



**JULIANA CAMPOS
LOBO**

**DO ARGUMENTO À CENA: cinema em processo
colaborativo no ciberespaço**



**JULIANA CAMPOS
LOBO**

**DO ARGUMENTO À CENA: cinema em processo
colaborativo no ciberespaço**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica do Doutor António Manuel Dias Costa Valente, do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Ao meu pai, Colombo; à minha mãe, Lêda; e a um dos frutos desse amor,
Janaína.

O júri

Presidente

Professora Doutora Ana Isabel Barreto Furtado Franco de Albuquerque Veloso
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Vogais

Professor Doutor João Paulo Gomes de Araújo Queiroz
Professor Auxiliar da Universidade de Lisboa

Doutor António Manuel Dias Costa Valente
Professor Auxiliar Convidado da Universidade de Aveiro

Agradecimentos

Como se medem as experiências pessoais e acadêmicas vividas durante os dois últimos anos, em um país que, além de ter se tornado parte da minha “casa”, abrigou sonhos e anseios que se tornaram reais? Certamente, na minha trajetória mede-se por nomes - em sua grande maioria próprios -, por histórias, por conquistas, por aprendizados e, por que não por dores? Nesse momento, as listas cabem aqui como uma luva. É por isso que, ao olhar para trás, o topo da lista é dedicado ao Deus Pai, àquele que me deu a vida e a graça de escolher os caminhos que desejo seguir a cada dia.

À minha mãe Lêda, ao meu pai Colombo e à minha irmã Janaína, os responsáveis por me fazerem entender o que significa a palavra amor.

À minha família, em especial ao meu cunhado Alexandre Vieira, às minhas primas Myrna, Kátia e Emanuella, e aos meus tios José, Nonato, Ceres, Stela e Rosa, que me apoiaram no sonho de atravessar o oceano.

Aos meus grandes e inconfundíveis amigos (em ordem alfabética pra não causar ciúmera), a quem devoto sorrisos, abraços e companheirismo, especialmente porque com eles a amizade nunca será entendida por uma via unilateral: Alfredo Taunay, Ana Paula, Antonio Junior, Danielle Cerveira, Diego Freire, Elyzandra Pinheiro, Janu Oliveira, Luana Martins, Lúcia Lacerda, Luís Rodolfo, Lu Vilar, Márcia Alencar, Mieko Wada, Odlá Albuquerque, Paula Bouéri, Poliana Ribeiro (e Malu), Rafael de Franco e Talitha Magalhães.

À maior e melhor surpresa que Aveiro, o chorinho do Bar do Seu Joaquim e o amor me ofereceram: Klênio Barros.

Às amigadas que Portugal me presenteou - mesmo por serem mais recentes, não são menos especiais do que aquelas que já duram anos: Rogério Paiva, Marx Costa, Lara Campello, Cindi Campello, Ana Azevedo, Sandro Bobbio, Anderson Serafim, Regina Gomes, Medéia Veríssimo, Greyce Ornelas, Manú Maués, Mariana Benites, Patrícia Sparagna, Gabriela Bendetti, Bruno Araújo, Bruno Ricardo, Pedro Mendonça, Baishali Sarkar, Carlos Rezende, Cristiano Roncette, Iury Matias, Anielson Ferreira e Salatiel Ferreira.

Aos amigos conterrâneos que foram indispensáveis na maturação da minha permanência em terras lusitanas: Solange Antonioletti, Luciana Mesquita, Seu Padilha, Paulo Eduardo e Tatiana Gonçalves.

Às amigas portuguesas, que me abraçaram e acreditaram na minha amizade: Ana Filipa Silva, Sandra Leitão, Carina Carvalho, Vanessa Jesus, Sofia Barata e Ana Flores.

À família Rebalândia (Ana Pedro, Inês Perez, João Quintela, Gustavo Pimenta, Sérgio Manoel, Rafael Peixinho, Cecília, Greta e Tico), pela confiança, carinho e cuidado.

Ao diretor Marco Abujamra e à produtora Mariana Marinho, responsáveis pelo projeto *No Amor*, pela atenção dispensada com o envio de informações sobre o filme aqui analisado.

À minha turma e aos professores do Mestrado em Comunicação Multimédia, em especial ao meu orientador, António Costa Valente: agradeço por me permitirem crescer academicamente junto com vocês.

À Aveiro, pelos saberes e sabores.

palavras-chave

colaboração, mediação, interação, redes sociais, cinema colaborativo.

resumo

O presente trabalho se debruça sobre a produção cinematográfica colaborativa, com a utilização do espaço *online* como suporte deste processo. É analisado o resultado estético que o processo colaborativo, subsidiado pelo ciberespaço, oferece ao produto final, que é o próprio filme.

De acordo com alguns parâmetros estabelecidos, descrevem-se e analisam-se esteticamente três projetos cinematográficos, realizados com etapas colaborativas: *Life in a Day*, *No amor, considerado* o primeiro projeto de filme colaborativo desenvolvido para uma TV por assinatura brasileira, e *Um gato sem nome e outros filmes*.

Entre outras reflexões, tal investigação sugere que os princípios de colaboratividade fílmica podem ser mais antigos do que se acredita, e que a colaboração, a partir do espaço *online*, ainda são pontuais, já que muitos projetos ainda constituem o preenchimento de lacunas relacionadas ao tema.

keywords

collaboration, mediation, interaction, social network, collaborative film.

abstract

This paper looks at the collaborative filmmaking, using the online space as support of this process, and its comparison with what is conceived as a traditional cinema/conventional. It examines the aesthetic result that the collaborative process provides the final product, which is the film itself.

According to some established parameters, are described and analyzed three film projects, carried out in accordance with the notions of what would be considered a collaborative process: *Life in a Day*, *Um gato sem nome e outros filmes* and *No Amor*, the latter being the first collaborative film project developed Brazil.

Among other considerations, this research suggests that the principles of colaboratividade filmic may be older than you believe, and collaboration from the online space, still requires precision, since many projects are still filling gaps related to the theme.

ÍNDICE

1	INTRODUÇÃO.....	1
1.1	Contextualização da investigação	1
1.2	Caracterização do problema e pergunta de investigação	4
1.3	Metodologia e Modelo de Análise	5
1.4	Objetivos e Finalidade.....	6
1.5	Estrutura da dissertação	8
2	AS REDES SOCIAIS E A INTERATIVIDADE HUMANA	11
2.1	As redes sociais da internet (RSI)	15
3	DO CINEMA ANALÓGICO AO CINEMA DIGITAL.....	21
3.1	Primeiro cinema.....	21
3.2	As vanguardas dos anos 1920	25
3.2.1	<i>Expressionanismo Alemão</i>	25
3.2.2	<i>Impressionismo Francês</i>	27
3.2.3	<i>Surrealismo</i>	29
3.3	Gêneros hollywoodianos	30
3.3.1	<i>Western.....</i>	30
3.3.2	<i>Film Noir.....</i>	32
3.4	Cinema Moderno	34
3.4.1	<i>Neo-realismo Italiano</i>	34
3.4.2	<i>Nouvelle Vague</i>	35
3.5	Documentário Moderno	38
3.6	Cinema Novo Brasileiro	41
3.7	Cinema Novo Alemão.....	43
3.8	Vertentes Contemporâneas.....	46
3.8.1	<i>Cinema Hollywoodiano Contemporâneo</i>	46
3.8.2	<i>Cinema Pós-Moderno</i>	48
3.8.3	<i>Cinema e Tecnologias Digitais</i>	50
4	A PERSPECTIVA COLABORATIVA DO CINEMA.....	53
4.1	Comunicação e Colaboratividade	53
4.2	O que é cinema colaborativo ou <i>crowdsourcing</i> no cinema?	56

4.3	A colaboração na história do cinema	58
5	A ANÁLISE ESTÉTICA DOS FILMES	63
5.1	<i>Life in a Day</i>	65
5.1.2	<i>Narrativa do documentário</i>	66
5.1.3	<i>A colaboratividade em Life in a Day</i>	69
5.1.4	<i>Life in a Day: um produto transmedia</i>	70
5.2	<i>No Amor</i>	72
5.2.1	<i>Narrativa da média-metragem</i>	73
5.2.2	<i>A colaboratividade em No Amor</i>	75
5.2.3	<i>A exibição de No Amor</i>	76
5.3	<i>Um gato sem nome e outros filmes</i>	77
5.3.1	<i>Narrativa da animação</i>	78
5.3.2	<i>Colaboratividade e exibição de Um gato sem nome e outros filmes</i>	85
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
6.1	Reflexão Crítica	90
6.2	Limitações no decurso da investigação	91
6.3	Perspectivas de Estudos Futuros	91
	REFERÊNCIAS	93
	ANEXOS	99
	Anexo 1: Regulamento do filme <i>No Amor</i>	101

