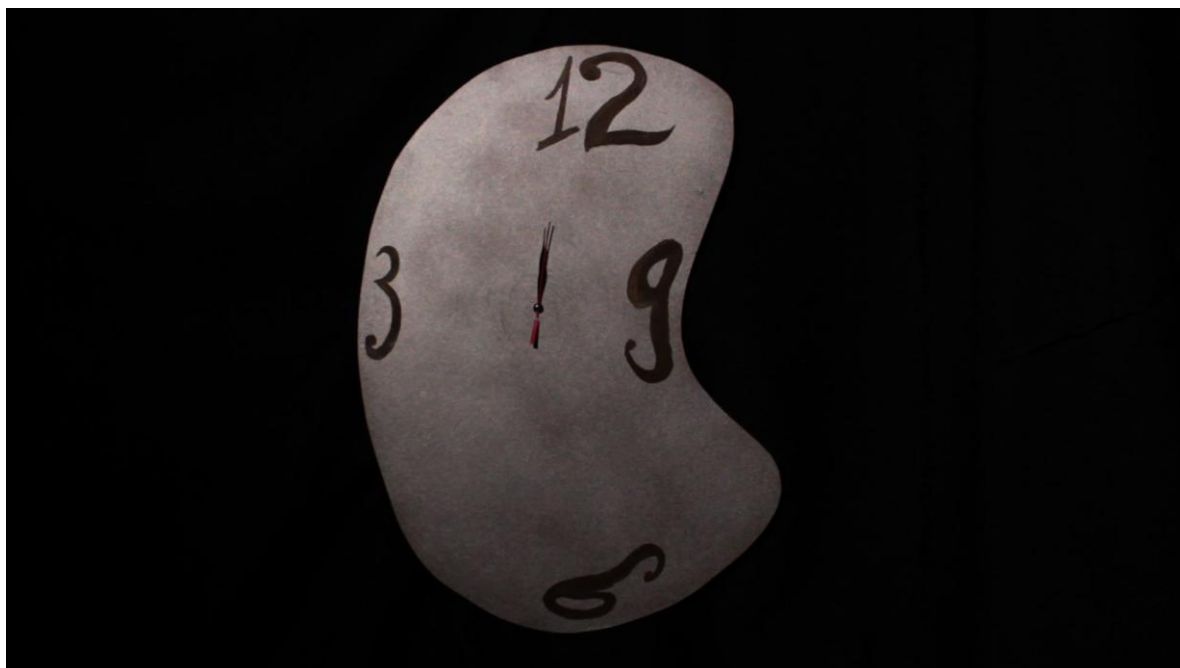


Figura 44 – Foto do relógio usado no filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os autores, 2011

Descobriu-se que flexibilidade é uma característica importante nessa função. É importante entender qual é a função dos elementos visuais na cena, e a partir daí decidir suas características estéticas. Ao invés de aplicar cores fortes em todos os objetos, em alguns casos se optou por usar um objeto comum e discreto, para que elementos de segunda importância não atrapalhassem a narrativa. Em outros momentos, figurino, maquiagem e objetos servem para explicar, aludir ou denotar algo importante para o contexto, então ganharam um destaque maior. Entender e se utilizar da função de cada elemento visual ou estético é fundamental tanto para o designer quanto para o diretor de arte de cinema.

3.2.3 Decupagem de Direção de Fotografia

A decupagem de direção de fotografia engloba o planejamento e as decisões em relação à plasticidade do filme, sua iluminação, enquadramento, planos e movimentos. Para o trabalho de “Kinofobia” essa decupagem foi simplificada, pois o baixo orçamento limitava bastante as opções.

Por exemplo, a escolha dos planos e movimentos foram adaptados devido a

escolha da camera, uma Canon T2i, e a disponibilidade de apenas três lentes (uma lente Canon EF 50 mm f/1.8 II, uma Canon 50-80 mm f/3.5, e uma Canon 50-100 mm f/ 3.5).

Essa condição já limitava a escolha dos planos e os possíveis efeitos fotográficos que podem ser obtidos pela lente, como a distorção de perspectiva, porque as lentes disponíveis não eram capazes de criar ângulos e efeitos diferentes da maneira convencional de se filmar.

A iluminação das cenas também é de responsabilidade do diretor de fotografia. No planejamento já se sabia que o número de equipamentos de iluminação seria limitado, devido ao alto custo dos seus aluguéis. Por isso ficou decidido que o filme inteiro seria iluminado basicamente pelo esquema de iluminação conhecida por “*Side light*” que é a iluminação procedida de duas fontes luminosas posicionadas nas laterais do ângulo de visão. E que se usaria, em conjunto, lâmpadas coloridas e filtros de cor para reforçar as cores decididas pela direção (vermelho, ciano e amarelo).

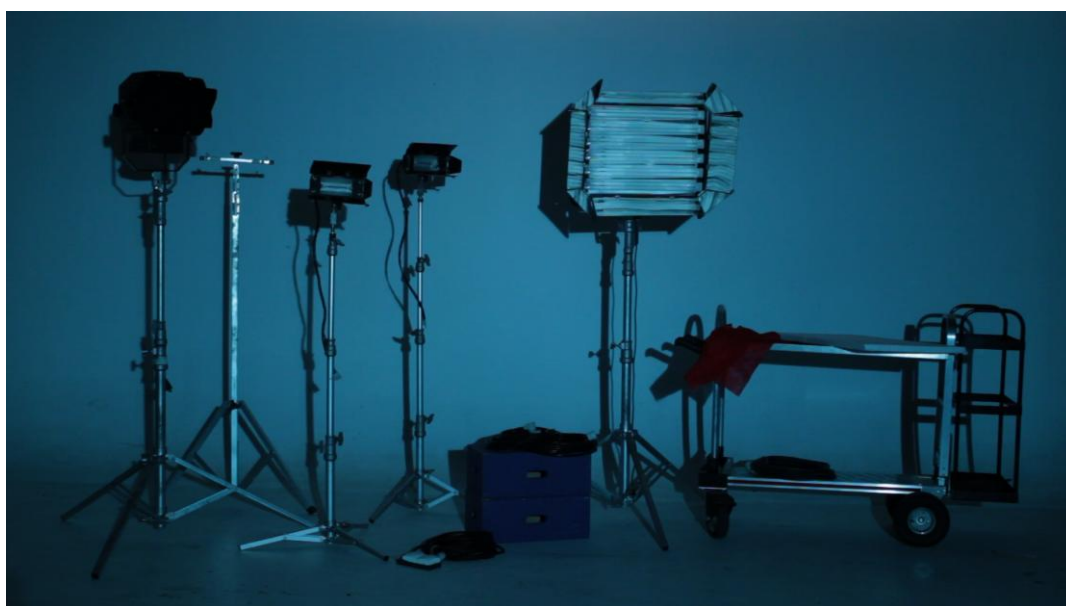


Figura 45 – Still cena do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012) uso de filtro colorido
Fonte: Os Autores, 2012

Os planos para o filme já tinham sido imaginados na decupagem de direção, como o exemplo da Figura 45, e transcritos para os outros departamentos na forma de *Storyboard* (APÊNDICE C). Por isso, no planejamento de fotografia, se analisou como seria possível alcançar o objetivo do diretor com os equipamentos disponíveis.

Além disso, refletindo sobre os planos e verificando se estavam dispostos da melhor maneira para a narrativa.

Na cena que se passa em um bar, mostrada na Figura 46, por exemplo, o personagem Guilherme bebe demasiadamente após a briga com sua produtora, Lorena. Ao se levantar para sair do local há um plano com a imagem duplicada de Guilherme, expressando sua duplicidade de caráter no momento. Na decupagem de fotografia este efeito foi planejado ser feito mantendo a camera paralisada no mesmo lugar e filmando duas vezes a mesma cena, para na edição as imagens serem sobrepostas.



**Figura 46 – Still cena do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012) uso de Imagem duplicada
Fonte: Os Autores, 2012**

Outro planejamento existente na decupagem de fotografia e utilizado no filme foi o uso dos planos subjetivos, nos quais a câmera filmava a visão do personagem. Este recurso foi usado, por exemplo, na transformação dos convidados do jantar em monstros e na aparição dos sete diretores rodeando o Guilherme, conforme a Figura 47.



Figura 47 – Still cena do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012) uso de Câmera subjetiva
Fonte: Os Autores, 2012

A cena com a fotografia mais diferenciada do filme foi a do teatro, foi planejado pelo departamento de fotografia explorar bastante a cor vermelha em contraste com a vestimenta amarela do personagem principal. Sua iluminação foi feita através de fontes de luzes inferiores, para simular as luzes de ribalta ¹ gerando sombras duplas e impactantes, como se pode ver na Figura 48.



Figura 48 – Still cena do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho (2012)
Fonte: Os Autores, 2012

¹ Luz localizada na parte dianteira, inferior dos palcos de teatros.

Não foi possível, porém, realizar muito do que se planejou na área de fotografia. Por exemplo; em um dos dias de gravação não se conseguiu o equipamento de iluminação apropriado, e devido a motivos, como a disponibilidade da locação e dos atores, decidiu-se gravar a cena do bar somente com iluminação local, como se vê na Figura49. Também as luzes coloridas planejadas para a cena de abertura da parte onírica, acabaram não sendo utilizadas, porque não apareciam no vídeo, devido a relativa baixa intensidade com relação às luzes *side light*.



Figura 49 – Still cena do filme “Kinofobia” – Rodrigo Carvalho
Fonte: Os Autores, 2012

3.2.4 Decupagem de Som

O planejamento para o áudio do projeto talvez tenha sido um dos maiores desafios, porque certamente é a área do audiovisual que mais se difere dos estudos do design gráfico. A responsabilidade do departamento foi dividida, experiência com equipamento de áudio e projetos musicais foram acionados para tentar contribuir de maneira positiva para o projeto, e sanar o problema da falta de contato acadêmico com essa área.

O resultado final do som para um projeto cinematográfico é a mixagem de diversos canais sonoros, entre eles o som direto; como os diálogos do filme, dublagens, os *foleys*; que são os sons feitos pela ação humana, os efeitos especiais

sonoros e a trilha musical.

O som do filme tem um papel muito importante para narrativa. Ele é uma peça fundamental para a ambientação da cena, e para fazer com que uma locação na cena se apresente de maneira mais verossímil ao espectador. Por isso, efeitos de som, música e som ambiente são usados com frequência em todos os tipos de filme. Uma cena numa rua movimentada numa cidade acompanhada de sons de carros e pessoas – características que ajudam a reforçar a ideia que a imagem passa, é um exemplo dessa prática.

Na produção do filme, previamente optou-se por gravar som direto – diretamente na hora da filmagem da cena – pois se acredita que desse modo o registro sonoro obtido é genuíno e coerente com a cena, tanto facilitando o trabalho da edição posterior quanto ajudando a causar no espectador uma impressão de verossimilidade.

Como diversos outros aspectos do filme, os equipamentos necessários para a captação do som foram emprestados por terceiros. Foram usados um microfone com vara retrátil e um gravador. Esse equipamento foi manipulado durante todo o tempo de gravação por somente uma pessoa, que ficou responsável por coordenar e garantir a qualidade do som. Como aprendido num curso de cinema anterior, o aluno responsável checava o som ambiente antes de todas as cenas com os atores serem gravadas, afim de que os ruídos fora do *set* não atrapalhassem a captação do som direto.

No planejamento de todas as falas e os *foleys*, como o barulho de cadeiras e passos, seriam todos captados nos dias de gravações, mas contratemplos impediram esse procedimento. Por não haver equipamentos disponíveis por um dia de filmagem, não foi possível captar todos os sons na hora em que as cenas estavam sendo gravadas. A solução encontrada foi inserir os sons que seriam gravados separadamente num segundo momento. Esse procedimento, porém, não é ideal, porque os sons presentes na redublagem correm o risco de não combinarem de maneira convincente com as imagens. Sincronização e entonação de voz dos são problemas comuns no procedimento de dublagem e isso pode acarretar em tempo extra de pós produção.

Os efeitos especiais também foram feitos na finalização do filme, como se é de costume. Mas devido a restrição de orçamento, equipe e tempo, usaram-se sons retirados de banco de dados.

A trilha sonora é a parte do filme onde músicas são inseridas para um propósito específico. Grandes produções americanas frequentemente se utilizam de músicas em sequências de ação ou de romance, por exemplo. Essas músicas são famosas no mercado fonográfico, e agregam valor mercadológico para a produção audiovisual. Uma trilha pode ser composta por músicas comerciais, com obtenção dos direitos autorais ou composta diretamente para o filme. Como é a obtenção de direitos autorais é um processo complicado e custoso, optou-se pelo uso de música erudita antiga, que não necessita pagamento de direitos.

A mixagem de som foi feita em um programa chamado Pro Tools (<http://www.avid.com/US/resources/digi-orientation>), que é um software específico para áudio. Nessa etapa, todo o som é balanceado e aliado ao vídeo por meio de programas, para que o áudio de todo o projeto som limpo convincente e oportuno. Essa etapa do filme foi somente realizada, após edição das cenas completas e assim como os créditos. Sendo a ultima etapa do processo de finalização.

3.2.5 Decupagem de Produção

Como apresentado em tópicos anteriores, o objetivo do departamento de produção é resolver questões práticas necessárias para que o filme possa ser realizado.

No curta-metragem Kinofobia, o orçamento é bastante limitado. Inicialmente o projeto contava com o patrocínio do Centro Europeu para equipamentos em alguns dias de estúdio para filmagem, mas esse processo não ocorreu devido a mudança de algumas normas internas. Sendo assim, os equipamentos foram alugados e emprestados. Os equipamentos de som e alguns equipamentos de luz foram emprestados para a gravação, outros foram alugados. Contou-se também com o apoio de diversas empresas que nos forneceram serviços em troca da publicidade.

Os equipamentos de som, foram emprestados do Estúdio Trilhas Urbanas por três dias. O equipamento de luz foi alugado da empresa HB Áudio, que forneceu descontos e assessoria total quando os equipamentos foram alugados.

As locações foram escolhidas de acordo com a viabilidade para a equipe e atores, e relevância para o projeto. Todas elas foram produto de requerimentos informais. Uma delas, o Bar “Ao Distinto Cavaleiro”, por exemplo, provou ser um

desafio inesperado por ser um espaço público. Outras locações incluíram apartamentos de membros do projeto, e as dependências da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Muitos locais foram definidos pelo fato de que não haveria custo, o que de outra maneira tornaria impossível a realização do projeto devido ao baixo orçamento.

Outra responsabilidade da produção é entrar em contato com os profissionais e administrar a disponibilidade de suas agendas para marcar o dia das gravações. A maioria dos atores que foram contratados são pessoas próximas que aceitaram participar do curta-metragem voluntariamente. A falta de experiência em atuação não foi considerada, pois as cenas que precisavam de interpretação enfática foram feitas pelos atores profissionais que participaram do projeto. Os atores profissionais foram contratados por meio de solicitação de apoio e ajudaram bastante na gravação. Maquiadores e operadores de câmera também foram contratados por meio de apoio e contatos próximos que se interessam pela atividade.

O armazenamento do material foi feito na residência onde as cenas foram gravadas, para que fosse possível organizar e cuidar de todos os materiais utilizados. A responsabilidade pela desprodução e organização após as filmagens foi uma preocupação de todos os envolvidos.

3.3 PRODUÇÃO

A produção é a fase de filmagens das imagens do filme, colocando em prática os planejamentos dos departamentos. No curta-metragem essa captação de imagens ocorreu em oito dias distintos e não consecutivos. Em cinco locações diferentes, contanto, no total, com uma equipe de 20 pessoas entre atores e participantes da produção, como câmeras e maquiadores.

No processo de gravação o diretor é o responsável pela organização da equipe de filmagem e os atores, por isso ele precisa planejar anteriormente a ordem de cenas, ele organiza um documento chamado “ordem do dia” (APÊNDICE D), no qual se especifica quais cenas serão gravadas e em qual ordem, a cada dia, assim como horário de encontro da equipe, início e final da filmagem. Esse documento serve de apoio para os produtores que são os responsáveis pelo contato entre a equipe, e pela organização do dia no set. Os responsáveis pela produção devem

estar com tudo organizado, desde iluminação até maquiagem, e também deve estar atentos às necessidades das pessoas envolvidas, providenciando alimentação, por exemplo.

As filmagens do curta-metragem “Kinofobia” começaram no dia 12 de novembro de 2011, com a cena em que Guilherme adentra um bar. A gravação foi feita no bar Ao Distinto Cavalheiro, na Rua Saldanha Marinho, 894 – Centro-Curitiba, mostrado na Figura 50. As cenas foram gravadas à noite, no horário de atendimento normal do bar, já que esse foi o acordo entre os proprietários e os realizadores do projeto. Um dos sócios do estabelecimento aceitou previamente que gravássemos no estabelecimento, e no dia da gravação os dois sócios estavam presentes e nos trataram de forma muito acolhedora na utilização do seu espaço.