Índice de Figuras

Figura 1: Elementos básicos da Rede de Interações.....	13
Figura 2: Bailarina de <i>Annabelle butterfly dance</i> (Dickson, 1985).....	24
Figura 3: Grupo de trabalhadores saindo da fábrica em <i>La sortie des usines Lumière</i> (Louis Lumière, 1895)	24
Figura 4: Cena do filme <i>O Encouraçado Potemkim</i> (1925).....	64
Figura 5: <i>Prosumers</i>	66
Figura 6: Montagem	67
Figura 7: Imagem que ilustra a diferença socioeconômica entre os países e pessoas	68
Figura 8: Página inicial do canal do documentário	71
Figura 9: Imagem do primeiro capítulo do projeto <i>No Amor, A pizza</i>	72
Figura 10: Capa da animação <i>Um gato sem nome e outros filmes</i>	78
Figura 11: Imagem de <i>Living in the trees</i>	80
Figura 12: Exemplos do traçado utilizado de <i>Zé e o Pinguim</i>	81
Figura 13: Capa do filme <i>O gabinete do Dr. Caligari</i>	81
Figura 14: <i>Maternidade</i> , 1935	81
Figura 15: Obra da série <i>Constelações</i> de Joan Miró.....	84
Figura 16: Imagem de um dos planos de <i>Um gato sem nome</i>	85

Índice de Tabelas

Tabela 1: Modelo de Análise.....	6
----------------------------------	---

O cinema é um modo divino de contar a vida.
Federico Fellini

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização da investigação

A partir da segunda metade do século XIX, quando o mundo experimentou um conjunto de mudanças tecnológicas, resultantes de um processo que ficou conhecido como Revolução Industrial, as novas técnicas de reprodução propiciaram o surgimento de novas formas de arte, inclusive a da arte cinematográfica. Na modernidade, o cinema ganhou importância por fazer referência às “transformações na experiência estética e na percepção sensorial das coletividades humanas” (Gonçalves, 2008: 1), as quais estavam relacionadas à vivência do homem moderno nos grandes centros urbanos.

Junta-se a isso as transformações proporcionadas pelas tecnologias da informação e comunicação, resultado do avanço da internet¹, que permitiu a transposição de barreiras relacionadas ao espaço e ao tempo, além de novos processos de mediação e interação para a comunicação humana. No entanto, vale destacar que, apesar da internet ter desencadeado uma revolução muito mais ampla e profunda, quando comparada ao nascimento dos meios de comunicação de massa, ela é apenas a parte mais visível e popular da chamada Revolução Digital, a qual possibilitou a caracterização da Sociedade da Informação.

Para Dominique Wolton (2010), a Sociedade da Informação e suas vertentes estão subjacentes à ideologia tecnicista, o que, conseqüentemente, promove a subordinação do progresso da comunicação humana e social ao avanço das tecnologias, atribuindo um poder normativo a elas e transformando-as em principal fator de organização e sentido social. Além do mais, elas funcionam como “dispositivo ativador de uma competência cultural, terreno no qual a lógica mercantil e a demanda popular às vezes lutam, e às vezes negociam” (Martín-Barbero, 2006: 293).

É, portanto, a partir da internet que se percebe a explosão de diversas plataformas interativas, a mudança na produção e na disseminação de informação, um novo formato

¹ O surgimento da internet está ligado às pesquisas militares, realizadas no período da Guerra Fria – século XX –, quando dois blocos ideológicos e politicamente opostos exerciam grande influência no mundo. A nova ferramenta veio, então, contribuir para essa disputa. Na época, a União Soviética e os Estados Unidos eram as duas potências que lideravam o globo e compreendiam o poder da eficiência dos meios de comunicação numa disputa ideológica. Por temer um ataque russo às suas bases militares, o governo dos Estados Unidos idealizou um modelo de troca e compartilhamento de informações que permitisse a descentralização das mesmas. Foi assim que a internet iniciou seus primeiros passos até se tornar não simplesmente uma tecnologia, mas um meio de comunicação que constitui a forma organizativa da sociedade contemporânea.

das relações sociais e da comunicação humana. A internet, porém, não pode ser apenas considerada como um novo meio de comunicação de massa², tal qual o rádio e a TV, que acrescentam um canal sensorial à comunicação existente: o sentido da audição, no caso do rádio, e o da visão, no da TV. A *web*, por sua vez, representa uma mudança de paradigma comunicacional muito mais ampla que a adição de um sentido.

Assim, foi com a primeira geração da *World Wide Web* que se conheceu as primeiras mudanças, quando, através de um simples clique, era possível mudar de um site para outro e acessar uma grande variedade de conteúdos disponíveis. Agora, com o surgimento da segunda geração da intitulada *Web 2.0*, de simples usuários passamos a ser produtores de informação e conteúdos, já que anteriormente, por exemplo, a divulgação pública de informação não permitia o alcance direto do cidadão comum.

Logo, essencialmente alicerçada pela democratização no uso da rede, onde é possível não apenas acessar conteúdos, mas também transformá-lo, reorganizá-lo, classificá-lo e compartilhá-lo, possibilitando a aprendizagem cooperativa, o que também permite a construção de uma inteligência coletiva (Lévy, 2007), esta segunda geração apresenta como principal característica a colaboração. Como complemento, o precursor do uso do termo *Web 2.0*, O'Reilly (2005), define que é:

a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva (O'Reilly, 2005).

De La Torre (2006) completa que a *Web 2.0* é:

una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a estas no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar (De La Torre, 2006).

² De acordo com Santaella (2004: 61), “(...) em meados dos anos 90, assistimos à explosão das redes teleinformáticas de comunicação. Desde então, a expressão ‘meios de comunicação de massa’ foi sendo substituída pelo termo mais genérico ‘mídias’ (ou os ‘medias’ ou ‘as media’, como ainda insistem alguns), termo que passou a ser tanto mais usado quanto menos se sabe ao certo do que se está falando. Enfim, a palavra ‘mídias’ se tornou, especialmente no Brasil, a grande vedete – para dizer, o grande fetiche – dos discursos comunicacionais, cujo emprego só serve, muitas vezes, para encobrir a falta de discurso sobre aquilo que realmente importa: a enorme complexidade do funcionamento semiótico e sócio-cultural das mídias”.

Nesse contexto, a *Web 2.0* trouxe dinamicidade, interatividade e flexibilidade para os conteúdos e publicações, deixando de apresentar uma característica estática e oferecendo um espaço para a edição de conteúdo pelos próprios usuários e não somente por profissionais da área. Assim, diante de tantas vantagens, torna-se imprescindível um olhar atento sobre as potencialidades que a *web* oferece, especialmente por colocar o usuário num lugar privilegiado, onde lhe é dada a possibilidade de se tornar um produtor/construtor de conteúdo para a rede (D'Eça, 1998).

Mesmo com o avanço da tecnologia e da revolução comunicacional, que culminou com o processo colaborativo no ciberespaço, é perigoso associar que o surgimento do que se concebe por cinema colaborativo – foco desta pesquisa – tenha sido fruto desta mudança de cenário. O que se sabe, e não é de hoje, é que a arte cinematográfica sempre pressupôs um trabalho em equipe, com a participação de várias pessoas em funções diversas. No entanto, a partir do surgimento da internet e do que se tornou possível com a evolução dos seus recursos, a diferença em relação ao que se entende por "colaborativo" ou *crowdsourcing* é a noção de coletividade e do resultado que isso sugere.

Por isso, antes de tecer qualquer consideração em torno do termo recente "cinema colaborativo", é importante entender o sentido da palavra "colaboração". Ao contrário do que se possa pensar, transmitir ou exibir vídeos enviados ou compartilhados por pessoas do público, não significa que elas estejam inseridas em algum tipo de interação, seja com o canal de comunicação, seja com os usuários que fazem parte dele.

Paralelo a essa discussão, outro fator inerente a qualquer processo colaborativo é a coautoria. De acordo com Lipovetsky & Serroy (2009), as “inovações tecnológicas permitiram explorar de uma nova maneira os recursos da interatividade digital, de modo que o público não [seja] mais apenas testemunha, mas ‘coautor’ da obra” (p. 288). Por este viés, a coautoria torna-se um dos fatores mais importantes quando se conceitua um processo de criação e produção colaborativa ou *crowdsourcing*. No entanto, não é somente a coautoria que compõe estruturalmente o processo colaborativo: a descentralização de funções e papéis, entre indivíduos e organizações (que estão vinculados informalmente e por motivações diferentes) também faz parte de atividades deste gênero.

É com base nestas prerrogativas que este trabalho de investigação debruça-se na construção aberta do conteúdo audiovisual, tendo como suporte o ciberespaço, onde o

público atua como coautor na produção audiovisual cinematográfica e se sustenta através da proliferação de *blogs*, *wikis* e sites de relacionamento online. Assim, serão identificadas as especificidades do processo colaborativo e analisados os resultados estéticos deste processo em três projetos desenvolvidos com etapas colaborativas: *Life in a Day*, do produtor/diretor inglês Ridley Scott e do diretor escocês Kevin Macdonald; *Um gato sem nome e outros filmes*, de seis realizadores portugueses (Carlos Cruz, Vitor Lopes, Claudio Sá, Francisco Lança, Claudio Jordão e Sérgio Nogueira); e *No amor*, do diretor Marco Abujamra e da produtora Mariana Marinho, sendo este último considerado o primeiro projeto de filme colaborativo para uma TV por assinatura desenvolvido no Brasil.

1.2 Caracterização do problema e pergunta de investigação

Quando falamos em pesquisa em Comunicação Multimédia na América Latina, principalmente a partir da década de sessenta, apesar de identificarmos a "diversidade de abordagens", o "hibridismo teórico" e a "superposição metodológica" (Marques de Melo, 1999) como sendo as características-chaves dessas investigações, observamos, sem nos aprofundarmos em debates epistemológicos sobre a questão, que um dos objetos de estudo mais recorrente são os efeitos gerados pelas novas tecnologias, nos quais estão enquadrados os novos suportes midiáticos, o ciberespaço e seus processos de mediação e interação.

Assim, de acordo com Coutinho (2011: 45), “uma investigação envolve sempre um problema, seja ele (ou não) formalmente explicitado pelo investigador”. Logo, partindo deste pressuposto, uma dissertação, enquanto estudo de natureza reflexiva, que alia a teoria já existente com uma situação real concreta, consiste na ordenação de ideias, diante da visualização de um problema ou de uma determinada lacuna teórica. Portanto,

Formular o problema consiste em dizer, de maneira explícita, clara, compreensível e operacional, qual a dificuldade com a qual nos defrontamos e que pretendemos resolver, limitando o seu campo e apresentando suas características. Desta forma, o objetivo da formulação do problema é torná-lo individualizado, específico, inconfundível (Rudio *apud* Marconi, 2001: 161).

Diante do exposto, a etapa inicial para a elaboração deste trabalho consistiu na delimitação do que se pretendia pesquisar, a partir da fixação da questão que nortearia as

leituras, o objeto investigado e a análise estética proposta. Assim, como propósito, a questão a ser respondida por esta pesquisa estruturou-se da seguinte forma:

- Como se desenvolveu o processo colaborativo nos projetos *Life in a Day*, *No Amor e Um gato sem nome e outros filmes* e qual o resultado estético desse processo colaborativo nas referidas produções audiovisuais?

A partir da pergunta de investigação, formularam-se a metodologia e o modelo de análise deste estudo.

1.3 Metodologia e Modelo de Análise

Formulados os questionamentos, partiu-se para a construção metodológica da pesquisa. Coutinho (2011: 45), por exemplo, considera que a investigação que adota um procedimento metodológico de cunho qualitativo, menos estruturado e pré-determinado, pode ter como escopo um problema formulado de maneira mais geral, que “emerge” durante o processo investigativo. Por isso, como técnica de investigação a ser utilizada, os projetos audiovisuais escolhidos serão analisados pela vertente do método hermenêutico, que se configura como a metodologia da interpretação³, por buscar “compreender formas e conteúdos da comunicação humana, em toda a sua complexidade e simplicidade” (Carvalho, 2009: 105). Baseado na diferença entre ‘explicar’ e ‘compreender’, tal método não só identifica os fatos, mas auxilia na interpretação dos sentidos das intenções ou das ações.

Complementarmente, o modelo de análise seguido foi o estudo de caso, que, segundo Pardal & Correia (1995), “corresponde a um modelo de ‘análise intensiva’ de uma situação particular (‘caso’)”. Para os autores (1995), o estudo de caso pode ser exploratório, descritivo e prático. De acordo com as denominações que cada um apresenta, esta investigação se insere no tipo exploratório, pois objetiva estudar um fenômeno sobre o qual não se conhece o suficiente.

Assim, a partir dos procedimentos metodológicos escolhidos, o modelo de análise proposto estruturou-se conforme a tabela abaixo:

³ A etimologia da palavra – do grego *hermeneutikós* – versa pela interpretação.

Conceitos	Dimensões	Componentes	Indicadores
Produção Audiovisual	Tradicional/Convencional	Livros	Autores Género
		Jornais Revistas	Tipologia Periodicidade Âmbito (local, regional, nacional, internacional)
	Colaborativa	Redes Sociais	Facebook Twitter Youtube Sites promocionais
Interatividade	Tipologia	Redes sociais	Facebook Twitter Youtube Sites promocionais
Mediação	Tipologia	Redes Sociais	Facebook Twitter Youtube Sites promocionais
Novos Medias	Tipologia	Internet Redes Sociais	Facebook Twitter Youtube Sites promocionais

Tabela 1: Modelo de Análise

É importante ressaltar que o estudo aqui apresentado nasceu a partir de um desejo em investigar algo relacionado ao cinema, mas que estivesse interligado aos conceitos trabalhados durante as disciplinas do mestrado em Comunicação Multimédia, como interatividade, mediação e redes sociais. Apesar do tema escolhido não ter sido a minha proposta inicial de pesquisa, a possibilidade de investigar sobre a temática do cinema colaborativo ou cinema de *crowdsourcing* estava entre as minhas intenções, especialmente por ser algo novo e por envolver conceitos transversais, já mencionados acima.

1.4 Objetivos e Finalidade

Como objetivos desta pesquisa, dos mais genéricos aos mais específicos, estiveram elencados:

- identificar as marcas distintivas do que se define como cinema convencional/tradicional para o cinema realizado em processo colaborativo;
- caracterizar as etapas de produção cinematográfica a partir do processo colaborativo que ocorre no ciberespaço;
- diferenciar os três projetos audiovisuais escolhidos de acordo com os ambientes em que os processos colaborativos foram desenvolvidos;
- e analisar o papel de coautor que o usuário assume em um processo colaborativo realizado através do ciberespaço.

O processo de colaboração no cinema ou de *crowdsourcing*, com foco na mediação pelo ciberespaço, pareceu-me bastante frutífera, sobretudo por estar relacionada a questões ainda sem respostas e por ser uma preocupação acadêmica particularmente recente, o que impele uma certa originalidade ao tema. Por este motivo, as primeiras pesquisas bibliográficas demonstraram aquilo que já era previsto: uma deficiência na quantidade da produção científica centrada no campo do cinema colaborativo. Dessa forma, o método de abordagem em que se enquadra esta investigação é o hipotético-dedutivo, que tem início “pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos, acerca da qual se formulam hipóteses. Depois, pelo processo de inferência dedutiva, testa a predição da ocorrência de fenômenos abrangidos pela hipótese” (Carvalho, 2009: 89).

Ao contrário do que acontece em algumas situações de pesquisa, mesmo com a dificuldade na recolha de fontes bibliográficas, o tema instigou-me a buscar outras vias de informação, que contribuíram para a ampliação do escopo deste trabalho. Uma delas foi a coleta de dados, por meio de entrevista, com os diretores do projeto *No amor*, Marco Abujamra e Mariana Marinho, considerado o primeiro filme colaborativo produzido para uma TV por assinatura no Brasil e aqui analisado.