Figura 50 - Locação do Bar Aos Distintos Cavalheiros, parte interna
Fonte: Os Autores, 2011

O encontro da equipe aconteceu em um apartamento de um dos envolvidos no projeto que era próximo à locação. Lá foram feitas as preparações de figurino, maquiagem, ensaios com o ator e finalizações da arte, como mostra a Figura 51. Na questão de produção, houve apenas a presença do ator principal, sendo necessários figurino e maquiagem simples.



Figura 51 - Bastidores de Maquiagem
Fonte: Os Autores, 2011

No primeiro dia houve problemas de comunicação entre a equipe e os provedores dos equipamentos técnicos, não sendo possível a locação ou empréstimo dos materiais de iluminação, captação de som ou tripé da câmera. Porém devido a indisponibilidade de horários para os donos do bar e ator, optou-se por gravar a cena com iluminação ambiente e câmera na mão e ter sons captados em pós-produção e dublagens. A Figura 52 mostra o momento da gravação.

Todo o dia de filmagem, desde o encontro da equipe e até a desprodução demorou quatro horas e meia. A maior dificuldade desse dia foi lidar com os clientes do bar, já que o espaço físico do bar também era reduzido. Na filmagem, houve a presença dos próprios clientes e donos do bar, que não se importaram com captação de sua própria imagem e autorizando a reprodução delas. A filmagem ocorreu bem e no tempo esperado.



Figura 52 – Bastidores da filmagem no bar
Fonte: Os Autores, 2011

O segundo dia de filmagem foi no dia 26 de novembro de 2011, dando a equipe quatorze dias para organizar as gravações que seriam realizadas no dia 26 e dia 27. Nesse segundo dia foi filmada a cena do jantar, que é a primeira cena do filme. Ela foi realizada na casa de um dos atores voluntários do projeto - o local representado na Figura 53 - que participou da cena como um dos convidados do jantar.



Figura 53 - O set de filmagem na cena do jantar
Fonte: Os Autores, 2011

A cena foi gravada com todos os equipamentos planejados de fotografia, iluminação e som. Era uma cena que contava com seis personagens, incluindo a personagem principal. Além disso a cena contava com a participação de três hamsters. O projeto original incluía uma cena onde o personagem interagiria com lagartixas. Durante o processo de produção, se descobriu que esses animais não podem ser utilizados sem autorização de órgãos reguladores, e a ideia teve que ser adaptada. Foi um grande contratempo, porque seria impossível conseguir autorização perante a lei para a utilização delas, a tempo de se encaixar no cronograma. Sendo assim houve a troca de animais, e foram utilizados hamsters, simbolizando ratos, animal mais fácil de ser encontrado e que não exige nenhum documento para gravação.

Devido a complexidade da cena e devido a vários contratempos de produção, como atraso da equipe e falta de elementos de cenas, o tempo de filmagem dessa cena excedeu o programado na ordem do dia, tendo o tempo total em set de nove horas, durando até as quatro da manhã.

Esse atraso acabou comprometendo a gravação do dia seguinte, que estava programada para o período da manhã. A filmagem do dia 27 foi transferida para o tarde. Esta captação ocorreu em outra residência, num estúdio improvisado com tecido preto forrando três paredes. A sala da casa se transformou em um escritório e lá foram gravadas as imagens da discussão entre Guilherme e sua produtora por telefone.

A cena não era complexa, somente a personagem principal aparecia e a duração da cena era curta; o maior desafio era a interação do ator e o telefone, já que as falas da personagem da produtora Lorena seriam inseridas na edição. Para resolver isso o diretor passava a fala para o ator no lugar da personagem enquanto ocorria a gravação.

Entre o encontro na locação os ensaios entre o diretor e o ator e as gravações e desprodução, foram gastas cinco horas. Uma parte desse tempo foi um atraso devido a iluminação da cena, que teve que ser refeita, quando uma das lâmpadas queimou. As lâmpadas reserva já haviam sido utilizadas, então a gravação foi feita com apenas uma lâmpada. O aluguel da iluminação foi feito para o final de semana inteiro, dos dias 26 e 27 e a empresa HB áudio cobrou apenas um dia de aluguel, nos facilitando o processo.

As próximas gravações foram também realizadas em dois dias seguidos, dia

02 e 03 de dezembro de 2011, aproveitando novamente o aluguel da iluminação para o final de semana. Elas eram programadas inicialmente para serem feitas nos estúdios da Faculdade de artes do Paraná, no campus da CineTv em Quatro Barras – Paraná. Porém a faculdade necessitou remarcar algumas aulas que ocorrerem no estúdio, tendo novos dias vagos somente a partir do dia 09 de dezembro de 2011.

Essas novas datas ficaram inviáveis para reunir toda a equipe, contando com atores, já que as cenas gravadas nesse dia seriam a parte onírica, que contava com oito atores, incluindo o principal. Por isso ficou decidida a relocação para o mesmo estúdio improvisado em uma residência utilizado anteriormente, mostrada na Figura 54. As janelas e paredes da sala foram cobertas com *blackouts* e panos Oxford pretos para que não houvesse passagem de luz solar e para que a luz ambiente ficasse homogênea.



Figura 54 - Gravando as cenas de sonho
Fonte: Os Autores, 2011

As gravações foram organizadas inicialmente para que fossem gravados três personagens da parte onírica no dia 02 e quatro personagens no dia 03. Porém uma das lâmpadas parou de funcionar após duas horas do início da gravação do dia 02 e uma parte das filmagens foi transferida para o dia 03. A empresa de aluguel havia

dado um número de telefone, caso algum problema acontecesse. Após comunicar a empresa que uma das lâmpadas parou de funcionar, eles deram mais lâmpadas reservas e mais um suporte que foi gentilmente concedido.

Com o problema de iluminação resolvido, ficou decidido que no início da manhã do dia 03 seriam gravados o restante da filmagem programada para o dia anterior e na parte da tarde seriam feitas as gravações do dia 03. Devido à importância e dificuldade das cenas, e os problemas ocorridos no dia anterior, este foi o dia mais cansativo, com o maior tempo de gravação. As filmagens duraram até as 03 da manhã, tendo um total de dezoito horas em set. Como planejado, os atores chegaram e saíram em horários alternados. Mas os autores do projeto permaneceram no set durante todo o período. Uma das coisas que tomou muito tempo, além das cenas mais complexas, foi a maquiagem e o figurino serem elaborados. Não houve auxílio de pessoas com experiência em maquiagem neste dia, sendo necessário que a produção assumisse essa responsabilidade. Com o grande fluxo de pessoas, foi difícil gerenciar a assessoria aos atores, produção de figurinos e a própria gravação.

No dia 05 de dezembro de 2011 ocorreu o sexto dia de gravação, realizado no mini auditório da UTFPR, mostrado na Figura 55. Lá foi gravada a cena final do filme, no teatro. A cena era de curta duração e somente a personagem principal fazia parte. Foi marcado o encontro no set para o turno da manhã. O Miniauditório havia sido reservado de acordo com todos os documentos formais necessários. A gravação no período da manhã foi vantajosa, pois possibilitou o uso dos equipamentos de luz por um período extra antes de serem entregues neste dia. Todo o processo, desde os testes de luz, ensaios e filmagens, durou duas horas. Não havia decoração extra, somente a existente no local e o figurino usado no resto do filme. A iluminação ficou por conta de duas lâmpadas de alta potência posicionados no chão para simular luzes da ribalta e da iluminação local.



Figura 55 - Gravando a cena final
Fonte: Os Autores, 2011

O penúltimo dia de gravação foi no dia 09 de dezembro de 2011, no estúdio de Faculdade de Artes do Paraná. Esse dia não contou com a presença de nenhum ator, somente produtores foram até o estúdio da Faculdade de Artes do Paraná para filmar as cenas das nuvens e do estúdio do personagem com equipamentos parados. Foram filmadas também imagens extras da cena do personagem Alejandro que não foram captadas no dia, como a aparição do relógio. A equipe se dirigiu até a instituição no ônibus cedido pela faculdade junto aos alunos da CineTv, utilizaram o estúdio e seus equipamentos de iluminação durante quatro horas da tarde do dia 09.

O oitavo e último dia de captação de imagem foi realizado no dia 13 de dezembro de 2011 na Cinemateca, localizada na Rua Carlos Cavalcanti, 1174 – São Francisco – Curitiba. Nesse dia foi filmada a imagem do projetor de película, que fazia parte da cena final do filme. Somente um participante do projeto foi até o local, levando o equipamento de filmagem. Somente a iluminação ambiente foi utilizada, as filmagens foram rápidas, durando apenas 25 min, o tempo que o rolo de filme colocado no projetor pelo projetista da cinemateca demorou para completar o ciclo.

3.4 FINALIZAÇÃO

3.4.1 Edição de Imagem

A primeira etapa da pós-produção é a edição das imagens capturadas. Essas imagens normalmente são captadas em uma ordem não condizente com a ordem do roteiro, isso por que na filmagem há outras questões relevantes, como horário disponíveis da produção, tempo, disponibilidade de locação.

A edição das imagens é o momento em que esse material filmado será analisado, escolhido e montado de maneira linear e condizente com o roteiro. Essas imagens podem ser corrigidas ou alteradas. É comum na edição de vídeos que ocorra a correção de cor das imagens, para que haja homogeneidade imagética. Também como já dito no capítulo 2.2.4 pode-se haver interferência gráfica nas imagens, modificando-as ou até mesmo criando-se uma imagem inteiramente nova através de computação gráfica.

No filme “Kinofobia” a edição de imagem foi feita de maneira simples, com uma básica correção de cor e a edição das imagens captadas na sequencia do roteiro. Essa etapa foi realizada pelos próprios autores do projeto no software Final Cut Pro, cuja interface aparece no Figura 56. Ele foi desenvolvido pela Apple para essa finalidade.

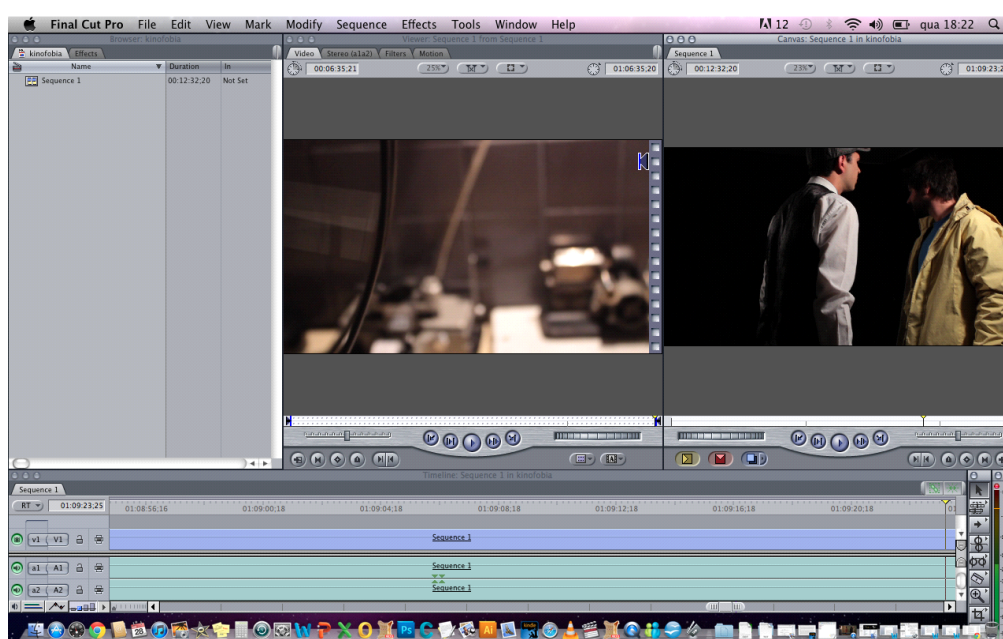


Figura 56 - Imagem da interface do software Final Cut Pro, usado na edição do filme. Fonte: Os Autores, 2012

A primeira etapa para a edição de imagens foi assistir todas as imagens filmadas e catalogar essas cenas. Em sequência foram escolhidas as melhores cenas, baseadas na iluminação, atuação e *mise-en-scène*. Essas cenas foram importadas para o software e organizadas de acordo com sua posição no roteiro. Algumas dessas cenas eram similares, se diferenciando apenas pelas mudanças enquadramento, chamados de planos.

Logo, os planos foram intercalados de maneira a completarem uma cena. Essas cenas foram agrupadas formando um sequência e essas sequências organizadas formando o filme. Após esse processo se obtém o primeiro corte do filme, que apesar de já conter toda a história do filme precisa ser refinado.

Esse refinamento é a etapa da edição de imagem, na qual os planos serão aprimorados, sendo escolhidas outras transições entre os planos, como a sobreposição de imagem, *fade in* e *fade out* ou qualquer outra escolhida pelo editor e aprovada pelo diretor. É nesse momento também que se corrige ou modifica a cor do filme, o próprio Final Cut Pro oferece essa ferramenta, que possibilita modificar a numeração RGB das imagens, como visto na Figura 57.

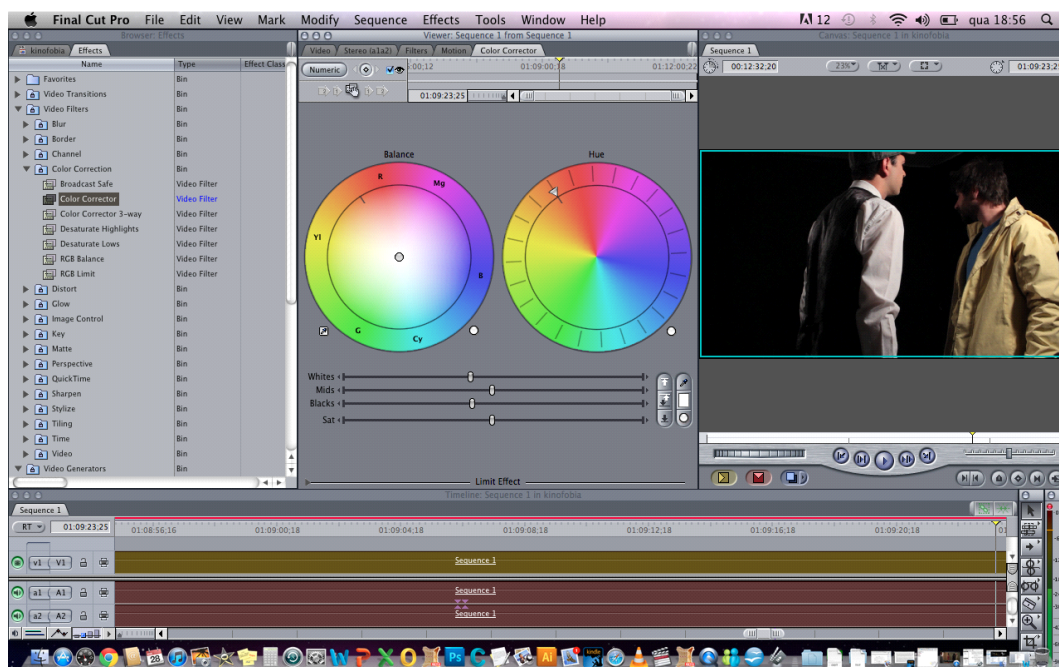


Figura 57 - Imagem da interface do software Final Cut Pro, usado na correção de cor das imagens do filme.

Fonte: Os Autores, 2012

Após essas correções feitas e a aprovação do diretor as imagens do filme estão editadas, faltando os créditos, a edição de som e a pós-edição que não foi utilizado no projeto pela complexidade técnica.

3.4.2 Titulações

O desenvolvimento da titulação de um projeto audiovisual é mais um das áreas inerente ao estudo do design. Como abordado no tópico 2.2.4 desta monografia; existem diversos profissionais da área especializados neste seguimento ligado ao *Motion Design*. Os créditos iniciais do filme ou abertura há bastante tempo vem sendo explorados pela indústria cinematográfica para causar impacto no espectador, já que consiste na primeira impressão causada pelo filme. Atualmente, porém, os créditos finais estão deixando de seguir o padrão de bloco de textos animados apenas pela localização para algo mais elaborado, como no exemplo da Figura 58. assim como as aberturas.