Para além de resgatar e dar continuidade às poucas pesquisas já iniciadas em relação ao tema, a elaboração desta dissertação representa ainda um momento de engajamento do estudante com seu contexto, já que um dos projetos analisados corresponde a um trabalho desenvolvido no Brasil. Ademais, embora se trate de um programa de mestrado de uma universidade portuguesa, acredito ser apropriado o intercâmbio de conhecimentos, através da aplicação dos conceitos estudados à

problemática mais próxima ao discente. Sob este ponto, é oportuna a concordância do professor-orientador, quanto à abertura e respeito a esta opção investigativa.

Como complemento, a elaboração do presente trabalho privilegiou, como argumento-chave, a inserção dos meios digitais nas etapas de produção de um filme, o que permite que seu desenvolvimento criativo seja influenciado pela dinâmica da colaboração em rede, com suas noções particulares de tempo e espaço, e com a participação de interagentes dispostos a construir o conteúdo da obra. Esse estudo visa, então, mais especificamente, identificar as especificidades existentes no processo colaborativo, que ocorre por meio do ciberespaço, no âmbito da produção audiovisual cinematográfica, e a análise do resultado estético deste processo, tendo como base três projetos desenvolvidos com etapas colaborativas: *Life in a Day*, do produtor/diretor inglês Ridley Scott e do diretor escocês Kevin Macdonald; *No amor*, do diretor brasileiro Marco Abujamra e da produtora brasileira Mariana Marinho; e *Um gato sem nome e outros filmes*, composto por sete curtas-metragens de seis realizadores portugueses (Carlos Cruz, Vitor Lopes, Claudio Sá, Francisco Lança, Claudio Jordão e Sérgio Nogueira).

Diante desse contexto, o contato dos colaboradores com um determinado projeto audiovisual, a partir dessas redes de mediação e interação, abre espaço para também reavaliar a noção de autoria individual – característica essencial na concepção tradicional de criação no cinema – e privilegiar a ideia de autoria compartilhada. É ainda com essa multiplicidade de sujeitos envolvidos que o estudo do processo colaborativo ou *crowdsourcing* se apresenta como um campo fértil para a compreensão de novas alternativas cinematográficas e audiovisuais, hoje amplamente difundidas pelos ecrãs e interfaces da web.

1.5 Estrutura da dissertação

Finalmente, considerando a contextualização acima exposta, esta dissertação traz como tema do capítulo que segue esta introdução *As redes sociais e a interatividade humana*, quando é apresentado o conceito de rede virtual – além de outras dimensões conceituais importantes ao nosso estudo – e os recursos provenientes desse novo tipo de “organização social” (Santaella & Lemos, 2010). É referido ainda sobre os elementos básicos que estruturam essas redes: os atores, que incluem as pessoas, as instituições ou os

grupos; e as suas conexões, compreendendo uma estrutura de grupo. O resultado dessas conexões sugere formas diferentes de interação e de trocas sociais.

Mais do que retomar conceitos sobre a complexidade da definição de rede, este momento inicial é importante ao restante do trabalho tendo em vista que, para compreender o processo de colaboração no cinema, faz-se necessário esmiuçar os aspectos que o compõe: processos de mediação e interação, comunidades e grupos virtuais, convergência dos meios de comunicação.

O terceiro capítulo, *Do cinema analógico ao cinema digital*⁴, percorreremos algumas fases históricas do cinema, que se apresentam, em sua maior parte, através de histórias biográficas, estéticas, tecnológicas, econômicas e sociais (Allen & Gomery, 1995; Thompson & Bordwell, 2003). No entanto, a intenção deste capítulo não é analisar os gêneros cinematográficos ou os grandes filmes, considerados obras de arte, mas observar o que cada época trouxe como contributo para entender os novos processos de produção, exibição e distribuição pelos quais o cinema têm passado, sobretudo, desde o surgimento da internet. Por isso, destacamos o caráter aberto que o cinema assume, enquanto um sistema estruturado por elementos que estão condicionados uns aos outros.

O capítulo seguinte, intitulado *A perspectiva colaborativa da arte cinematográfica*, considera a inserção para a tela de novas sensibilidades, novos conceitos estéticos e novas formas de compreender o mundo a partir de recursos tecnológicos que contribuem para um outro olhar em torno da criação artística. Assim, este capítulo tem início com o tópico sobre o compartilhamento que a comunicação humana sugere e que subsidia a compreensão da colaboratividade no fazer cinematográfico. Como eixo principal dessa discussão, são mencionadas as inovações tecnológicas, que possibilitam criar espaços de igualdade, explorar os recursos da interatividade digital e fazer do usuário não apenas um espectador, mas um colaborador da obra fílmica que se quer produzir.

O penúltimo capítulo deste documento, que trata da *Análise estética dos filmes*, configura o resultado desta investigação. Nesta seção, os filmes analisados – *Life in a Day*, *No Amor* e *Um gato sem nome e outros filmes* - são concebidos como produtos culturais que se vendem em um mercado específico e que agregam condições materiais e, sobretudo, estéticas para poder se apresentarem ao público. Naturalmente, cada espectador o percebe

⁴ Alguns títulos de filmes citados neste documento estão traduzidos para o português do Brasil.

de forma bastante particular, cuja avaliação é moldada por uma instituição socialmente aceita e economicamente viável.

Dessa forma, por considerar o filme uma obra artística autônoma, seguimos as prerrogativas da análise fílmica proposta por Jacques Aumont e Michel Marie (2004), em que a obra audiovisual é composta por cinco partes, entre as quais estão a parte textual, a narratológica, a icônica e a psicanalítica. Além disso, o produto fílmico está atrelado a “história das formas, dos estilos e da sua evolução” (Aumont & Marie, 2004: 10), o que também foi levado em consideração na estrutura da análise.

Por fim, partindo desta composição, as considerações finais, a última seção deste documento, retomam e problematizam algumas ideias desenvolvidas ao longo do texto, com a finalidade de reafirmarem a existência da relação entre ciberespaço e cinema, por meio dos recursos tecnológicos que hoje conhecemos. Em adição, inserimos a discussão em torno da expressão “cinema colaborativo” ou *crowdsourcing* no cinema, já que os produtos audiovisuais analisados suscitam a discussão em torno dos conteúdos de caráter participativo e não apenas colaborativos, como são denominados.

2 AS REDES SOCIAIS E A INTERATIVIDADE HUMANA

De algum modo, ainda vivemos em tempos de mudanças. O uso da internet e das ferramentas que a acompanham, especialmente aquelas relacionadas às tecnologias da informação e comunicação (TICs), em vários setores da sociedade, é um fenômeno crescente e, porque não ousar afirmar, irreversível. Viver em uma sociedade que se transforma muito rápido e onde, continuamente, o trânsito de informação assume um papel central, instiga também a desenvolver outras habilidades para lidar com tanto pluralismo.

É por este motivo que muitos relacionam estas mudanças ao surgimento da internet – que se tornou um tecido vital, como “um meio para tudo que interage com o conjunto da sociedade (...), apesar de ser tão recente em sua forma societária” (Castells, 2010: 255) – e ao advento das redes sociais, as quais podem ser abordadas por diferentes perspectivas.

Primeiramente, o termo “rede” está longe de ser um neologismo: a palavra é antiga e seu uso remonta o século XVII (Merklé, 2004; Ruivo, 2000). Porém, com o tempo, o significado da palavra foi se distanciando dos objetos que, inicialmente, era utilizado para descrevê-los, até ganhar uma dimensão mais abstrata. Para Musso (1994: 17), “a noção de rede é onipresente e onipotente em todas as disciplinas”, já que ouvimos falar de rede em todas as áreas: nas empresas, no Estado, na sociedade civil, nas universidades, no mercado.

Ao adentrarmos neste assunto, as justificativas para se creditar que a internet e as “famosas” redes sociais são “responsáveis” pelas mudanças mais significativas na organização social contemporânea correspondem, fundamentalmente, a duas situações: o desenvolvimento excepcional das comunicações, que possibilitou a conexão entre pessoas onde havia isolamento; e a valorização da relação entre pessoas e entre pessoas e as coisas. Estas duas razões explicam, em particular, a importância que a internet e as redes sociais assumiram tanto no nível do conhecimento, quanto no nível da prática (Lemieux, 2000).

A popularidade do conceito de “rede” fez com que sua capacidade explicativa e descritiva ultrapassasse as fronteiras das Ciências Sociais e se estendesse a outros domínios científicos. É por isso que desde o final da década de noventa, alguns estudos defendem a existência de uma “nova ciência das redes” (Watts, 2003), como forma de explicar as interconexões no mundo contemporâneo, onde “tudo está ligado”⁵.