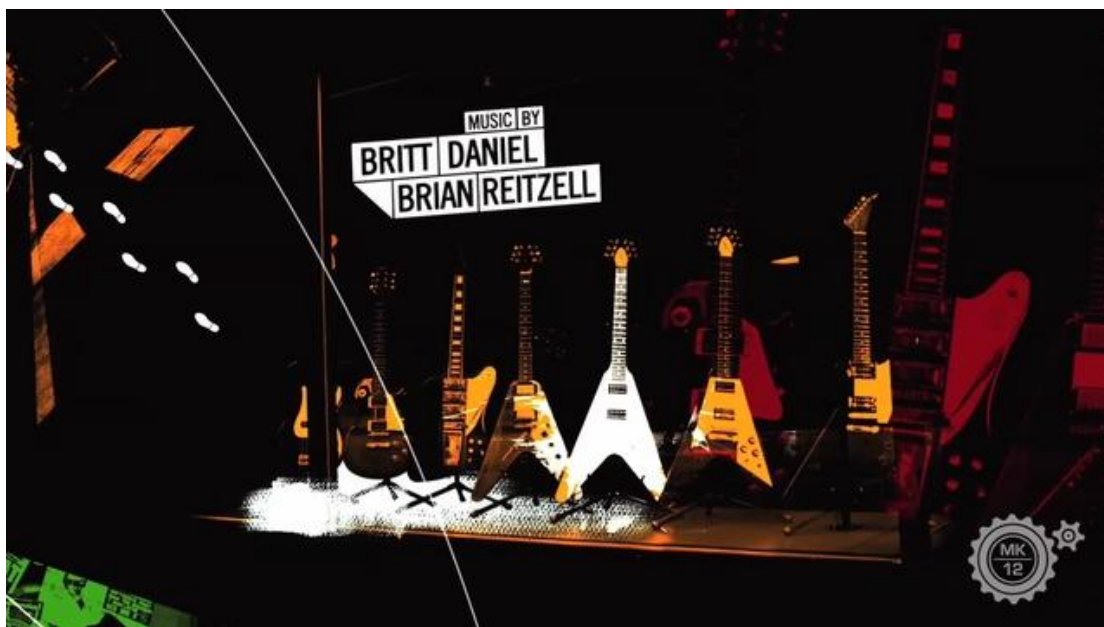
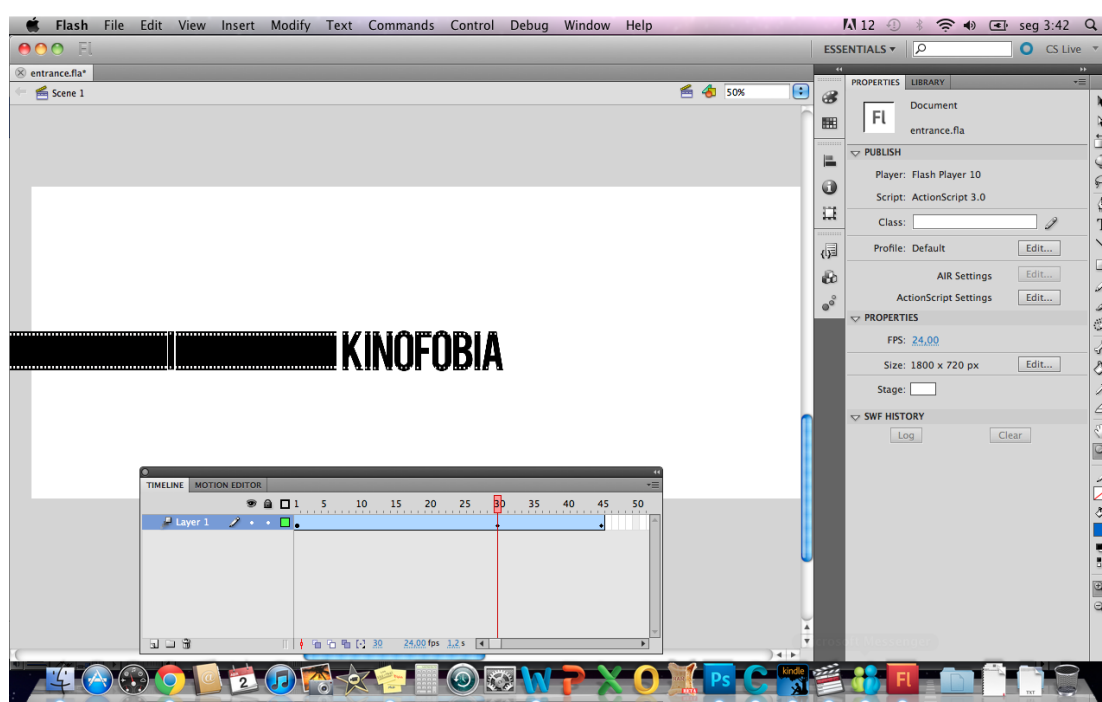


Figura 58 - Still Créditos Finais do Filme “Mais Estranho que a Ficção” – Marc Foster (2006), feito pela Agência Mk12.
Fonte: Vimeo

O desenvolvimento de titulação para de curta-metragens, contudo, é diferente. Devida a curta duração do filme os créditos iniciais desse tipo de material audiovisual têm o tempo bastante reduzido, o que torna comum o uso de design simplificado e os créditos finais tradicionais.

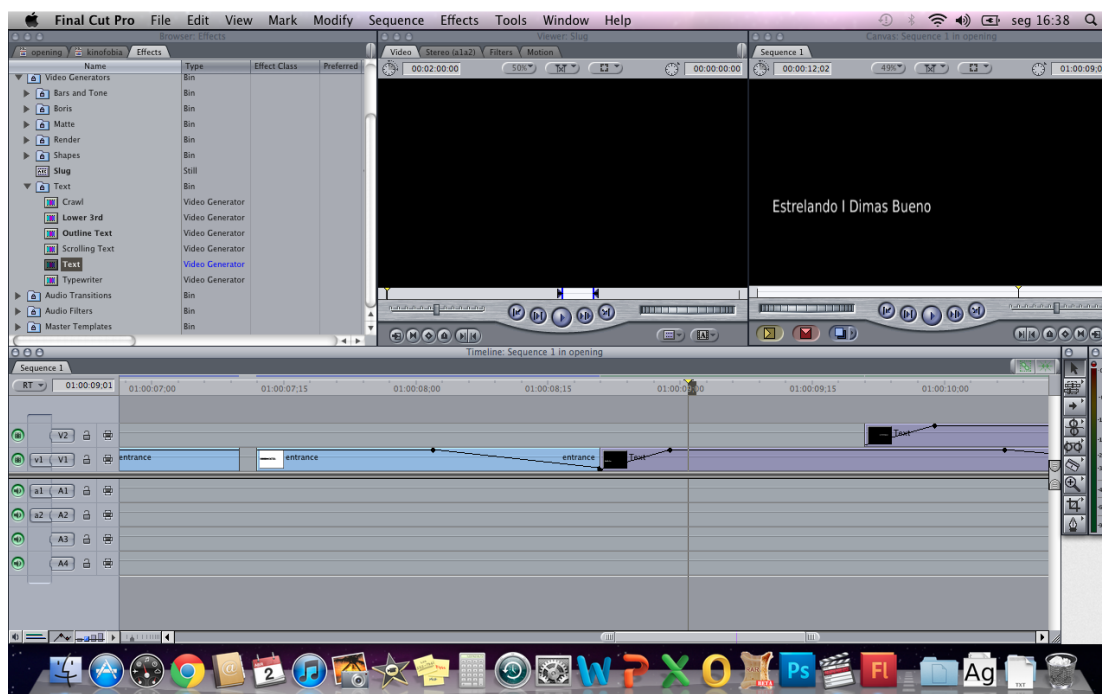
Para o “Kinofobia” foram aplicadas as convenções de filmes de curta-metragem, explorando uma abertura animada, porém curta e créditos finais tradicionais. A abertura animada se interligava com o filme, pois remetia a última cena do material; foi feita uma ligação entre as imagens finais do projetor de película e o fato de o logo do filme remeter á rolos de películas. Sendo assim foi feita uma animação de um vetor de película atravessando a tela, esta película estava danificada e recortada com as letras que forma o titulo do filme, que passam pela tela espelhada até a finalização, na qual essa película mescla-se com o logo do filme.



**Figura 59 - Foto da Interface do Adobe Flash CS5 na produção da abertura do “Kinofobia” - Rodrigo Carvalho (2012).
Fonte: Os autores, 2012**

A animação do vetor foi feita no software Adobe Flash CS5, que aparece na Figura 59, levando em conta a diferenciação de posicionamento no tempo e espaço bidimensional. O desenvolvimento dos créditos iniciais foram terminados no Apple Final Cut Pro, onde foram acrescentadas as interrupções com telas pretas, a chamada

para o diretor e ator principal do filme e o som de películas no projetor, som esse, captado ainda nas filmagens do filme, na gravação feita na Cinemateca de Curitiba.



**Figura 60 - Foto da Interface do Apple Final Cut Pro na Finalização da abertura do “Kinofobia” Rodrigo Carvalho (2012).
Fonte: Os autores, 2012**

Já os créditos finais, que eram mais simples foram feitos inteiramente no Apple Final Cut Pro, conforme Figura 60, através de filtros existentes no próprio programa, onde o usuário se encarrega de editar o texto e a duração da animação, gerando os clássicos créditos quem se movimentam na vertical na tela, de acordo com a Figura 61. Foi necessário incluir as imagens das logomarcas da UTFPR e CineTv Pr na final da animação pois os filtros só editam textos. Além do logo criado para o “Kinofobia”, foi utilizada a fonte “Dejavus Sans”, escolhida pelos alunos como fonte complementar, inclusive nos materiais de divulgação.

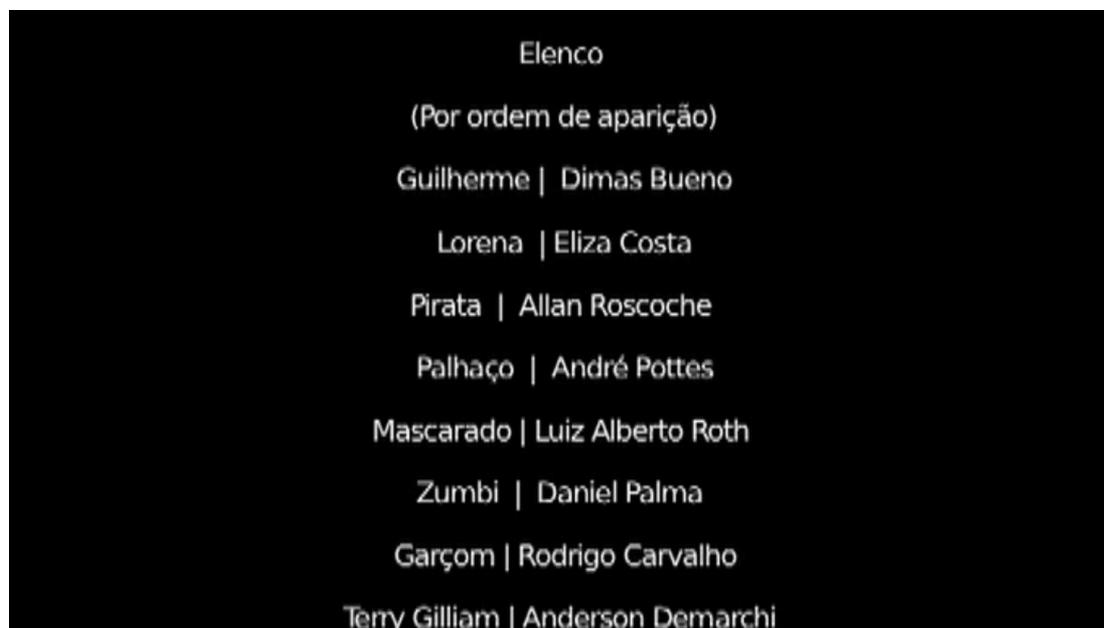


Figura 61 – Still dos créditos finais do filme
Fonte: Os autores, 2012

3.4.3 Edição de Som

A edição de som foi a etapa mais difícil para os alunos, já que dentro do projeto audiovisual é a que mais se difere dos estudos de design. O processo para a edição de som é feito desde a decupagem de som, como visto no capítulo 3.2.4, onde fica decidido quais sons serão captados, quais serão produzidos nas filmagens ou na pós produção.

Para o filme “Kinofobia” ficou decidido, no momento de pré-produção, que se captariam todos os sons necessários para a mixagem exceto a trilha sonora. Porém problemas com a aquisição de equipamentos excluiu essa possibilidade. Sendo assim, o processo de edição do filme se dividiu nos sons na mixagem dos sons captados na filmagem, como sons ambientes, falas e alguns *foleys*, falas captadas na dublagem, e efeitos sonoros adquiridos de banco de sons e a trilha sonora.

Para mixar, ou seja, juntar todos esses diferentes sons de uma maneira que os deixe harmônicos é preciso um programa de edição de som, como o Pro Tools, escolhido pelos alunos. Nele se consegue criar faixas distintas para os diferentes níveis de som (Diálogo, *foleys*, efeitos sonoros e trilha sonora). Como o som também não foi captado inteiramente no mesmo ambiente, ao mesmo tempo ou pelo mesmo equipamento; é preciso tentar igualá-los, ajustando a alturas, intensidade e vibração.



Figura 62 - Imagem da interface do software Pro Tools, usado na edição do som do filme.

Fonte: Os Autores, 2012

Tudo isso é feito dentro do Pro Tools, mostrado na Figura 62, seguindo o ritmo das imagens do filme, já finalizadas no processo de edição de imagem. É importante que esse som pareça regular, estando na mesma altura e com qualidade boa, sem ruído e sincronizado com as suas referências imagéticas. Normalmente a ordem de intensidade, ou seja, quais os sons que prevalecem no filme seguem a ordem de níveis de som citado no parágrafo anterior: Diálogo, *foleys*, efeitos sonoros e trilha sonora. Mas são feitas mudanças nessa ordem para efeitos dramáticos. Como o som do champanhe estourando na cena inicial que sobressai ao diálogo das personagens na mesa de jantar.

A trilha sonora do filme foi planejada para ser original, feita especialmente para o projeto, porém o tempo hábil para a finalização do Trabalho de Conclusão de Curso não foi o suficiente para achar pessoas da área musical e desenvolver esta trilha com elas. Por isso foi escolhido utilizar música clássica que, além de facilitar pela questão dos direitos autorais terem expirado, são estritamente instrumentais, se adequando ao planejamento inicial. Foi feita uma pesquisa de autores e peças clássicas e escolhidas as obras de Mozart: Requiem - “Dies Irae” e de Vivaldi: As Quatro Estações – Verão, Presto. Trechos delas foram editados no Pro Tools servindo como fundo musical da obra.

4 DESENVOLVIMENTO DO MATERIAL DE DIVULGAÇÃO

4.1 PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

A criação de material de divulgação surgiu diante a necessidade de divulgar a produção do curta-metragem, e assim comercializá-lo. Inicialmente os materiais apenas seriam destinados à divulgação em festivais. O filme é independente, produzido por alunos de cinema e design gráfico, então a participação em festivais pode atrair atenção de futuros investidores para o projeto. O mercado em que o filme irá disputar é bem acirrado. É importante destacar e transmitir bem o que filme quer passar, pois isso faz com que os futuros telespectadores criem interesse em assisti-lo. Além de atrair a atenção também dos críticos e jurados que irão avaliar o curta-metragem em festivais de cinema. A criação do material de divulgação seria voltada ao público envolvido com festivais e cinema, como a indústria do cinema, cinéfilos, estudantes de cinema e pessoas interessadas no tema surrealista do filme. Por ser uma produção independente, o orçamento é bem limitado, fazendo com que se escolham opções que não utilizem grande investimento financeiro.

O curta-metragem conta a história de um diretor de cinema que está fazendo seu primeiro filme, e que tem no seu processo de criação um desafio. O tema surrealismo é transmitido pelos elementos oníricos, que faz o telespectador viver o mundo fantasioso ao qual o personagem Guilherme foi transportado. O estilo do material deve assumir esse clima de sonho e estranheza. É interessante também explorar as cores usadas no próprio filme (azul, amarelo e vermelho) e usar também o colorido para remeter ao imaginário em que Guilherme se encontra. O título do curta-metragem pode ser usado, pois Kinofobia vem de Cinema (Kino) e da loucura que Guilherme vive (Fobia). Apesar do “fobia” do título do filme também passar a ideia de “medo”, não é isso que quer transmitir no filme. “Fobia” referencia mais à patologia, à loucura do que ao sentimento medo em si.

4.2 MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO ESCOLHIDOS

Há uma grande quantidade de opções para divulgar um produto, desde embalagem até objetos que podem remeter ao produto. Para a divulgação deste

curta-metragem, a opção a ser tomada foi de transparecer em todos os meios escolhidos de divulgação a ideia do filme. Os materiais mais importantes seriam a capa do DVD e o cartaz. O cartaz e a capa do DVD obedeceriam a mesma arte final a princípio, com a utilização de mais informações no DVD.