⁵ Expressão que faz referência à obra de Albert-László Barábasi: *Linked. How Everything is connected to Everything Else and What it means for Business, Science and Everyday Life* (2003).

Complementarmente, Castells (1996) diz que “as redes não são apenas uma nova forma de organização social, mas se tornaram um traço-chave da morfologia social” (p. 18). Daí advém a teoria sistemática da sociedade da informação, a partir dos efeitos fundamentais da tecnologia informacional na sociedade contemporânea. A metáfora prototípica dessa sociedade é a dos “espaços de fluxos”, que caracteriza uma lógica organizacional independente de localização. Assim, ela é caracterizada por promover a:

- a. Globalização de atividades estrategicamente decisivas da economia;
- b. Forma de organização em rede;
- c. Instabilidade do trabalho e individualização do emprego;
- d. Cultura de virtualidade real, construída por um sistema pervasivo, interconectado e diversificado de sistemas de mídia;
- e. Transformação das condições materiais da vida, do espaço e do tempo, devidos aos espaços de fluxos e do tempo sem tempo (Santaella & Lemos, 2010: 16).

Por isso, ressalta-se que o conceito de redes não se limita somente às redes sociais, até porque as redes das quais falamos correspondem àquelas que se formam quando as pessoas se relacionam umas com as outras, o que nos leva a afirmar que a sociedade sempre foi uma rede. No entanto, desde o surgimento da *World Wide Web*, a sociedade contemporânea passou a ser apresentada pelos teóricos como uma “rede social complexa”, ao mesmo tempo em que é considerada uma “pequenez do grande mundo onde vivemos” (Barábasi, 2003: 7).

Assim como o conceito de rede, a expressão rede social foi também inicialmente trabalhada pelo campo da Sociologia e da Antropologia Social, usada especialmente em sentido metafórico. Os autores da área ainda não conseguiam identificar suas características morfológicas, as quais seriam úteis para descrever “situações específicas, nem estabeleciam relações entre as redes e o comportamento dos indivíduos que as constituem” (Portugal, 2008: 4). Com o passar do tempo, os estudos em torno do conceito foram ampliados e, em 1957, Elizabeth Both desenvolveu a primeira medida da estrutura de uma rede social: a conexidade, entendendo-a como a “extensão em que as pessoas conhecidas por uma família se conhecem e se encontram umas com as outras, independentemente da família” (Bott, 1976: 76).

Hoje, há estudos que apontam que a rede social, para além da conexidade definida por Bott (1976), é formada por três elementos, e que grande parte das pessoas apenas a entende intuitivamente: nós ou atores, vínculos ou relações e fluxos (Alejandro & Norman,

2005). Os *Nós* ou *Atores* são as pessoas ou grupos de pessoas que se agrupam com um objetivo comum e a soma de todos os nós indica o tamanho da rede; o *Vínculo* ou *Relações* correspondem aos laços que existem entre dois ou mais nós; já o *Fluxo* indica a direção do vínculo, que pode estar em sentido unidirecional ou bidirecional. Quando um nó ou um ator não estabelece qualquer tipo de fluxo, o que, por sua vez, indica a ausência de vínculos, diz-se que o nó está “solto” dentro da rede.

A representação desse tipo rede pode ser observada na Figura 1, conforme ilustração elaborada por Alejandro & Norman (2005):

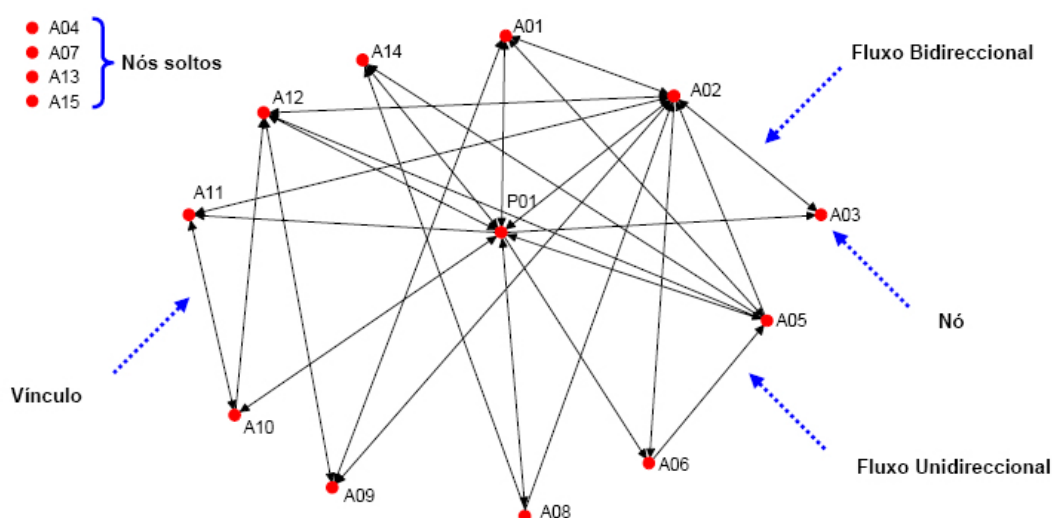


Figura 1: Elementos básicos da Rede de Interações

Assim, a análise estrutural das redes, enquanto esquema de inteligibilidade do social, contribuiu para que o conceito de rede, visto anteriormente como apenas uma metáfora, recebesse nova conotação, muito mais útil para outras análises. Tendo em vista esse avanço e retomando o pensamento de Alejandro & Norman (2005), Wellman e Berkowitz (1991) descrevem:

As estruturas sociais podem ser representadas como redes – como conjuntos de *nós* (ou membros do sistema social) e conjuntos de *laços* que representam as suas interconexões. Esta é uma ideia maravilhosamente libertadora. Dirge o olhar dos analistas para as relações sociais e liberta-os de pensarem os sistemas sociais como coleções de indivíduos, díades, grupos restritos ou simples categorias. Usualmente, os estruturalistas têm associado “nós” com indivíduos, mas eles podem igualmente representar grupos, corporações, agregados domésticos ou outras coletividades. Os “laços” são usados para representar fluxos de recursos, relações simétricas de amizade, transferências ou relações estruturais entre “nós” (Wellman e Berkowitz, 1991: 4).

Concebendo a organização social como uma composição de nós, laços e fluxos, a análise das redes oferece uma explicação do comportamento social baseada em modelos de interação entre os nós (os atores sociais), em vez de concebê-los como unidades independentes ou autônomas. Tais modelos de interação compreendem a relação entre os nós da seguinte forma: um com um, muitos com um, um com muitos e muitos com muitos.

A interação de *um com um* depende do grau de proximidade ou estranheza e da cordialidade do vínculo. Esse tipo de interação remete ao princípio comum da troca social, onde cada parceiro numa relação dá algo ao outro e espera receber algo em troca (Teoria da Troca Social⁶). Se um parceiro dá e nada recebe em troca, a relação se desintegra mais cedo ou mais tarde (Kelley & Thibaut, 1978). Nesse contexto, aplica-se ainda o princípio da reciprocidade, quando nos sentimos “em dívida” com alguém, pelo que nos foi dado de algum modo: um favor por um favor, um presente por um presente, um sorriso por um sorriso. Este é o sentimento de dívida social, o qual está profundamente enraizado em um processo interativo de um com um (Cialdini, 1984).

Já a interação de *muitos com um* pressupõe que a influência de muitos convergem sobre um indivíduo, possibilitando ajuste de comportamento e obediência. Nesse caso, a interação de *muitos com um* reporta aos efeitos de facilitação social (Allport, 1920), quando a presença de outros envolvidos na mesma tarefa, faz com que o sujeito tenha melhor desempenho. Entretanto, em situações mais complexas, a presença dos outros gera um efeito inibidor, como, por exemplo, uma audiência pode provocar inibição ao orador e comprometer o seu desempenho. Esse tipo de interação também pressupõe que todas as formas de influência social (facilitação e inibição sociais, o conformismo e a obediência) podem ser compreendidas ao se pensar no indivíduo como um elemento inserido em um campo de forças sociais, as quais convergem sobre ele (Latané, 1981). Contudo, o impacto total dependerá do número de pessoas que afetam o indivíduo-alvo⁷, de quão poderosas (em idade, *status* ou poder) cada uma dessas pessoas é, e da proximidade que se encontram do indivíduo no espaço e no tempo.

⁶ A Teoria da Troca Social trata da interdependência entre indivíduos e postula que em um relacionamento os acontecimentos vividos pelos indivíduos são resultados da interação com o meio em que estão inseridos. Essa interação gera uma sucessão de desafios que exigem adaptações dos membros com aqueles que os rodeiam. (Kelley & Thibaut, 1978).

⁷ Difusão do impacto social: quanto maior for o número de alvos, tanto menor será o impacto sobre cada um deles (Latané, 1981), pois favorece a dispersão do impacto social.

Quanto à interação de *um com muitos*, o efeito gerado é a influência de um indivíduo sobre um certo número – por vezes bastante elevado – de outros. O exemplo mais importante destas interações é a liderança, quando, quer pelas características pessoais dos potenciais líderes, quer pelas situações que estes enfrentam, determinam a eficiência da sua liderança.

Por fim, a interação de *muitos com muitos* corresponde às interações grupais, onde uma certa quantidade de pessoas interage com outra certa quantidade de pessoas simultaneamente (multidão). Este tipo de relação dá ênfase à desindividuação, processo que ocorre quando um indivíduo em um determinado grupo perde a consciência de si próprio, deixando de refletir autonomamente. Este estado tem maior probabilidade de ocorrer quando existe um alto nível de ativação fisiológica e anonimato, já que a desindividuação tende a desinibir as ações impulsivas que se encontram habitualmente sob controle. Porém, é importante ressaltar que a natureza dos impulsos desinibidos depende do grupo e da situação.

Os modelos de interação apresentados podem ser apropriadamente aplicados à nova esfera de relação social, motivada pela internet e pelas redes sociais, e composta pela conexão de milhões de pessoas a cada dia. Com a explosão das redes sociais da internet, as RSIs, o interesse em estudar o fenômeno aumentou tão significativamente, que tem-se a impressão de se estar diante de um novo paradigma, relacionado a um pensamento das relações em detrimento ao das essências (Parente, 2004).

2.1 As redes sociais da internet (RSI)

De acordo com Santaella & Lemos (2010), as RSIs são:

Plataformas-rebentos da Web 2.0, que inaugurou a era das redes colaborativas, tais como Wikipédia, *blogs*, *podcasts*, o Youtube, o Second Life, o uso de *tags* (etiquetas) para compartilhamento e intercâmbio de arquivos, como no Del.icio.us, e de fotos, como no Flickr, e as RCIs, entre elas o Orkut, My Space, Goowy, Hi5, Facebook e Twitter, com sua agilidade para *microblogging* (Santaella & Lemos, 2010: 7).

Estas plataformas, que “processam interações e realizam atos comunicativos em alta velocidade, intensidade e volume” (Santaella & Lemos, 2010: 23), avançaram em 2006, sendo o *Hi-5* a rede pioneira em Portugal e o *Orkut* no Brasil. Nos anos seguintes

surgiram outras redes sociais, como, por exemplo, o *Facebook* e o *Twitter*, que modificaram, especialmente, a disseminação de informações. Essas redes, conforme já postulado, estão estruturadas a partir de dois elementos básicos: os atores, que incluem as pessoas, as instituições ou os grupos; e as suas conexões, compreendendo uma estrutura de grupo. Suas conexões constituem-se por diferentes formas de interação e trocas sociais, as quais “engendram propriedades que os elementos tomados em sua individualidade e discrição possuem” (Santaella & Lemos, 2010: 23-24).

As redes sociais da internet também são descritas como ambientes interativos e hipermidiáticos, conceito apresentado por Jenkins (2008), que faz correspondência ao fluxo de conteúdos através de múltiplos e novos suportes midiáticos e a cooperação entre mercados midiáticos:

No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia. (...) A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores (Jenkins, 2008: 27).

Vale destacar que, para Jenkins (2008), a convergência, na expressão o ‘mundo da convergência’, “é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (p. 27). Apesar de ainda parecerem frágeis, pouco confiáveis e pouco sérias, essas RSIs têm se consolidado como demonstração de criatividade, inovação e, sobretudo, convergência.

Consideradas um dos principais frutos da geração *Web 2.0*, as redes sociais da internet pressupõem uma nova forma de mediação, delineada pelo perfil de usuários que as utilizam. Para explicar este novo formato, retomo às considerações elaboradas por Martín-Barbero (2006), nas quais o autor avalia que a mediação pode se aplicar a universos diversos: indivíduos, movimentos sociais, grupos populares e produtores da indústria cultural, por exemplo. Para complementar, quando Martín-Barbero define “mediação”, o autor se aproxima ao que denominamos, comumente, de relações sociais e culturais. Sob essa perspectiva, o processo de produção e difusão de informação/conteúdo só poderia ser entendido quando contraposto às diversas instâncias que compõem a sociedade contemporânea.

É nesta conjuntura que também estão inclusas as comunidades virtuais, as quais são constituídas por pessoas que partilham os mesmos interesses e que se unem pela necessidade de compartilhar, discutir e analisar informação/conteúdo. Dentro dessas comunidades também coexistem grupos temáticos, que estão categorizados por assuntos específicos e onde os participantes se tornam colaboradores e contribuem para o fluxo de informação.

Estes grupos estão interligados entre si por relações mais ou menos complexas e formam a base das comunidades virtuais. Porém, tais ligações dependem da natureza da comunidade. Estes grupos, criados com recursos oferecidos pela *Web 2.0*, os quais são diferentes dos criados na era da *Web 1.0*, envolvem em seu processo a interatividade, seja de forma síncrona ou assíncrona.

Tal interatividade está diluída nas características que dão formato às comunidades virtuais, as quais podemos citar: amizade, participação democrática, canalização da inteligência coletiva, divulgação, inovação em grupo, acolhimento, colaboração, cooperação e não controle (O'Reilly, 2005). No entanto, estas características estão subsidiadas por princípios que garantem a segurança das comunidades e potencializam o seu desempenho. São elas: objetivo, identidade, comunicação, confiança, reputação, subgrupos, ambiente, limites, gestão, expressão, histórico (Palazzo; Ulysséa; Porto, 2001).

De acordo com o educador brasileiro Paulo Freire (2011), “os homens aprendem em comunidade”. Logo, se pessoas de contextos culturais, níveis cognitivos e simbólicos, e visões de mundo diferentes estiverem conectadas, de alguma forma, maiores e mais frutíferas são as possibilidades de troca de informação. As TICs e, conseqüentemente, a internet potencializam estas conexões, criando novos espaços de conhecimento.

Portanto, as comunidades virtuais se configuram como um desses espaços, onde suas fontes de informação (ainda que nem sempre todas possam ser consideradas confiáveis) e canais de comunicação proporcionam a participação, colaboração e interação nas atividades em grupos, que cooperam para o interesse e a motivação dos participantes. Com as ferramentas de apoio que as comunidades disponibilizam, os participantes podem facilmente elaborar conteúdo, seja individualmente ou em grupo, e submetê-los aos comentários de outros usuários. Igualmente, independente da prática, as comunidades virtuais oferecem espaços online para o armazenamento, classificação e

publicação/divulgação de textos e outros conteúdos para que todos os interessados possam acessá-los.

Além de disponibilizarem uma diversidade de conteúdos, tais comunidades auxiliam na busca e seleção dessas informações, no processo para converter tal informação em novo conteúdo, e no debate desse “produto” adquirido, especialmente pelo formato em que essa publicação é apresentada (textual, audiovisual, etc.). Os blogs, por exemplo, são um dos recursos/plataformas do ciberespaço que podem ser utilizados para este fim, por subsidiarem a construção coletiva e o compartilhamento do conhecimento. Além disso, os blogs são plataformas que possibilitam o estabelecimento de um processo interativo com os ditos “proprietários de blogs”, por meio de simples comentários nas postagens. A partir do resultado desse contato, é possível estruturar uma nova rede social (Recuero, 2005).

Richardson (2006) complementa ainda que os blogs constituem uma ferramenta importante para o processo de construção do conhecimento. Ele destaca que os blogs – e, neste caso, enquadram-se as comunidades virtuais – são [1] ferramentas construtivistas de aprendizagem e democráticas, por suportarem vários estilos de escrita; [2] têm uma audiência potencial; [3] são arquivos da aprendizagem, construídos por participantes que comungam dos mesmos interesses; [4] e favorecem o desenvolvimento da competência em determinados tópicos quando os participantes focam na leitura e na escrita de um tema específico.