Outra escolha seriam *presskits* que seriam entregues junto com a inscrição nos festivais de cinema. O *presskit* teria uma camiseta, um copo de dose, o DVD e o cartaz, tudo dentro de uma caixa. A escolha do copo e a caixa seriam pra associar a cenas do filme e a camiseta um brinde a mais que geralmente é usado em materiais desse tipo.

4.2.1 Elaboração do *Press Kit*

A elaboração do *presskit* se deu com o objetivo de chamar atenção e agradar o público-alvo. É uma forma também de fazer as pessoas memorizarem a marca e ter um bom conceito a respeito dela. Como elementos do *presskit* do filme foram escolhidos o copo de dose, a camiseta, o cartaz, a capa do DVD e uma caixa para armazenar tudo.

O copo de dose faz referência ao momento aonde o personagem Guilherme vai ao bar e toma diversas doses nestes copinhos, ao sair do bar ele cai e entra num estado onírico, onde grandes diretores que ele referencia, falam com ele. Sendo assim, o copo presente no kit é um convite a pessoa que o recebe a ir com o personagem a este “mundo” que ele é transportado.

A camiseta é um objeto comum em materiais que promovem filmes e CD's, pois remetem as experiências vividas no filme. Se o filme agrada, a pessoa vai usar a camiseta para demonstrar isso. Mesmo que o filme não agrade muito, uma camiseta com uma arte bonita pode agradar por simplesmente a pessoa gostar da estampa, fazendo propaganda do filme sem perceber.

O cartaz e a capa do DVD são peças fundamentais no kit. São eles que mais transmitem a ideia do filme e são peças essenciais. O cartaz para divulgação e a capa do DVD para armazenar o filme.

Para juntar todos os objetos em um lugar só, optou-se por fazer uma caixa. Há no filme uma cena que aparece uma caixa de onde sai um personagem. A caixa usada no *presskit* refere a esta que aparece no filme e irá guardar todos os objetos relacionados ao filme.

4.2.1.1 Elaboração da Caixa

Para o armazenamento de todo o conteúdo promocional, foi decidido projetar uma caixa que remeta o elemento similar que aparece no filme, como a da Figura 63. Foi uma forma de criar uma conexão entre a caixa e a identidade visual do filme. Apesar de não seguir o mesmo conceito aplicado em outras peças, como o cartaz, a caixa ainda permanece dentro do *briefing* utilizado na elaboração dos outros materiais.

Foram utilizadas listras nas cores azul, amarelo e vermelho, a mesma paleta de cores usada nas filmagens. As cores permanecem dentro dos principais tons que aparecerão no filme, como visto na Figura 64.



Figura 63 – Caixa usada no filme
Fonte: Os Autores, 2012

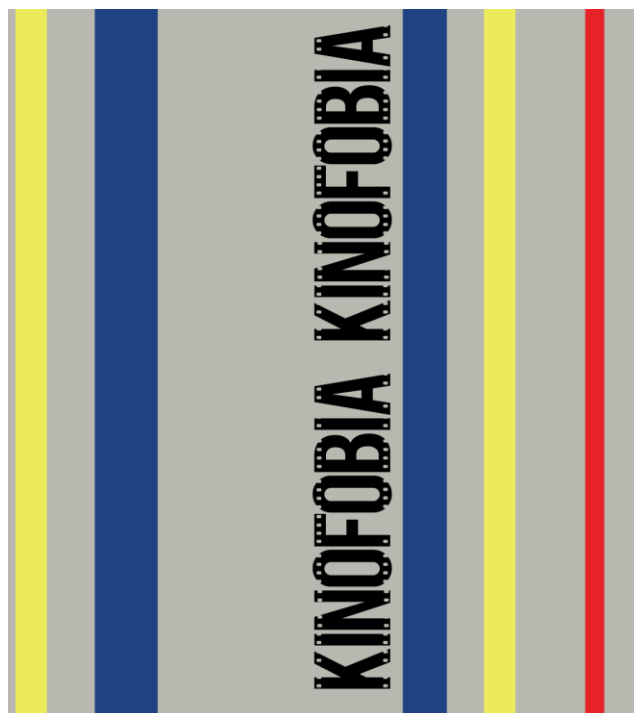
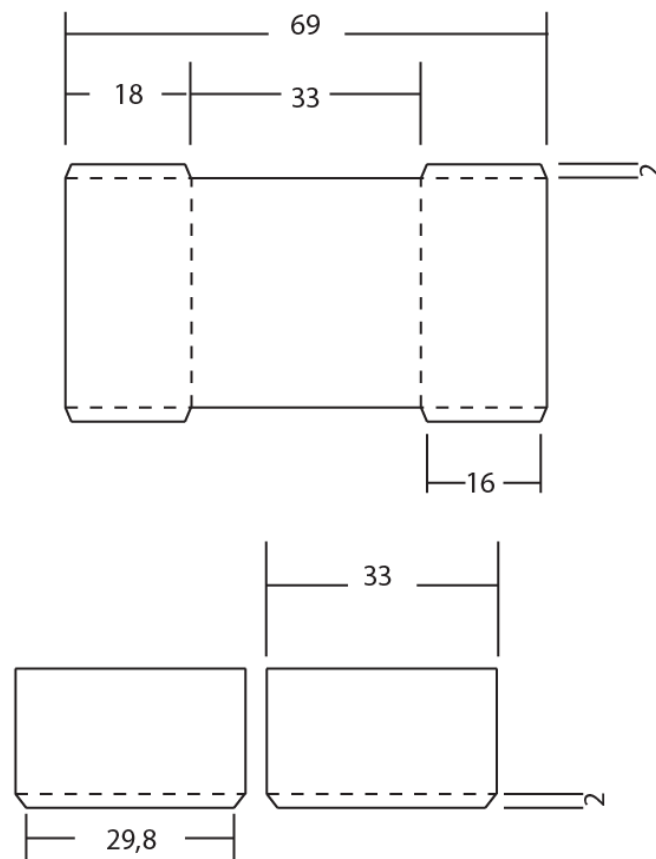


Figura 64 – Arte da Caixa
Fonte: Os Autores, 2012

Como a caixa irá armazenar conteúdos grandes e pesados, foi usado um modelo de caixa com 18 centímetros de largura e comprimento e 33 centímetros de altura, conforme modelo da Figura 65. Ela terá impressão digital, em papel triplex com gramatura de 300g, pois terá que guardar objetos com peso significativo, como o copo de dose e camiseta.

Escala 1 : 100 cm

Base



Tampa

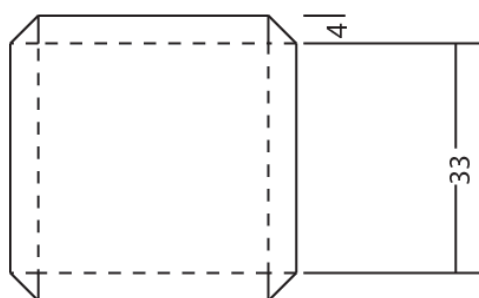


Figura 65 - Modelo da Caixa
Fonte: Os Autores, 2012

4.2.1.2 Elaboração do Cartaz

A criação do cartaz de um filme deve transparecer a mensagem do filme. A princípio a ideia era incorporar elementos do filme no cartaz. Foram utilizadas fotos de objetos que os personagens usaram no filme na parte do sonho de Guilherme e também a foto do personagem principal. Mas os elementos ficaram muito confusos e a qualidade da foto era baixa, como pode ser observado na Figura 66. A cor preta predominava e escondia a definição dos objetos.

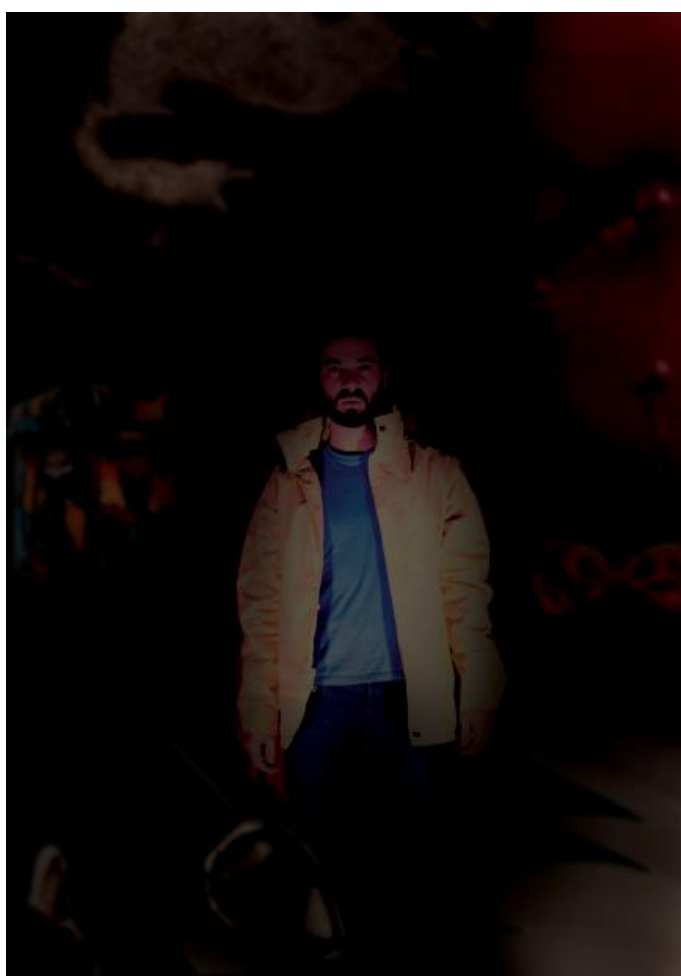


Figura 66 - Foto montagem com elementos do filme
Fonte: Os Autores, 2012

As opções seguintes, representadas nas Figuras 69 a 72, foram pensadas devido ao título do filme fazer uma alusão ao cinema. Foram usados elementos de um teatro, como o palco, cortinas, holofotes, e poltronas do público. Esse resultado

não foi satisfatório porque eram capas muito simples que não demonstravam muito sobre o filme.

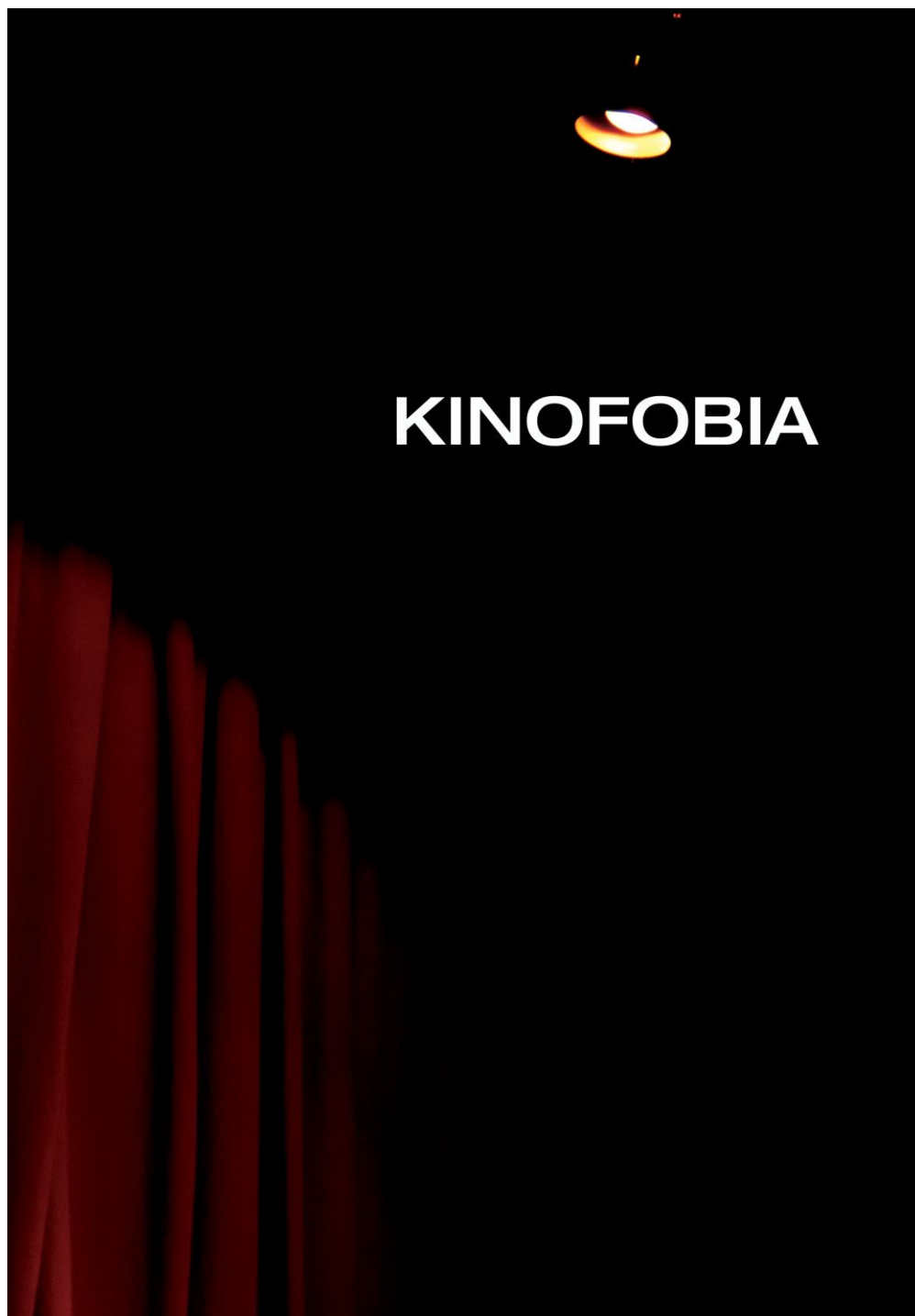


Figura 67 - Rascunhos de alternativas utilizando fotos de locação
Fonte: Os Autores, 2012

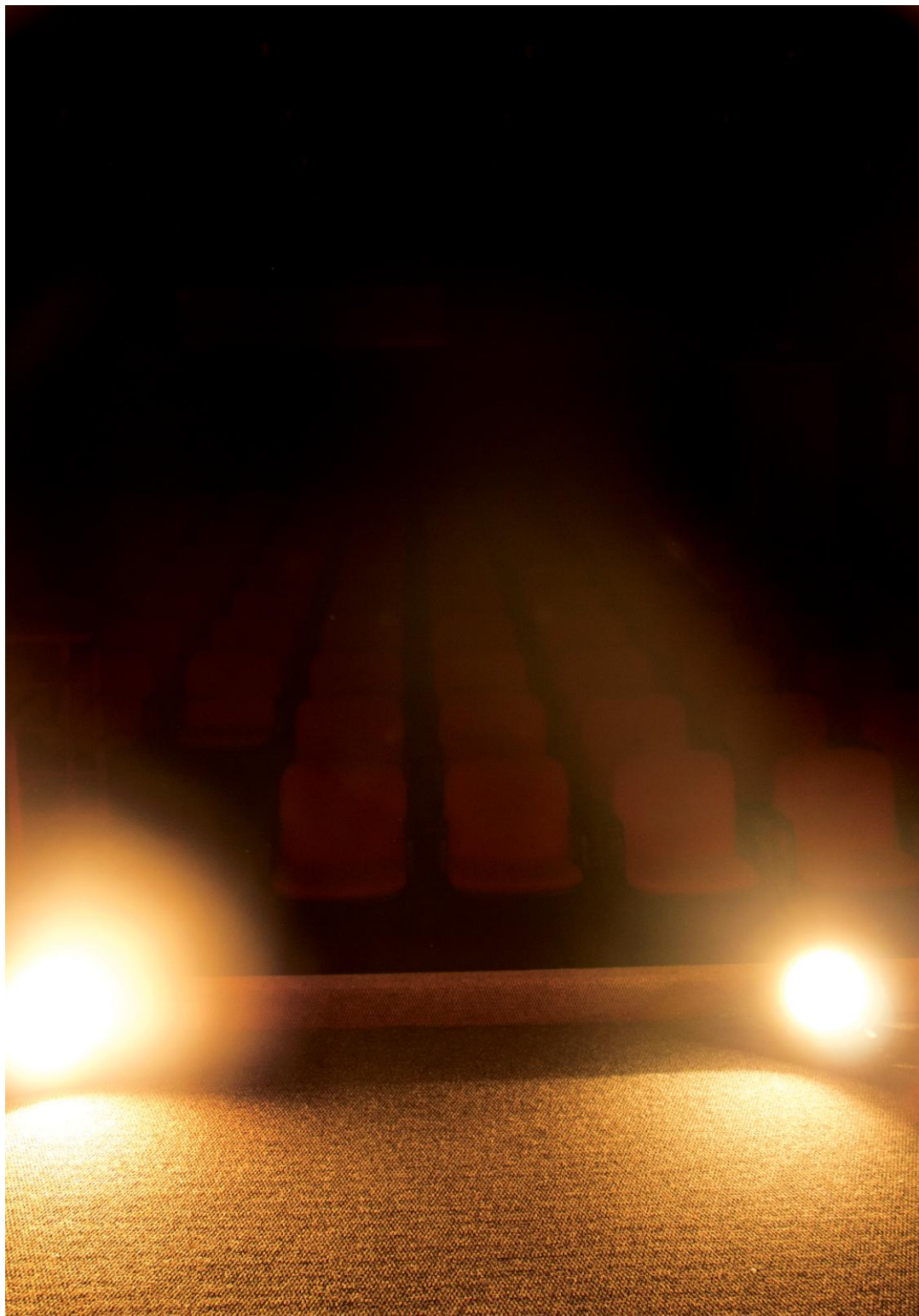


Figura 68 - Rascunhos de alternativas utilizando fotos de locação
Fonte: Os Autores, 2012

Seguindo a linha cinema, foi incorporado o personagem principal e as cores usadas no filme (azul, amarelo e vermelho) no título e nas cores da fotografia.