Assim, o conhecimento/conteúdo que será construído está distribuído pelos vários participantes que constituem uma dada comunidade virtual, assim como as experiências vividas por cada um. O resultado deste processo é que, tal como os próprios membros da comunidade podem usufruir deste conhecimento, outros usuários também podem buscar por estas informações e ressignificá-las.

Um dos recursos para a participação de outros usuários é através dos fóruns, além dos já mencionados ‘comentários das postagens’. Eles assumem características que facilitam a interação do conteúdo com o usuário, entre elas a abertura, a rapidez de acesso e a intencionalidade. Por esse motivo, os *blogs* se aproximam do que se concebe por comunidade virtual, já que também explicitam e discutem questões diversificadas, problemas e suas possíveis soluções, promovendo o trabalho colaborativo.

Centrando-se no usuário, o conceito de audiência ganha força, uma vez que os públicos são formados por agentes que buscam pela informação, subsidiados por

ferramentas que facilitam este processo, como os sistemas de busca, correios eletrônicos, plataformas de relacionamentos, entre outros facilitadores. No entanto, outra questão relevante e que precisa ser pontuada, é a capacidade de fragmentação dessa audiência. Até então, o discurso disseminado pelos meios de comunicação tradicionais tinha uma aparência mais homogênea, ou, como afirma Edo (2007), “quase monolítica” (p. 13). Contudo, os novos suportes midiáticos direcionam para uma personalização da informação, a qual também é demandada por pequenos grupos com identidade própria.

É notório, porém, que existem meios cibernéticos que recebem milhões de visitas diariamente. Ainda assim, os espaços virtuais estão cada vez mais personalizados para os gostos individuais dos utilizadores da rede. Logo, a informação digital:

es interactiva, pues permite la participación directa e inmediata; es personalizada, porque hace posible la selección activa de los contenidos; es documentada, gracias al hipertexto y a los enlaces; está actualizada porque las noticias se publican en cuanto se producen y se cambia El concepto de periodicidad; integra todos los formatos periodísticos - texto, audio, vídeo, gráficos, fotos- en un solo medio que es multimedia; puede aplicar los procesos que se ejecutan en un ordenador, y requiere una nueva concepción del diseño que va mucho más allá de la estética y debe, sobre todo, facilitar al lector la navegación (Edo, 2007: 13).

Mas, como o espaço virtual coopera para suscitar novas formas de concepções audiovisuais e cinematográficas? Qual a vantagem do ciberespaço e dos fluxos de informação gerados por elas para a produção audiovisual? Consideramos que o prisma mais oportuno esteja nas diferenças de interação resultantes da penetração e apropriação social dessas redes.

No entanto, mesmo com o avanço da tecnologia e da revolução comunicacional que, conseqüentemente, culminou com este processo, ao tratar da produção audiovisual e cinematográfica é perigoso associar que o surgimento do que se concebe hoje por cinema colaborativo tenha sido fruto desta mudança de cenário. O que se sabe, e não é de hoje, é que a arte cinematográfica sempre pressupôs um trabalho em equipe, com a participação de várias pessoas em funções diversas. Por isso, o que se pode diferenciar em relação ao "colaborativo" é a noção de coletividade e do resultado que isso sugere.

3 DO CINEMA ANALÓGICO AO CINEMA DIGITAL

A partir das tecnologias digitais, os diferentes meios audiovisuais passaram a ter uma dinâmica que transcende as tradições históricas dentro das quais foram formados. Assim, o campo imagético tende a uma mistura e a uma hibridização, impulsionado pela inserção dos recursos tecnológicos, que, ao mesmo tempo, coloca-o como uma área particular de expressões artísticas, aberta à diluição de alguns formatos.

Dessa forma, para traçar um panorama histórico dos 110 anos da sétima arte, que tem início com a predominância de imagens, quando o cinema ainda não tinha um código próprio e específico, e estava misturado a outras formas culturais - até alcançar o armazenamento de suas imagens e sons em *bits* e *bytes*, através de aparatos computadorizados -, seguiremos a divisão em blocos históricos, sugerida por Fernando Mascarello (2006), na obra *História do Cinema Mundial*.

De acordo com a divisão proposta, este capítulo apresentará informações acerca do Primeiro Cinema (1); das vanguardas dos anos 1920 (Impressionismo Francês, Expressionismo Alemão e Surrealismo) (2); dos gêneros hollywoodianos (*Western* e *Film Noir*) (3); do cinema moderno (Neorealismo Italiano, *Nouvelle Vague*, Documentário Moderno, Cinema Novo brasileiro e Cinema Novo Alemão) (4); e das vertentes contemporâneas (Cinema Hollywoodiano Contemporâneo, Cinema Pós-moderno, e Cinema e Tecnologias Digitais) (5) (Mascarello, 2006).

Para justificar a escolha por essa divisão, aponto que este recorte em blocos históricos restringe – sem prejudicá-la – a quantidade de informações acerca dos períodos ou escolas, com o objetivo de se adequar ao tamanho deste documento. Ainda assim, os trabalhos científicos que se reportam à temática cinematográfica comumente destinam capítulos para abordagens históricas; logo, para que esta dissertação não seja uma repetição de informações, colocarei a contextualização histórica como um complemento necessário, mas não elementar para o entendimento desse projeto de investigação.

3.1 Primeiro cinema

Por volta de 1895, quando ainda não apresentava um código próprio, especialmente por se confundir com outras formas de arte, o cinema, na sua origem, confundia-se com as

encenações do teatro popular, os espetáculos de lanterna mágica, as revistas ilustradas, as atrações de feira, os postais (Costa, 2006: 17). Mas a transformação foi progressiva. Os aparelhos de projeção que surgiram no final do século XIX traziam ares de inovação, assim como outros recursos concernentes à época, marcando as transformações e reorganizações que o cinema experimentou nos seus primeiros vinte anos de existência, de 1895 a 1915.

No entanto, a história do cinema faz parte de um cenário muito mais amplo, que não diz respeito somente à forma como as projeções de imagens eram feitas, mas às questões ligadas ao divertimento popular, aos instrumentos óticos e às pesquisas com imagens fotográficas (Costa, 2006). Os filmes são, portanto, uma continuação do que já se fazia com as projeções de lanterna mágica, durante o século XVII, quando o apresentador exibia imagens coloridas ao público, por meio de um “foco de luz gerado pela chama do querosene, com acompanhamento de vozes, músicas e efeitos sonoros” (Costa, 2006: 18). Como complemento, ainda há dados de que o cinema teve a sua origem com “as práticas de representação visual pictórica, tais como os panoramas e dioramas, bem como nos ‘brinquedos óticos’ do século XIX, como o taumatrópio (1825), o fenaquistoscópio (1832) e o zootrópio (1833)” (Costa, 2006: 18).

Apesar da invenção do cinema ser creditada aos irmãos Lumière, admite-se que não houve um único descobridor para o que se concebe por “sétima arte”, já que os aparatos técnicos que envolvem essa forma de arte surgiram em vários lugares simultaneamente. O aperfeiçoamento da projeção de imagens em movimento, por exemplo, resultou da descoberta de novas técnicas fotográficas, da invenção do celulóide⁸ e da aplicação de novos aparatos destinados à projeção.

Os primeiros filmes exibidos datam de 1893 e 1895, respectivamente. O primeiro corresponde ao registro da patente do quinetoscópio⁹ de Thomas A. Edison, nos Estados Unidos, e o segundo à demonstração do cinematógrafo desenvolvido pelos irmãos Louis e Auguste Lumière, em 28 de dezembro de 1895, em Paris. No entanto, dois meses antes da apresentação pelos Lumière, há o registro que em 1º de novembro de 1895, os irmãos Max

⁸ “Primeiro suporte fotográfico flexível, que permitia a passagem por câmeras e projetores” (Costa, 2006: 18).

⁹ Aparelho que possuía um visor individual, que, com a inserção de uma moeda, possibilitava a visualização de uma “pequena tira de filme em *looping*, com imagens em movimento de números cômicos, animais amestrados e bailarinas” (Costa, 2006: 18-19).

e Emil Skladanowsky organizaram uma exibição de 15 minutos do bioscópio, seu sistema de projeção de filmes, num grande teatro de *vaudeville*,¹⁰ em Berlim.