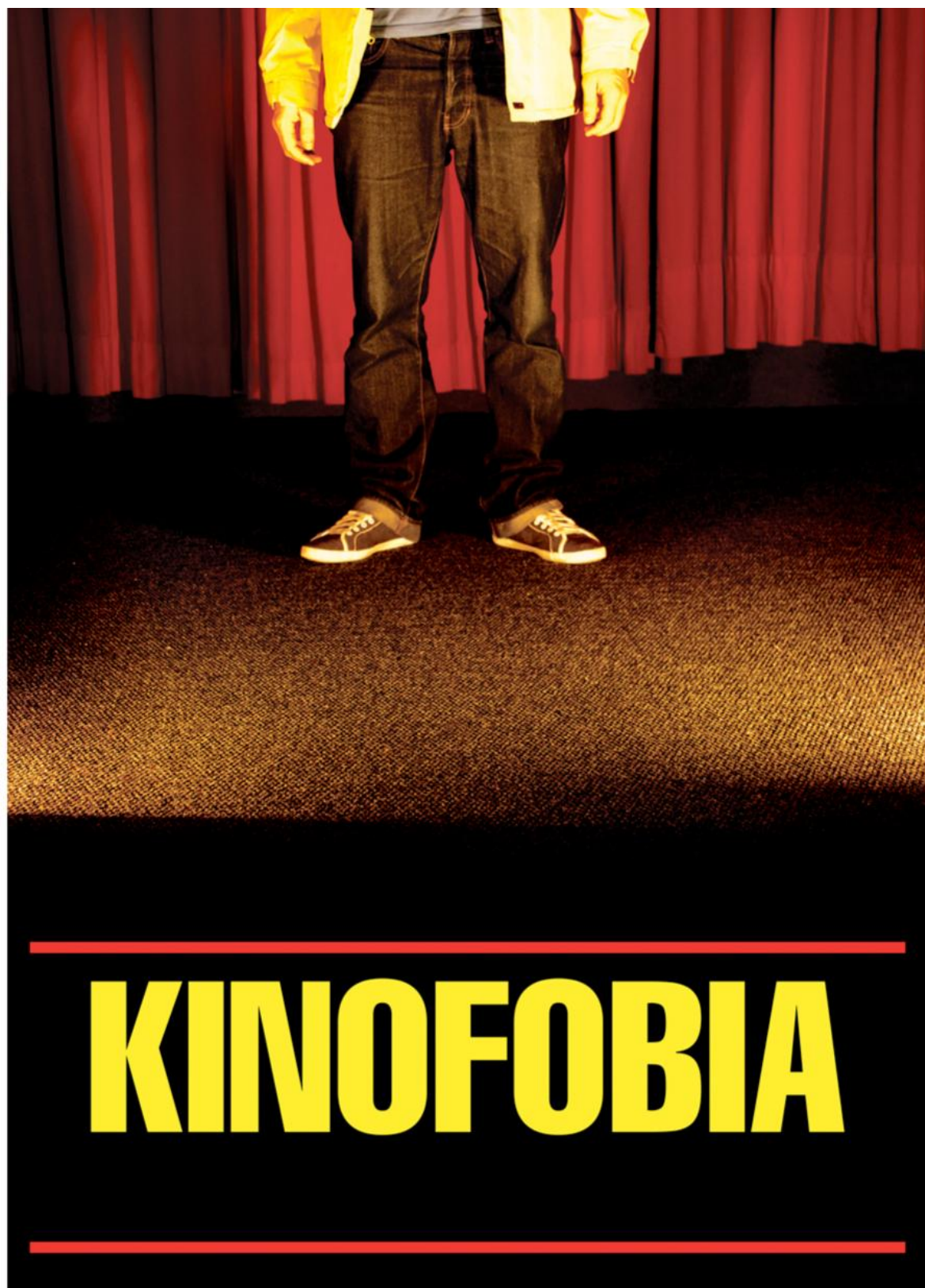


Figura 69 - Rascunhos de alternativas utilizando fotos de locação
Fonte: Os Autores, 2012

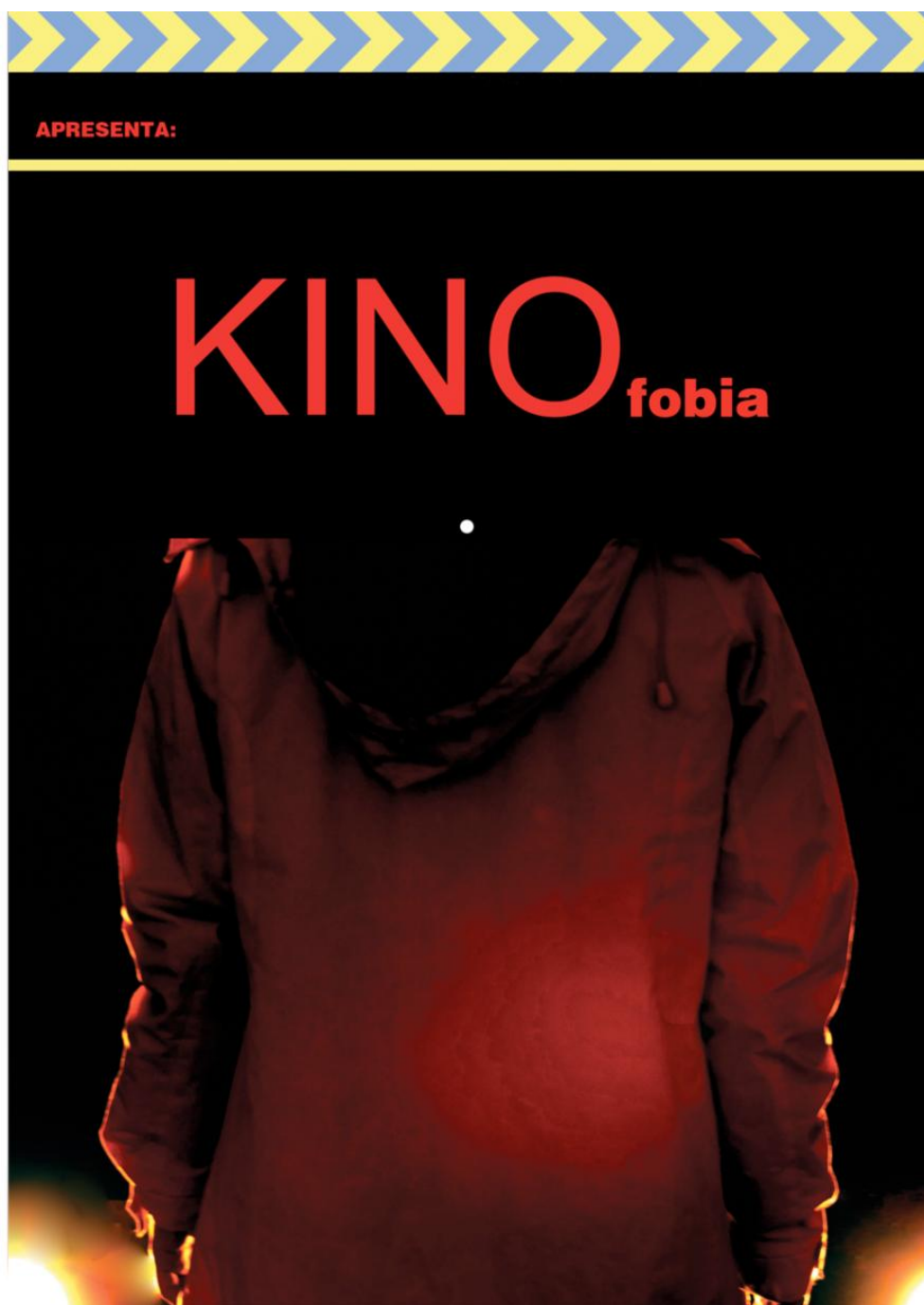


Figura 70 - Primeiras alternativas de elaboração do cartaz
Fonte: Os Autores, 2012

Optou-se por continuar produzindo alternativas, porque as atuais não transmitiam a ideia pretendida.



Figura 71 - Alternativa de elaboração do cartaz
Fonte: Os Autores, 2012

Ainda não se tinha alcançado um resultado realmente satisfatório, apesar do uso das cores e da relação com cinema devido cortina de palco presente na foto, a opinião geral era que o cartaz estava passando a ideia de filme com o tema de “terror” devido ao uso do preto e de figuras mais escuras. Esse não era o objetivo, então foi apresentada uma opção que fugia da sensação de medo, e buscava juntar os elementos dos personagens, assim como a primeira opção.

Um filme produzido por **Gabrielly Roscoche, Glauco Adorno e Rodrigo Carvalho**



Figura 72 - Alternativa de elaboração do cartaz
Fonte: Os Autores, 2012

A colagem foi um método de construção artística especialmente proeminente entre os artistas Surrealistas no começo do século XX. (BRADLEY, 1999). A ideia de se usar diversos elementos diferentes sem relação aparente entre si para compor uma peça gráfica provou ser o caminho que mais fazia sentido com a premissa do filme. O resultado, porém ainda necessitava desenvolvimento. Uma importante técnica da Psicanálise, a associação livre de palavras, foi utilizada numa tentativa de se obter mais material criativo genuinamente inconsciente, como acreditavam os surrealistas ser a uma maneira válida de criação. Atividade em grupo consiste em pronunciar a primeira palavra que vêm à cabeça ao ouvir a palavra do participante anterior, criando assim uma fluência de palavras aparentemente desconexas entre si, mas que têm um valor associativo e criativo inconsciente livre de censuras e

repressão, acredita Freud. Elementos que surgiram nessa atividade foram usados para ilustrar o cartaz. A primeira opção, a Figura 73, agradou na escolha dos elementos, mas a composição ainda se apresentava como um desafio.



Figura 73 - Alternativa de elaboração do cartaz
Fonte: Os Autores, 2012

Foram estudados dois tipos de composição, um com elementos mais centralizados e outro com elementos mais distribuídos pelo cartaz, o esforço resultou nas imagens das Figuras 74 e 75.



Figura 74 - Alternativas de elaboração do cartaz
Fonte: Os Autores, 2012



Figura 75 - Alternativas de elaboração do cartaz
Fonte: Os Autores, 2012

O cartaz que continha os elementos mais centralizados foi escolhido para representar o filme. Foram tiradas as repetições dos elementos, alterado o contraste de fotos e mudados alguns elementos de lugar, como a gravata borboleta. O fundo teve a introdução de tons mais quentes, e título do filme foi descentralizado para criar maior tensão na composição da imagem. Sob consenso foram adicionados novos elementos, e criada assim uma versão final, a Figura 76.

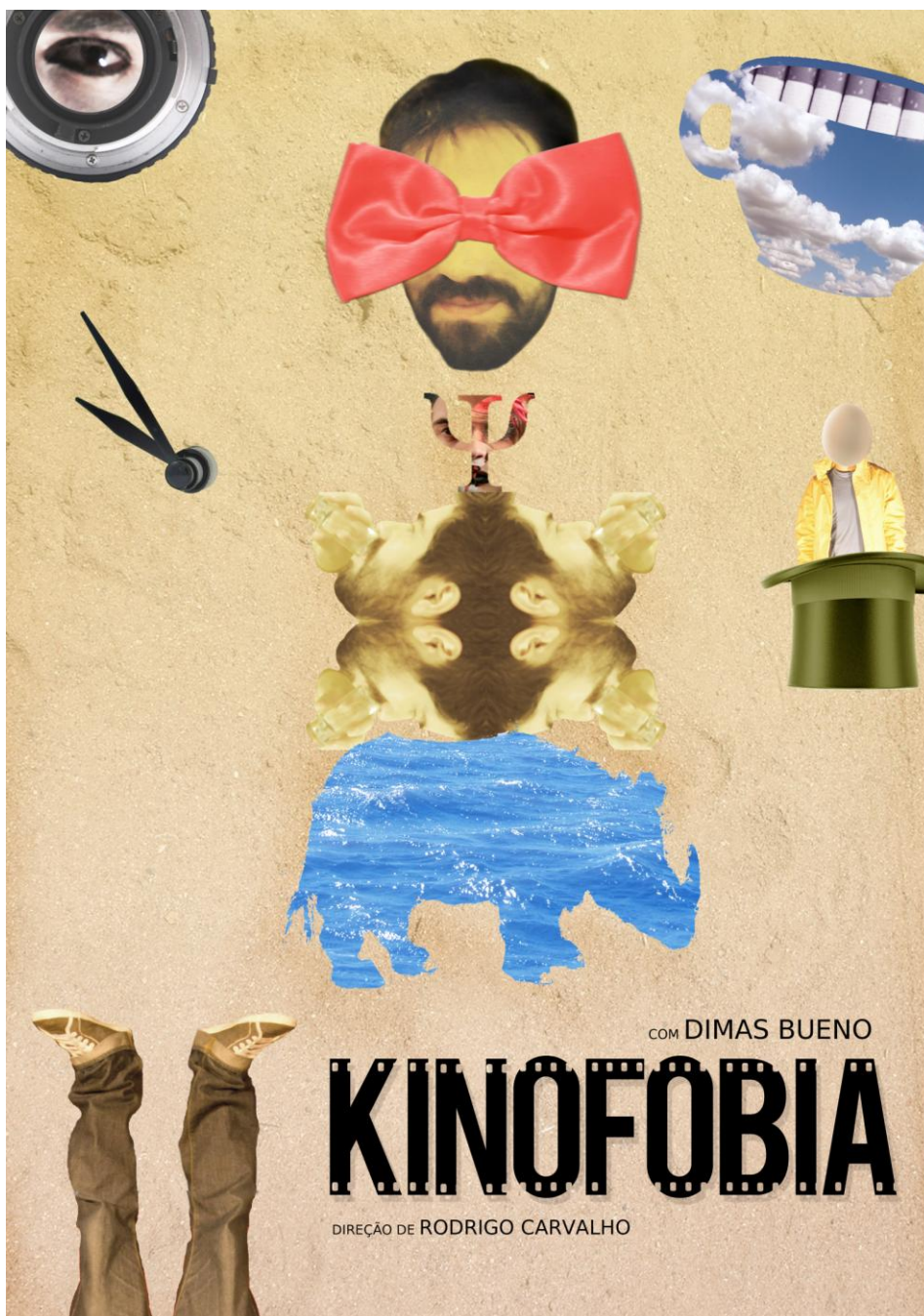


Figura 76 - Versão final do cartaz.
Fonte: Os Autores, 2012

O uso de cada elemento do cartaz se dá pela associação das palavras do jogo de palavras com o filme. Cenas do personagem principal, elementos de cena como copo de dose e a gravata borboleta de um dos personagens, cigarros, a xícara e o relógio são elementos presentes no filme que surgiram no jogo. Ainda há outros elementos que não têm ligação direta com o filme, mas acredita-se que tenham ligação inconsciente em um primeiro momento, como a imagem do rinoceronte e sua

relação com a sonoridade da palavra “Kinofobia” O resultado final exprime bem a qualidade surrealista do filme.

A tipografia do cartaz foi escolhida de acordo com a ideia de algo simples, de apenas uma cor. Era preciso que se criasse uma alusão visual ao projeto, mas sem muitos elementos que prejudicassem a legibilidade do texto. Pelo nome do filme consistir de somente uma palavra não comum na língua portuguesa, optou-se por uma tipografia de caixa alta que criasse uma mancha gráfica sólida. Nas letras foi feita uma interferência para se fazer referência ao filme cinematográfico, simbolizando o projeto do curta metragem em sua metalinguagem.

A fonte utilizada, Bebas, mostrada na Figura 77, tem verticalidade e linhas geométricas suficientes para realizar o objetivo. A fonte auxiliar, utilizada para eventuais materiais, DejaVu Sans, foi planejada para facilitar a legibilidade em textos grandes, sem perder a identidade geométrica das letras da logo principal como mostrado na Figura 78.

BEBAS NEUE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!@#\$%&()[]{}

**Figura 77 – Caracteres da fonte “Bebas”
 Fonte: Os autores, 2012**

DejaVu Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789?!@#\$%&()[]{}

**Figura 78 – Caracteres da fonte DejaVu Sans
 Fonte: Os autores, 2012**

4.2.1.3 Elaboração da Camiseta

A camiseta é uma peça básica, e comumente utilizada em brindes de divulgação para curta-metragens. Suas vantagens são um processo de impressão relativamente simples e flexibilidade de uso, porque é um objeto comum entre o público. A impressão mais usada para camisetas é a serigrafia, porém esse processo restringe o uso de cores, já que a cada cor adicionada é necessário a produção de uma nova tela². Além disso, as distribuições dos presskits acontecerão apenas para inscrições de festivais, não havendo a necessidade de grande produção. Sendo assim, a impressão das camisetas foram feitas em papel *transfer*, que é um tipo de impressão mais barato que as outras alternativas, e permitem a utilização maior de cores.

A arte da camiseta foi feita de acordo com a identidade visual presente no cartaz e na capa de DVD. Foram repetidos os elementos mais marcantes, a exemplo do rosto da personagem principal com o laço posicionado em seus olhos, a figura repetida do personagem bebendo, a máscara do símbolo da psicologia com personagens dentro, a máscara do rinoceronte preenchida pelo mar e o logo do filme; todos na parte frontal da camiseta agrupados ao longo de um eixo vertical, como pode ser visto na Figura 79. Optou-se por essa diagramação porque a camiseta deveria ser uma peça menos poluída visualmente e adaptada para o formato A4, que é tamanho impresso no *transfer*.

Na parte de trás da camiseta foi usada a figura de três xícaras feitas de nuvens e cigarros, por ser um elemento interessante da programação visual. A xícara já havia sido usada no cartaz e na capa do DVD e a repetição de três xícaras, feita em um dos estudos do cartaz não aprovado, tornou-se interessante para ser usado na parte traseira na camiseta, fazendo alusão as etiquetas impressas feitas por algumas marcas de roupa.

² Serigrafia é um processo de impressão normalmente usado em tecidos. Consiste numa tela vazada de polyester ou nylon que é pressionada contra o tecido, imprimindo a cor desejada. No caso de um peça com muitas cores ou muitos detalhes de cor não é utilizado, pois esse processo limita o número de cores, considerando que para cada cor, gravasse uma tela.



Figura 79 - Aplicação de elementos gráficos na camiseta
Fonte: Os Autores, 2012

4.2.1.4 Elaboração do Copo

Como um dos brindes, um copo de vidro do tipo dose será entregue dentro da caixa do press kit. Ele é uma referência ao momento do filme onde o personagem começa a beber no bar, em doses pequenas.

O processo de impressão escolhido foi o de tampografia, porque dessa maneira é possível imprimir com preço condizente com a realidade do projeto e com prazo razoável. Além disso, a tampografia é o processo de impressão de mais faz sentido no contexto de um objeto cilíndrico como o copo.

O consenso foi de que somente a logo do filme seria impressa, em preto. Dessa maneira, o vidro e os elementos transparentes da marca do filme podem interagir durante o uso. Pode se ver uma simulação na Figura 80.



Figura 80 – Simulação de aplicação da marca no copo de brinde
Fonte: Os Autores, 2012

4.2.2 Elaboração da Capa Do Dvd

Para a criação da capa de DVD optou-se por usar a mesma ideia da imagem do cartaz para capa e seguiria a mesmo caminho atrás a respeito do estilo. A única questão a ser estudada seria a composição das informações na parte de trás e quais seriam estas informações, conforme o exemplos das Figuras 81 e 82. Foram feitas duas opções, porém a escolhida foi a segunda por estar seguindo mais a ideia da parte da frente da capa.



Figura 81 - Alternativa da Contra-Capa da Capa do DVD
Fonte: Os Autores, 2012

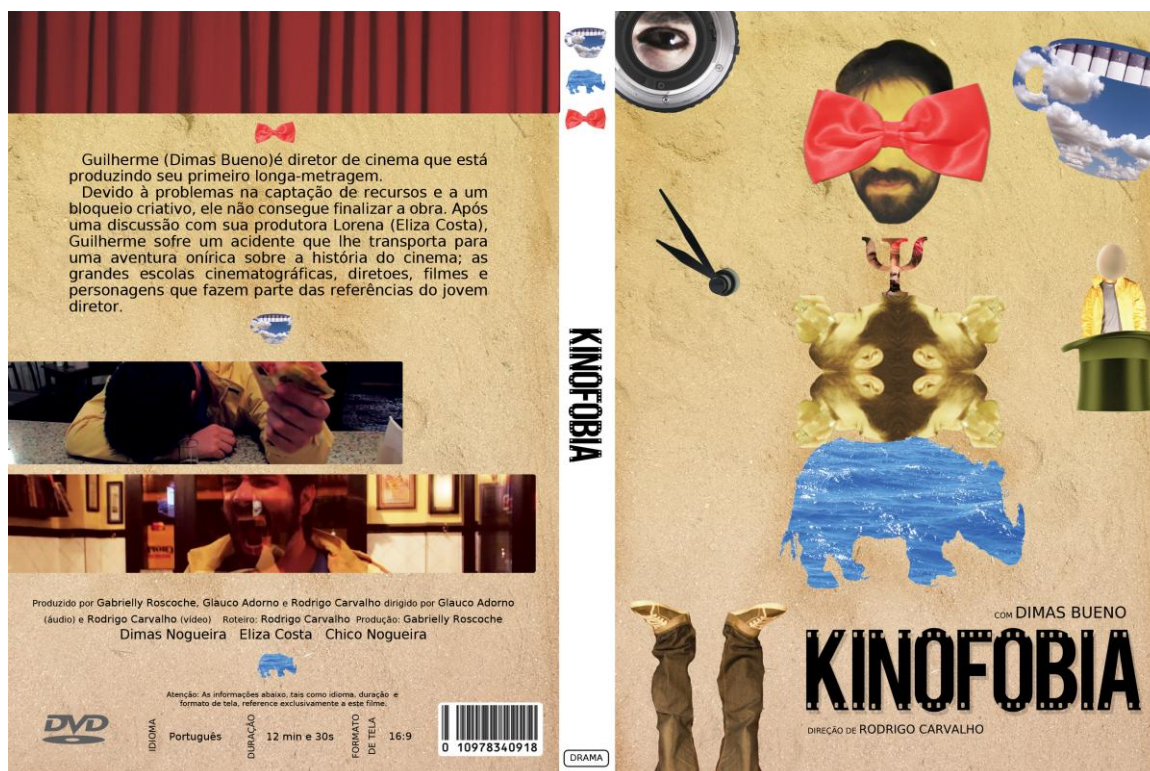


Figura 82 – Versão Final da Capa do DVD
Fonte: Os Autores, 2012

Para a criação da bolacha do DVD, Figura 83, foi escolhida uma composição condizente com a cena em que o personagem Guilherme está deitado no chão e olha para todos os personagens que representam os diretores na parte onírica do filme. Eles estão dispostos na mesma ordem que aparecem na cena, reforçando as mesmas cores que aparecem nos outros materiais de divulgação (azul, amarelo e vermelho). Há também na composição a presença do título do filme em fundo branco, já que a fonte usada permanece na cor preta.



Figura 83 - Bolocha final do DVD
Fonte: Os Autores, 2012

4.2.3 Elaboração do Teaser

Teasers estão virando cada vez mais comuns na indústria cinematográfica; eles normalmente são usados para divulgar o filme ainda no momento de filmagem. Eles revelam apenas poucas cenas devido a sua curta duração em relação ao tradicional *Trailer*. O *teaser* tem o tempo em torno de trinta segundos, enquanto o trailer dura cerca de dois minutos e meio.

No projeto “Kinofobia” esse tipo de divulgação foi escolhido, pois por se tratar de um curta-metragem, a quantidade de material divulgado pode revelar excessivamente a narrativa da obra. Isso é ruim para o impacto do filme causado no espectador e para a entrada no filme em festivais que exigem exclusividade do material. Por isso foi elaborado pelos alunos um *teaser* de trinta segundos que contem cenas importantes e impactantes da obra.

O *teaser* assim como o trailer é uma pequena amostra do que esperar do filme e também consiste em um projeto audiovisual, sendo necessários os mesmo passos que tem no filme em si: a edição de imagens, edição de sons e titulações. Obviamente esse processo é mais simples, já que o material pertencente ao *teaser* foi retirado diretamente da obra cinematográfica pronta.

Assim a edição de imagem se resume à escolhas dos recortes de cenas interessantes e impactante para causar interesse, à criação das titulações para explicitar as informações mais importantes como nome do filme, atores principais, diretor, data de lançamento e slogans que funcionam como chamadas. Já a edição de som se resume em adicionar efeitos sonoros extras para causar impacto e adaptar a trilha sonora para o a nova duração e ritmo narrativo, o qual é bem mais acelerado.

Todos esse procedimento pôde ser realizado no Apple Final Cut Pro, já que a animação com o logo do filme já estava transformado em vídeo e todo o som das cenas utilizadas já haviam sido mixado com no Pro Tools. A única mudança necessária foi a adição de um trecho musical para a trilha sonora, o que também pode ser feito no mesmo software da edição de imagem. A ferramenta para edição de som, nesse software é mais simples do que o ProTools, mas é suficiente para o objetivo pretendido.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de um filme por somente três alunos de Design Gráfico sem muita experiência é claramente um desafio. O que moveu o projeto foi a paixão pela arte e pelo cinema, e a vontade de colocar os conhecimentos acadêmicos adquiridos na universidade num universo relativamente incomum para profissionais da área de Design.

5.1 DIFICULDADES ENCONTRADAS NO PROJETO

O projeto foi ambicioso e inovador. Acredita-se que a maior dificuldade encontrada foi a equipe reduzida. Como se tratava de um projeto de conclusão de curso, as regras da universidade limitavam o número de participantes. Oficialmente, grupos podem conter somente três alunos no máximo. Por isso, o trabalho que tradicionalmente é realizado por uma equipe grande, foi dividido entre três pessoas. Departamentos importantes como “Direção de fotografia”, “Direção Geral” e “Edição”, que normalmente seriam realizados por três equipes distintas, foram coordenados por somente um aluno. Isso acarretou uma sobrecarga de funções e trabalho, e produzir o filme se tornou uma tarefa difícil por isso.

Outro fator importante foi o aspecto financeiro do filme. Um patrocínio estava previsto, mas por motivo de força maior não pode ser realizado. Isso deixou os autores do projeto encarregados de todas as despesas do filme, incluindo roupas, alimentação para os envolvidos no projeto, aluguel de equipamentos, materiais para a confecção de objetos de cena, transporte de móveis e cenário, transporte de atores até as locações, estacionamento e outros pormenores. O gasto provou ser mais alto do que o esperado. A falta de experiência se tornou, também, um fator encarecedor do projeto. Houve uma ocasião num dos dias de gravação onde várias pessoas necessitavam de alimentação devido às longas horas de trabalho. Por falta de preparo, foi gasto um valor muito mais alto para alimentar 15 pessoas com comida comprada na hora do que seria se algo tivesse sido preparado anteriormente para todos.

Pela falta de dinheiro, também, vários elementos do filme tiveram que ser emprestados ou improvisados. O figurino em geral foi escolhido a partir de opções

existentes, e não foi feita confecção de roupas para o filme. Muitas peças foram emprestadas de brechós e devolvidas posteriormente. O empréstimo em si foi era um processo que levava tempo pelo deslocamento necessário. Também era necessário convencer o dono do estabelecimento a colaborar com o projeto. A única coisa que podia ser oferecida em troca era divulgação nas telas de cinema, quando o filme estreiar. Muita negociação foi feita, muitas respostas negativas que estendiam a procura e que aumentavam o cansaço físico dos responsáveis também foi um fator que aumentou a dificuldade de realização do projeto.

Muito do que se realizou dos filmes foi feito por amigos e conhecidos, voluntariamente. Todos os atores, por exemplo, são conhecidos, muitos sem experiência, e entraram no projeto somente com boa fé, sem exigir nenhum tipo de remuneração. Ao passo que isso foi extremamente positivo, se tornava um problema ocasionalmente. Sentiu-se que o nível de exigência com participantes voluntários é diferente do que seria se os mesmos estivessem sendo remunerados, sob um contrato que regulamentaria horários e encargos. Os voluntários tiveram uma participação fundamental e muito efetiva no projeto, mas o voluntariado em alguns momentos se tornou uma barreira por não permitir que se exigisse mais (mais tempo de trabalho ou mais eficácia na representação, por exemplo) dos atores.

Finalmente, o tempo de execução do projeto foi limitado. Devido a vários fatores de contra os quais não se podia fazer nada, o filme teve que ser executado em semanas. A baixa disponibilidade dos atores voluntários, o preço alto de aluguel dos equipamentos e empréstimo de ferramentas que precisavam ser prontamente devolvidas tornou o tempo hábil de execução ainda mais curto. Cenas como o jantar tiveram que adentrar a madrugada porque não havia a opção de continuar outro dia: Pessoas, equipamentos e locação já estavam comprometidos, aquele era o único momento onde era possível se ter todos os elementos necessários para a realização da cena.

5.2 RECOMENDAÇÕES PARA PROJETOS FUTUROS

Para projetos futuros fica o aprendizado de detalhes de planejamento. O cinema é certamente composto de inúmeros detalhes e fatores sem os quais a realização do filme é impossível. Cada componente, objeto de cena, equipamento,

locação é vital para a produção, e sem ele não é possível gravar. Num dos dias de gravação, por exemplo, tudo estava pronto pela manhã, mas o a cena não pode ser gravada porque faltava o papel que embrulhava um dos objetos de cena. A gravação ficou paralisada até que esse detalhe fosse resolvido. O resultado cumulativo fez com que várias pessoas tivessem que esperar mais do que o previsto, porque toda a ordem do dia foi atrasada por esse detalhe.

Planejar com mais cuidado e antecedência poderia, por exemplo, poderia aumentar as opções de atores voluntários, de locações e de empréstimo de equipamentos. Ter mais tempo para achar objetos e solucionar pequenos detalhes.

Contratempos, porém, sempre fazer parte de qualquer projeto. Assim como em Design Gráfico, são necessárias criatividade e resiliência para solucionar questões de última hora.

Adicionalmente, acredita-se que o número reduzido de participantes do projeto fez com que várias funções se acumulassem gerando pressão e estresse sobre os encarregados de vários setores. Para possíveis projetos futuros, uma das melhores medidas de melhoramento a se tomar seria certamente aumentar o número de participantes envolvidos na produção do projeto (e não somente atores voluntários), delegando funções e promovendo mais tempo para todos os participantes de realizar sua função no projeto de maneira mais eficaz.

5.3 CONCLUSÃO

Na conclusão do projeto, vários pontos de reflexão sobre o Design e a arte podem ser observados. O Design e o Cinema têm muitas áreas de interseção, e o profissional de Design tem várias habilidades úteis para a indústria audiovisual. De certa forma, essa possibilidade poderia ser mais explorada no mercado de trabalho. Veicular profissionais de Design para outras áreas onde seus conhecimentos e habilidades se fazem úteis é uma ação positiva, tanto para o designer quanto para profissionais de outras áreas.

Adicionalmente, produzir um filme certamente ensina a diferença entre a teoria e a prática, e que planejamento é um aspecto fundamental de qualquer projeto, mas flexibilidade e criatividade para solucionar imprevistos também são. Produzir um filme contando com três pessoas e nenhum tipo de fundo ou apoio para

começar se provou uma tarefa extremamente difícil. Talvez muito mais difícil que o imaginado na fase de planejamento. A falta de colaboração de lojas e as longas horas no set foram duras sobre pessoas que, apesar de terem certa experiência, não previram o quanto esforço foi necessário para tornar esse projeto realidade. Mas ao mesmo tempo, muitos voluntários ajudaram, muitas pessoas elogiaram e o sentimento geral durante a produção, principalmente durante as gravações era de diversão e descontração. No final, o sentimento de satisfação compensa tanto cansaço e esforço.

O cinema é uma atividade que depende de várias pessoas, com formações, especialidades e opiniões diferentes. Descobrir em que meios o estudo do curso de Design pode influenciar opiniões de solucionar problemas foi uma das experiências dos alunos nesse projeto. A interdisciplinaridade profissional moderna é uma prática interessante, e designers num contexto onde a validade do Design nem sempre é reconhecida pela maioria da população, como é o caso do Brasil, enriquecem muito sua experiência profissional utilizando seus conhecimentos fora dos contextos tradicionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARSACQ, Leon. **Le décor du film: 1985-1969** – Paris: Henri Veyrier, 1985.

BRADLEY, Fiona. **Surrealismo** – 2º Ed. – São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1999.

BRETON, André. **Manifesto do Surrealismo** – São Paulo: Editora Brasiliense. 1985.

FER, Briony; BATCHELOR; David; WOOD; Paul. **Realismo, Racionalismo e Surrealismo** – São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1998.

GOMBRICH, Ernst H. **A História da Arte** – 15º Ed. – Editora Phaidon, 1989.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem** – 11º Ed. – Campinas - São Paulo: Papirus Editora, 1994.

LOPES, M. **Roteiro** – Curitiba: Apostila do Curso de Cinema Digital - Centro Europeu, 2011.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design** – São Paulo: CosacNaify, 2008.

MASCARELLO, Fernando. **História do cinema mundial** – Campinas, SP: Editora Papirus, 2006.

MOLES, Abraham. **O Cartaz** – São Paulo: Editora Perspectiva, 1987.

NADEAU, Maurice. **História do Surrealismo** – São Paulo: Editora Perspectiva. 1964.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção** – 3º Ed. – Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2007.

RUSH, Michael. **Novas Mídias na Arte Contemporânea** – São Paulo: Martins Fontes, 2006.

SANTOS, Luis Carlos. **Imagem na videoarte** – Curitiba: UTFPR, 2007.

SARAIVA, Leandro; CANNITO, Newton. **Manual de Roteiro ou Manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV** - São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

STANGOS, Nikos. **Conceitos da Arte Moderna** – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

STEIN, Elliot. **Caligari's cabinet and other ilusions: a history of film design**. Boston: New York Graphic Society, 1976.

TAKEGUMA, Mayumi Seto. **Desenvolvimento de identidade visual e aplicação em material de divulgação para o documentário O Samurai de Curitiba** – TCC UTFPR- 2007

TWEMLOW, Alice. **Para que serve o design gráfico?** - Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

WARHOL, Andy. **A Filosofia de Andy Warhol: De A a B e de volta à A**. Editora Cobogo. 1975.

_____; LARRATT-SMITH, Philip; PINACOTECA DO ESTADO DE (SP). Andy Warhol: Mr. America. São Paulo, SP: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2010.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho** – São Paulo: Martins Fontes, 1998.

XAVIER, Ismael. **O Discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra. 1984.

SITES CONSULTADOS

ARMANI, Priscila. **A psicodelia de O Mundo Imaginário do Dr. Parnassus**, 2010 Disponível em: <<http://www.pop4.com.br/1453-a-psicodelia-de-o-mundo-imaginario-do-dr-parnassus.html>> Acesso em 19 out 2011.

ART PULSE, Magazine. **Andy Warhol – Mr America**, 2010. Disponível em: <<http://artpulsemagazine.com/andy-warhol-mr-america/>> Acesso em 13 out. 2011.

BAULO, María Carolina. **Andy Warhol, Mr. America**, 2010 Disponível em:
<<http://artpulsemagazine.com/andy-warhol-mr-america>> Acesso em 16 nov. 2011.

BAPTISTA, Mauro. **A pesquisa sobre o design e o cinema: o design de produção**, 2008 Disponível em:
< <http://portal.anhembi.br/sbds/pdf/17.pdf>> Acesso em 27 set. 2011

BASTOS, Felipe. **10 Filmes Baseados em Curtas-Metragens**, 2009. Disponível em:
<<http://cinemaeafins.com/2009/10/15/10-filmes-baseados-em-curtas-metragens/>>
Acesso em: 22 mar. 2012.

C Michael. **New on dvd black swan topsy turvy and more**, 2011. Disponível em:
<<http://thefilmexperience.net/blog/2011/3/29/new-on-dvd-black-swan-topsy-turvy-and-more.html>> Acesso em: 22 mar 2012.

CATHO DE RAY TUBE ,Blogspot. **WORLD CINEMA CLASSIC**, 2011. Disponível em:
<<http://cathoderaytube.blogspot.com/2011/05/world-cinema-classics-lage-dor-bluray.html>> Acesso em 13 set. 2011.

CEIA, Carlos. **E-Dicionário de Verbetes Literários**. Disponível em:
<www.edtl.com.pt> Acesso em 02 de out. 2011.

CINE LUZ, Blogspot. **Fundação Badesc Promove Ficção Brasil**, 2011. Disponível em:
<http://cine-luz.blogspot.com/2011/03/fundacao-badesc-promove-ficcao-brasil.html>
Acesso em 12 nov. 2011.

CINEMA SAPO. **O Imaginário do Dr. Parnassus**, 2009. Disponível em:
<<http://cinema.sapo.pt/filme/the-imaginarium-of-doctor-parnassus>> Acessado em 12 jan. 2012.

CLUB-SILÊNCIO, Blogspot. **Mulholland Drive**, 2011. Disponível em:
< http://club-silencio.blogspot.com/2005_08_01_archive.html> Acesso em 27 jan. 2012.

DANTAS, Haendel. **Press kit do filme “Alice in Wonderland” de Tim Burton**, 2010. Disponível em:
<<http://comunicadores.info/2010/01/22/press-kit-do-filme-alice-in-wonderland-de-tim-burton/>> Acesso em 22 mar. 2012.

FASHION, Fascination. **Desenhando com Perspectiva**, 2011. Disponível em:
<<http://hellofashionfascination.blogspot.com.br/2011/04/desenhado-com-perspectiva.html>> Acesso em 15 nov. 2011.

FETICHE DE CINÉFILO, Blogspot. **Película 35mm. Cinemascope**, 2010. Disponível em:
<http://fetichedecinefilo.blogspot.com/2010_03_01_archive.html> Acesso em 04 nov. 2011.

GAGA JOURNAL, Blogspot. **G.o.a.t Meat**, 2011. Disponível em:
<<http://gagajournal.blogspot.com/2011/03/goat-meat.html>> Acesso em 22 out. 2011.

HAGER, Liz. **Venetian Red - What the Water Gave Her**, 2008 Disponível em:
<<http://venetianred.files.wordpress.com/2008/11/frida-kahlo-what-i-saw-in-the-water.jpg>> Acesso em 19 out 2011

HELLO FASHION FASCINATION, Blogspot. **Desenhando com Perspectiva**, 2011. Disponível em:
<<http://hellofashionfascination.blogspot.com/>> Acesso em 27 out. 2011.

HORROR DIGEST, Blogspot. **The Holy Mountain: Jodorowsky, Armless Midget Lover**, 2011. Disponível em:
<http://horrordigest.blogspot.com/2011_06_01_archive.html_> Acesso em 25 set. 2012.

IMP, Awards. **The Dark Knight Poster #4**, 2008. Disponível em:
<http://www.impawards.com/2008/dark_knight_ver4.html> Acesso em 13 nov. 2011.

INTERLÚDIO, Revista. **Dossiê Alfred Hitchcock**, 2005. Disponível em:
<<http://www.revistainterludio.com.br/?p=852>> Acesso em 27 jan. 2012.

JOANIRSE, Mídias na Educação. **Guia de layout máster scenes**, 2009. Disponível em:
<<http://midiasnaeducacao-joanirse.blogspot.com/2009/05/guia-de-layout-master-scenes.html>> Acesso em 23 nov. 2011.

LAS-CASAS, Luis Fernando. **Interferência gráfica no cinema**. Disponível em:
<<http://arte.unb.br/7art/textos/nanche.pdf>> Acesso em 26 de set. /2011.

MÍDIAS NA EDUCAÇÃO - JOANIRSE, Blogspot. **Guia de Layout Master Scenes**, 2009. Disponível em:
<<http://midiasnaeducacao-joanirse.blogspot.com.br/2009/05/guia-de-layout-master-scenes.html>>. Acesso em 13 dez. 2011.

NSHAWCINE, Wordpress. **Four Degrees of Separation**, 2011 Disponível em:
<<http://nshawcine.wordpress.com/2011/05/17/four-degrees-of-seperation>> Acesso em 19 out 2011

OLIVEIRA, Sandra. **O que é Presskit?** 2007. Disponível em:
<<http://www.brunoamaral.com/post/o-que-e-o-press-kit/>> Acesso em: 22 mar. 2012.

ON THE ROCKS, Design. **Storyboard**, 2009. Disponível em:
<<http://www.designontherocks.xpg.com.br/storyboard/>> Acesso em 12 nov. 2011.

PHOMUL, Canalblog. **Art Icono**, 2011. Disponível em:
<http://phomul.canalblog.com/archives/revolution_surrealiste__la_/index.html>
Acesso em: 19 out 2011.

PHOTON 3D, **Cinema e Video - História**, 2010. Disponível em:
<<http://www.photon3d.com.br/historia.php>> Acesso em 27 nov. 2011.

PINACOTECA, Estado de São Paulo. **Andy Warhol Andy Warhol: Mr America**, 2007. Disponível em:
<<http://www.pinacoteca.org.br/pinacoteca/default.aspx?c=exposicoes&idexp=319&mn=100>> Acesso em 16 set. 2011.

PIPOCA BOMBÁSTICA, Blogspot. **Scott Pilgrim VS World Scott Pilgrim**, 2011. Disponível em:
<<http://pipocabombastica.blogspot.com/2011/01/scott-pilgrim-vs-world-scott-pilgrim.html>> Acesso em 13 nov. 2011.

QUEM TEM MEDO DE GODARD, Wordpress. **George Méliès**, 2011. Disponível em:
<http://quemtemmedodegodard.files.wordpress.com/2011/01/kus07-voyage_dans_la_lune.jpg_> Acesso em 05 out. 2011.

ROSS, Dave. **Como funciona o marketing de cinema**, 2008 (atualizado em 04 de fevereiro de 2009). Disponível em:
<<http://lazer.hsw.uol.com.br/marketing-de-cinema.htm>> Acesso em 13 de set. 2011.

RUSHIDIE, Salman. **The believer**, 2003. Disponível em:

<www.believermag.com/issues/200303/?read=interview_gilliam> Acesso em 15 out. 2011.

SANTOS, Alexandre. **Freakshow Business – Saul Bass Portfolio**, 2008. Disponível em:
<<http://freakshowbusiness.com/2008/11/20/portfolio-saul-bass-1920-1996/>> Acesso em 10 set. 2011

SETARO, André. **O surrealismo no cinema**, 2009. Disponível em:
<<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3579076-EI11347,00.html>> Acesso em 10 set. 2011

SUBLIME IRREALIDADE, Blogspot. **Liberdade é Azul**, 2011. Disponível em:
<<http://sublimeirrealidade.blogspot.com/2011/04/liberdade-e-azul.html>> Acesso em 12 nov. 2011.

TIETZMANN, Roberto. **Metáforas audiovisuais: figuras de linguagem nos créditos de abertura**. FAMECOS, PUC – RS, 2006. Disponível em:
<www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0906-1.pdf> Acesso em 27 set. 2011.

YALE UNIVERSITY LIBRARY. Library News, 2010 Disponível em:
<<http://www.library.yale.edu/librarynews/ceci-n-est-pas-une-pipe.jpg>> Acesso em 19 out 2011

WATSON, Stephanie. **O que são festivais de cinema?**, 2005. Disponível em
<<http://lazer.hsw.uol.com.br/questao743.htm>> Acesso em 30 mar. 2012.

_____. **Como funcionam os festivais de cinema**. 22 out. 2004. Disponível em:
<<http://lazer.hsw.uol.com.br/festivais-de-filmes.htm>> Acesso em 30 mar. 2012.

ZBRIGER, Brian. DALI Salvador, 2011 Disponível em:
<<http://www.londonfoodfilmfiesta.co.uk/Artmai~1/Dali%20Salvador.htm>> Acesso em 19 out 2011

GLOSSÁRIO

Briefing – Conjunto de especificações para a realização de um projeto.

Blackout – Tecido utilizado para bloquear completamente a luz.

Factory (atelier) – Literalmente: fábrica. Nome do famoso atelier do artista Andy Warhol

Fade In – Termo usado para se referir a uma imagem que aparece lentamente na tela.

Fade Out – Termo usado para se referir a uma imagem que desaparece lentamente da tela.

Flyer – Suporte de papel pequeno para divulgação.

Foley – Efeitos sonoros captados na pós-produção.

Frame – Fotograma de um filme.

Master Scene – Formato padrão para roteiros.

Mise-En-Scene – Montagem de cenas.

Motion Design – Design de Movimento.

Presskit – Conjunto de produtos e brindes para divulgação, normalmente destinado à imprensa.

Set – Local de filmagem.

Side Light – Técnica de iluminação onde se colocam pontos de luz nas laterais do set, criando assim uma volume simples na imagem.

Still – Imagem de uma cena de um filme.

Storyboard – Documento visual que se utiliza de ilustração para descrever todas as cenas de um filme antes que ele seja gravado.

Teaser – Um vídeo curto, em torno de trinta segundos, usado como parte da divulgação de um filme, contendo cenas do próprio.

Trailer – Um vídeo curto, em torno de dois minutos e meio, usado como parte da divulgação de um filme, contendo cenas do próprio.

Workshop – Curso de curta duração.

APÊNDICE A – MASTER SCENES

Segundo Mario Lopes (2011) o formato *Master Scenes* é o nome dado para uma das formas de se organizar o *layout* de roteiros. Ele foi o formato padrão escolhido pela indústria cinematográfica americana e é usado tanto para roteiros de cinema, quanto televisão. Suas regras de formatação resumidamente são: Formato de papel tipo carta, nas dimensões 21,59 x 27,94 cm; recuo superior de 2,5 cm; inferior de 2,5 a 3,0 cm; esquerdo de 3,5 a 4,0 cm; direito de 2,5 a 3,0 cm; tipografia *Courier New*, corpo 12 e sem o uso de itálico ou *bold*.

As regras para sua página capa se resumem na localização central do título da obra, escrito em maiúsculo; seguido pelo nome do autor e o número do tratamento do roteiro e informações sobre o autor. É possível acrescentar informações, como o número do registro na Biblioteca Nacional e informações de contato (endereços, telefones e e-mail) nas últimas linhas da capa.

APÊNDICE B – ROTEIRO KINOFOBIA

Kinofobia
(Terceiro Tratamento)
Por

Rodrigo Carvalho

@rodzcs
(41) 9986-2782
rodrigocarvalho.dg@gmail.com

INT. SALA DE JANTAR - NOITE

Vê-se uma sala de jantar organizada para festas, a mesa está arrumada, porém a comida ainda não foi servida. Todos os cinco CONVIDADOS estão nas suas cadeiras, de pé, prestando atenção à GUILHERME, que está em pé na ponta da mesa, com uma taça de espumante na mão, já um pouco embriagado, pronto para fazer um discurso.

CONVIDADOS:

Discurso, discurso!!
(Aplausos e risadas)

GUILHERME:

Tudo bem, tudo bem!
(se arruma para falar)
Em primeiro lugar queria agradecer a todos que estão aqui. Hoje comemoramos a aprovação do NOSSO primeiro filme no edital da Lei Rounet.

(FALA COM BASTANTE ENTUSIASMO)

Ao dar seu discurso Guilherme segura um papel que nessa hora se revela, é a autorização do governo Federal para a captação de recursos para a filmagem do filme. No meio da fala Guilherme olha para os convidados e enxerga vários seus convidados de forma aterrorizantes. Todos se encontram assustadores, fantasiados consequentemente de palhaço, pirata, mascarado, com camisa de força e um zumbi. Ele balança a cabeça com o olhar espantado e volta para o seu discurso.

GUILHERME:

Obrigado em especial a LORENA, minha produtora que participou do projeto desde o início. E todos os outros da equipe que vão me ajudar a fazer de "Kinofobia" um sucesso!
Um brinde ao sucesso!

CONVIDADOS:

Ao sucesso!

Nessa hora a comida é servida, Guilherme vai fazer as honras e abrir a primeira bandeja, para servir aos convidados que nesse momento já estão sentados.

GUILHERME:

Sentem-se, sentem-se. Vamos à melhor parte, a comida. Espero que todos gostem do "especial da casa".

(CONTINUE)

(TOM DE BRINCADEIRA)

Ao abrir a tampa da bandeja, Guilherme se depara com várias lagartixas vivas e solta a tampa da bandeja, com uma expressão de terror e um grito.

INT. ESTÚDIO - DIA

Já se passaram um ano e seis meses desde a festa de jantar, Guilherme se encontra sozinho sentado em uma mesa, com olhar preocupado, passando a mão na cabeça. O telefone toca e ele atende no viva-voz, para poder falar e ao mesmo tempo andar de um lado para outro da sala, ansioso.

GUILHERME:

O que? Mas Lorena, você sabe que o nosso prazo está acabando e não chegamos nem na metade do valor.

LORENA:

Não aja como se a culpa fosse minha, eu preciso do sim dos empresários e nesse momento não é o que estou conseguindo.

GUILHERME:

Eu não estou dizendo que a culpa é sua, mas agora eu estou com a minha equipe e todo o planejamento parado. Não tem mais nada que eu possa fazer! Estou de mão atadas.

LORENA:

Eu sei Guilherme, estou tentando mas posso te garantir que não está fácil vender esse projeto. talvez seja hora de chamar alguém a parte pra fazer a captação.

GUILHERME:

Bom, faça o que você acha melhor!

Guilherme desligada o telefone, irritado. Olha pra frente vendo o resto do estúdio vazio, com o equipamento de gravação parado. De repente surge uma luz azul que ilumina todo o estúdio. O surgimento da luz é seguido pelo aparecimento de nuvens, que se tornam mais numerosas com o decorrer do tempo. Guilherme fica parado por um instante, tentando entender o que aconteceu. O estúdio volta para a iluminação normal e Guilherme está sentado na cadeira com expressão atônita

(CONTINUE)

CONTINUED:

3.

GUILHERME:

Melhor eu dar um tempo de toda essa merda!

Guilherme pega sua jaqueta que está em cima da cadeira e se retira do estúdio, batendo a porta com força.

INT. BAR - NOITE

Guilherme chega em um bar e com expressão de cansado e atordoado. Senta-se na cadeira de forma largada e pede uma bebida ao garçom.

GUILHERME:

Me passa uma Carpano, amigo?!

Ele pega a bebida e ingere de uma só vez, logo após faz um gesto com a mão para o garçom trazer outra.

GUILHERME:

Pode continuar trazendo!

Assim como na primeira bebida ele ingere em apenas um gole a dose. A mesma ação se repete durante quatro doses de Carpano, e o seu ritmo começa a diminuir. Após mais duas doses, que dessa vez são tomadas no ritmo normal, Guilherme paga a conta e tenta se levantar para ir embora. Com dificuldade de permanecer em pé ele vai cambaleando até a calçada do bar.

EXT. CALÇADA - NOITE

Guilherme que chega à calçada andando com dificuldade, ao alucinar com o estúdio e iluminação azulada, tropeça no próprio pé e cai no chão. A queda e a bebedeira faz com que Guilherme desmaie/durma ali mesmo, esticado na calçada.

INT. ESTÚDIO

Guilherme se vê no escuro completo; de repente surge uma luz pontual cortando a escuridão. Uma luz vermelha ilumina um pouco da escuridão e revela uma figura vestida de anjo, TERRY, que tenta segurar a mão de Guilherme.

TERRY:

Nunca se é somente mais uma historia não é mesmo?

(CONTINUE)

Guilherme se desvia da mão de Terry; é quando surge uma luz azul, contrapondo a vermelha e revelando um outro personagem, DAVID, vestido com terno e cartola, como apresentador de circo. David impede Terry de segurar a mão do Guilherme, e braveja fortemente.

DAVID:

Silêncio. Não há...

Sua fala é cortada por uma luz amarela atrás das duas personagens. Guilherme percebe que algo se mexe naquela direção e que David e Terry silenciaram e assumiram uma postura de guarda, tão rígidas quanto aos guardas do palácio Buckingham. Do meio dessa escuridão surge uma figura vestida completamente de preto e com o rosto pintado de branco, a figura é ALEJANDRO, que chama por Guilherme.

ALEJANDRO:

Anda, se aproxime, Guilherme. Não me reconhece? Sou o Jodorowsky!

Guilherme passa entre Terry e David, assustado. Nessa hora Terry, disfarçadamente, coloca o pé para Guilherme tropeçar. Mas ele percebe e desvia, olhando para Terry com desaprovação e sarcasmo. Ao se aproximar de Alejandro, Guilherme percebe que a voz, não veio do mesmo local que o personagem que ele enxergara a sua frente, e o observa com mais atenção, percebendo que a boca de Alejandro esteve fechada o tempo inteiro, costuradas por corda.

ALEJANDRO:

Vamos jogar! Se você fosse um grande pintor e eu te cortasse os braços. O que faria?

Guilherme permanece calado, com expressão perplexa, tentando entender toda a situação (quem era aquela figura? Como poderia estar ouvindo sua voz sem que sua boca se mover? E que tipo de pergunta era aquela? Uma ameaça?)

ALEJANDRO:

Então te direi eu: Se fosses pintor e te cortasse o braço, ti tornarias um bailarino famoso, se te cortasse as pernas, você se transformaria em um cantor famoso. Então te cortaria a garganta e você morto, se transformaria em um...

A fala de Alejandro é interrompida por barulhos de sino de relógio de igreja. Os dois personagens se viram para a direção que vem o som, e enxergam um relógio que registra meia noite.

ALEJANDRO:

Vem, agora você já pode visitar o meu mundo!

Guilherme é deixado na escuridão pela mão de Alejandro, que lhe guiou. Ele percebe, primeiramente pelo cheiro, a presença de fumaça, que então se torna visível. Sentado abaixo da fumaça se encontra uma mulher alta de vestido, com um cabelo comprido e branco. Logo, Guilherme percebe que a fumaça vem do dinheiro que a mulher está fumando e que não se trata de uma mulher, mas sim um homem travestido, ANDY. Quando Andy se vira para encarar Guilherme, aparece atrás do primeiro uma outra pessoa idêntica a ele, que fuma uma folha de jornal e também se vira para encarar Guilherme. Surgindo nesse momento um terceiro Andy, que traga folhas e louros. Nesse momento os três personagens se encontram de lado com a cabeça virada para Guilherme e todos se viram no mesmo instante, voltando à sua posição inicial. Eles começam a falar com Guilherme, em sequência e rapidamente, voltando sua cabeça em direção a Guilherme enquanto falam e retornando a posição lateral ao final das frases.

ANDY 01:

Cadê o meu roteiro?

ANDY 02:

Você viu meu roteiro?

ANDY 03:

Não tem roteiro pra isso.

ANDY 01:

Obrigado por ter vindo.

ANDY 02:

Esse é o seu show.

ANDY 03:

Você pode falar ou fazer o que quiser.

ANDY 01:

Algumas pessoas tem magia.

ANDY 02:

A câmera tem magia.

ANDY 03:
Ache a magia.

Um dos Andys levanta da cadeira e se aproxima de Guilherme. Ele acaricia o rosto do diretor e lhe mostra um espelho de mão. Ao ver sua imagem no espelho, Guilherme se assusta pois está de peruca e maquiado assim como as figuras que antes estavam na sua frente. Guilherme tenta desesperadamente tirar a maquiagem do seu corpo, até sobrar somente metade do batom. Quando pretende tirar esta parte que resta uma voz lhe impede.

INGMAR:
Deixa, lhe cai bem.

Guilherme percebe um homem vindo em sua direção, vestido de camisa xadrez e boina na cabeça. Que também possuiu uma boca pintada pela metade de batom mais uma lágrima prateada na face oposta ao da metade da boca pintada. Guilherme resolve não obedecer a ordem de Ingmar e retirar o resto da maquiagem. A figura a sua frente se espanta e fica bastante irritado com Guilherme.

INGMAR:
Achei que diretores como nós tinham, ou pelo menos criavam, compaixão pelas pessoas. Mas que idiotice a minha. Acha que eu enlouqueci? Que não tenho expressão? Vou te dar uma coisa para você lembrar para o resto da sua vida.

Ingmar acerta Guilherme com um tapa na cara, Guilherme no primeiro momento parece espantado e coloca a mão sobre o rosto. Mas após alguns segundos começa a rir incontrolavelmente. Nesse momento Ingmar lhe beija a face estapeada.

INGMAR:
Você ri? Hum, vocês sempre riem!

Ingmar esbraveja sua última fala com indignação enquanto se retira de quadro. Ao dar as costas e sair andando joga na direção de Guilherme uma pequena caixa de presente. Guilherme percebe barulhos de batidas, ele percorre o olhar por todo o ambiente e não vê nada a não ser o escuro, porém o barulho continua. Ao percorrer o olhar a segunda vez, percebe que o barulho vem da pequena caixa de presente perto do seu pé. Ao se abaixar para pegar a caixa, Guilherme percebe que ela é na verdade do seu próprio tamanho. Curioso ele abre a caixa e de dentro salta ALFRED, um senhor com terno rasgado, olheiras profundas e um monóculo no rosto.

(CONTINUE)

CONTINUED:

7.

GUILHERME:

Isso só pode ser um sonho.

ALFRED:

Sonho? Vou te explicar um pouco sobre os sonhos.

Sua voz de repente se torna mais fraca e mesmo que o som não esteja saindo da sua boca, Alfred aproxima-se de Guilherme para continuar sua fala.

ALFRED:

A verdade de quem você é e de quem você está fugindo está toda escondida na sua mente. Mas você não quer enxergar. A humanidade foge da verdade com medo de ficar doente, Aí ela mesmo se faz doente tentando esquecer.

Ao acabar de lhe falar isso, Alfred entra sorrindo na caixa, que reaparece na frente do pé de Guilherme, do mesmo tamanho que na sua primeira aparição. Ao se abaixar para pegar a caixa, Guilherme vê todos os personagens que apareceram até agora na história, lhe rodeando. Aterrorizado ele se movimenta ainda no chão, observando atentamente o rosto de cada um, quando percebe um personagem novo. Uma criança, CHARLIE, vestida de roupas social, chapéu e um bigode de leite. A visão desta criança faz Guilherme cair para trás, e todos os personagens desaparecem, restando apenas Charlie. Ele tenta brincar com Guilherme, o chama, empurra, faz cocegas e tenta levantar Guilherme, o qual permanece imóvel. Charlie faz tudo isso sem emitir som nenhum e quando não é correspondido por Guilherme, se irrita e sai de cena chutando a caixa, que permanecera no local. Deixando Guilherme sozinho na escuridão.

INT. TEATRO

Uma luz acende clareando a escuridão. Guilherme percebe que se encontra em um teatro ao som de muitos aplausos, ele olha para a plateia, mas não consegue enxergar nada mais que a claridade das luzes do teatro. Sem saber o que fazer reverencia a plateia, com o gesto comum a atores no final de espetáculos. A cortina do teatro se fecha, e Guilherme é novamente envolto pela escuridão.

INT. CINEMA

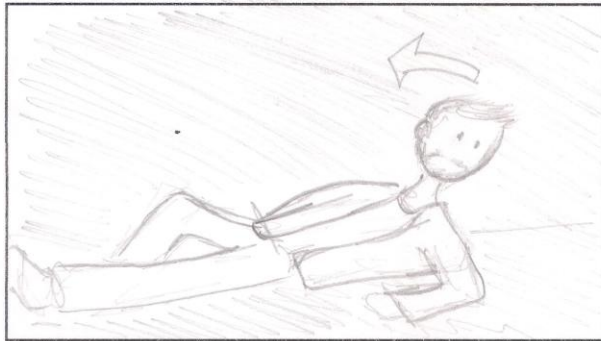
O ambiente volta a clarear e vemos um projetor projetando imagens em uma tela branca, o rolo de filmes do projetor acaba e a tela fica inteira branca. Nesse momento há um FADE OUT para o branco.

ENTRA CRÉDITOS

FIM

APÉNDICE C - STORYBOARD

Cena: Sonho 01
PLANO 01



Guilherme levanta do
chão

PLANO 02



A luz vermelha acende revelando
a presença de TERRY

PLANO 3



"Nunca é somente uma
história, não é mesmo?"

PLANO 4



TERRY tenta segurar a
mão de Guilherme

Cena: Sonho 02
PLANO 05



DAVID Aparece

PLANO 06



DAVID impede que TERRY
pegue na mão de Guilherme

PLANO 07



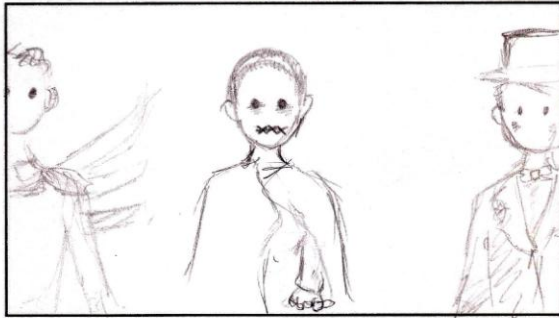
"Silêncio! Não há banda..."

PLANO 08



Uma luz amarela acende
revelando ALEJANDRO.
TERRY e DAVID assumem
posição de guarda e
ALEJANDRO se aproxima

Cena: Sonho 03
PLANO 09



"Anda, se aproxime Guilherme"

PLANO 10

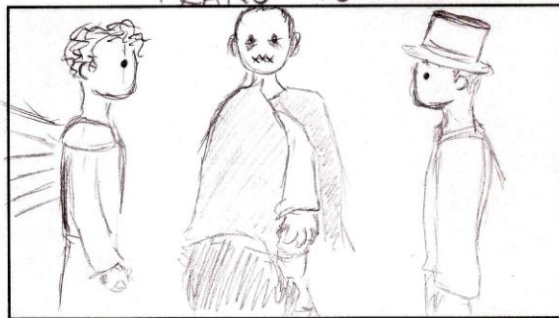


PLANO 11



Guilherme, assustado, estende
a mão para ALEJANDRO

PLANO 12



Guilherme passa entre os
dois

Cena: Sonho 04
PLANO 13



TERRY tenta derrubar
guilherme

PLANO 14

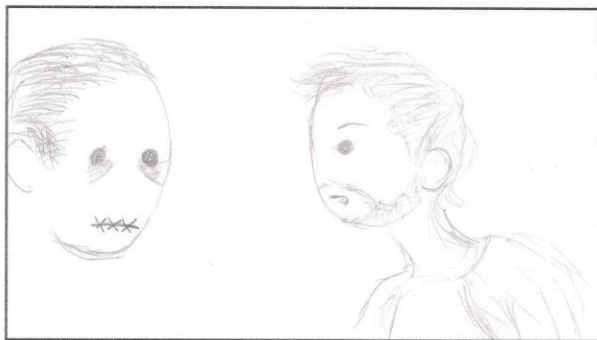


Guilherme olha para TERRY
com um olhar de deboche
e sarcasmo

PLANO 15



ALEJANDRO e Guilherme vão
se sentar



Os dois se sentam e
Guilherme faz cara de assus-
tado e se aproxima para
conferir a boca de Alejandro

APÊNDICE D – ORDEM DO DIA 12/11/2011

Ordem do dia 12/11/10 (Bar Ao Distinto Cavalheiros)

17:00 Encontro na Casa da Rafa.

17:30 Maquiagem e troca de figurino.

18:00 Início da filmagem.

Plano 07 – Plongé em close central do copo cheio.

Plano 13 - Close frontal do copo sendo enchido (3x)

Plano 10 – Primeiro Plano do Guilherme colocando o copo vazio na mesa. (4x)

Plano 08 – Close da boca bebendo o Carpano. (4x)

Plano 09 – Close da garganta bebendo o Carpano (4x)

Plano 19 – Plano americano do Guilherme levantando da cadeira (2x) Dav lyn

Plano 18 – Plano próximo do Guilherme bacando a conta.

Plano 11 – Primeiro plano de Guilherme acenando “pode continuar trazendo”

Plano 15 – Primeiro plano frontal de guilherme passando a mão na cabeça

Plano 16 – Pan vertical Guilherme abaixa a cabeça.

Plano 14 – Plano médio lateral de Guilherme devolvendo o copo a mesa.

Plano 17 – Plana geral lateral Guilherme faz gesto pra pagar.

Plano 05 – Plano geral lateral. Guilherme pede bebida

Plano 06 – Plano Americano Garçom serve bebida

Plano 04 – Plano geral Guilherme senta no bar.

Plano 03 – Plano médio Garçom percebe que Guilherme chegou

Plano 12 – Plano médio Garçom com olhar de reprovação.

Plano 02 – Plano médio frontal de Guilherme entrando no Bar.

Plano 01 – Plano médio traseiro de Guilherme chegando ao bar. Cam na mão

Plano 21 – close de Guilherme tropeçando no próprio pé.

Plano 20 – Guilherme sai do bar. Primeiro plano cam na mão.

Plano 22 – Guilherme cai na rua, plano médio para plan americano e tilt.