Mas, mesmo com o investimento em outras invenções, foi o cinematógrafo dos Lumière que ganhou destaque pelo seu *design* e funcionalidade, já que o aparelho não utilizava luz elétrica (era acionado com manivela), fazia cópias a partir de negativos e por ser leve podia ser transportado facilmente. Depois disso, outros aparelhos foram criados pelos irmãos franceses, como uma máquina que usava filme de 35mm e capturava imagens numa velocidade de 16 quadros por segundo, em vez dos 46 quadros usados por Thomas Edison.

No entanto, apesar de ter sido um período frutífero para o desenvolvimento de aparelhos que aperfeiçoassem a projeção de imagens, os primeiros 20 anos do cinema corresponderam a um estágio preliminar para a definição dos princípios específicos de sua linguagem. Para Gaudreault (1989), o primeiro cinema está mais relacionado à atividade de mostraçã, que envolve a encenação direta de acontecimentos, do que à de narraçã, que trata da manipulaçã desses acontecimentos pelo narrador, principalmente nos filmes que possuíam apenas um plano, até 1904 (1989: 20).

De fato, os primeiros cineastas estavam preocupados com os planos individuais, sem priorizar a articulaçã entre vários planos e movimentaçã de câmara, quando estes haviam. A atençã com a conexã entre planos apareceu progressivamente, à medida que a duraçã dos filmes aumentaram. No entanto, em algumas ocasiões, os planos eram vendidos separadamente, como filmes individuais, em rolos diferentes.

Os primeiros filmes exibidos têm como característica principal a habilidade em mostrar coisas em movimento, sem priorizar a forma de contar histórias. Por esse motivo, alguns autores, como o historiador Tom Gunning, classificam o cinema dessa época como um “cinema de atrações”, por se dirigir de forma particular ao espectador e por lembrar o trabalho teatral de Sergei Eisenstein nos anos 1920.

¹⁰ Espécie de teatro de variedades, em que se era permitido beber e conversar. Eram espaços onde aconteciam o espetáculo burlesco, o circo e as exibições itinerantes, em que a *performance* e a forma narrativa final eram construídas pelo showman-exibidor (Costa, 2006: 28-29). Foi originado dos salões de curiosidade.



Figura 2: Bailarina de *Annabelle butterfly dance* (Dickson, 1985)



Figura 3: Grupo de trabalhadores saindo da fábrica em *La sortie des usines Lumière* (Louis Lumière, 1895)

Didaticamente, o período do Primeiro Cinema está dividido em duas fases, intituladas “cinema de atrações”, compreendida entre 1894 a 1906-1907, e “período de transição”, de 1906 a 1915, respectivamente. A primeira fase destaca um fazer cinematográfico que se destina à “interpelação direta do espectador”, com a intenção de surpreendê-lo. Prevalencem os filmes de truques, histórias de fadas (*féeries*) e atos cômicos curtos, com a mistura de cenários naturais e artificiais. É o exibidor quem formata o espetáculo (Costa, 2006: 26).

Nos primeiros anos dessa primeira fase, os filmes de caráter documental recebem destaque e são estruturados com um único plano. Já ao final dela, os filmes de ficção superam em número os filmes documentais e passam a ser montados com planos múltiplos, com experimentações de relações causais e temporais entre os planos, e apresentam narrativas mais simples. Os filmes de perseguição também surgem na mesma época e agregam vários planos que privilegiam a atração e as ações físicas.

Mas a popularidade dos filmes alcançou um outro patamar a partir da expansão dos *nickelodeons*, que eram espaços bem maiores que os *vaudevilles* para a exibição dos filmes. O surgimento desses espaços propiciou uma reorganização da produção cinematográfica, que passou a ter uma estrutura hierárquica centralizada e um processo de produção organizado industrialmente. Esse tipo de organização substituiu o “sistema colaborativo” que prevalecia durante as exibições nos *vaudevilles*, onde as empresas produziam filmes com um senso de parceria, “em que dois realizadores dividiam o trabalho de operação de máquinas e de confecção dos filmes (o que torna a discussão da autoria uma tarefa particularmente complicada)” (Costa, 2006: 27). Esse sistema foi extinto com o crescimento da produção de filmes, após 1907 (Musser, 1991).

A segunda fase do Primeiro Cinema, ou “período de transição”, é marcada pela utilização de elementos narrativos especificamente cinematográficos, que contribuíam para a elaboração de enredos autoexplicativos (Costa, 2006). Tais tentativas de criar um código narrativo específico coincidiram com as experiências de regulamentação e racionalização da indústria. No entanto, apesar da busca pela “integração narrativa”¹¹, a linguagem caminhava para um estilo clássico, que era conhecido por ser bastante problemático.

Os filmes dessa fase também se diferenciaram dos anteriores por apresentarem menos ação física e uma maior preocupação com a composição psicológica dos personagens. Outro aspecto que merece destaque é a consolidação do modelo das ficções de um único rolo (mil pés), com variações entre gêneros. Anos depois, contudo, os filmes de rolo único se tornaram menos populares por conta da substituição pelos longas. As novas empresas cinematográficas tornaram-se independentes e a exibição dos filmes passou a acontecer em espaços luxuosos, que, na sua grande maioria, pertenciam às empresas produtoras. O melodrama, pela sua conotação social, por exemplo, passou a ser o gênero dominante.

3.2 As vanguardas dos anos 1920

3.2.1 Expressionismo Alemão

O Gabinete do Dr. Caligari, de Robert Wiene, foi produzido em 1920 e inaugurou um novo formato de possibilidades artísticas e expressivas do cinema: o expressionismo alemão. O uso da expressão derivou do expressionismo enquanto vertente da Arte Moderna, popularizada no país após a Primeira Guerra. Com características sombrias e enigmáticas, com distorções de cenário e personagens, os filmes desse período indicaram novas relações entre filmes e artes gráficas, ator e representação, imagem e narrativa (Robinson, 2000: 7). Além disso, o conceito expressionista possibilitou a reabertura do mercado cinematográfico alemão para outros países, que estava fechado desde o início da guerra.

Assim como *Caligari*, outros filmes foram inspirados por uma estética e técnica inovadoras, que destacava a expressividade dos cenários, com o tratamento mágico da luz

¹¹ Expressão utilizada por Tom Gunning (1984).

e com a morbidez dos temas - aspectos que evidenciavam a qualificação de "expressionistas". Entre eles estão: *O golem* (1920), de Paul Wegener; *Nosferatu: Uma sinfonia do horror* (1922) e *Fantasma* (1922), de Friedrich Wilhelm Murnau; *A morte cansada* (1921) e *Dr. Mabuse: O jogador* (1922), de Fritz Lang; *Genuine* (1920) e *Raskolnikow* (1923), de Robert Wiene; *Da aurora à meia-noite* (1920), de Karl Heinz Martin; e *O gabinete das figuras de cera* (1924), de Paul Leni.

Portanto, as estratégias em torno do expressionismo alemão consideravam: “a) composição (cenografia, fotografia e *mise-en-scène*); b) temática recorrente (tipologia de personagens e de situações dramáticas); c) estrutura narrativa (modo de contar as histórias e de organizar os fatos)” (Cánepa, 2006: 70). A composição dos filmes produzidos após *O Gabinete do Dr. Caligari* priorizava elementos diferentes que contribuíam para criar um outro tipo de *mise-en-scène* (luz, decoração, arquitetura, distribuição das figuras e a organização em cena), reforçados ainda pela maquiagem e pelo guarda-roupa estilizados. Nessas produções, “personagens e objetos se transformavam em símbolos de um drama eminentemente plástico, causando, às vezes, a impressão de que uma pintura expressionista havia adquirido vida e começado a se mover” (Nazário, 1999: 203).

Esse aspecto de alteração plástica da realidade, objetivando o reforço do drama, “numa espécie de *deformação expressiva*” (Cánepa, 2006: 70), também estava intrinsecamente ligado a outro estilo alemão por excelência: o gótico medieval. O filme *O golem* (1920), de Paul Wegener, é um exemplo para ilustrar essa estratégia por enfatizar elementos arquitetônicos como ruas estreitas, formas angulosas e contrastes bastante evidentes entre áreas iluminadas e escuras de um gueto em Praga. *A morte cansada* (1921) e *Metropolis* (1927), de Fritz Lang, são outros dois exemplos que prezam por cenários arquitetônicos expressivos e que remetem ao *décor*.

Segundo Eisner (1985), assim como a cenografia, a fotografia também contribuiu para a criação de ambientes expressivos e, muitas vezes, fantásticos.

Esse método, que consiste em enfatizar e salientar, muitas vezes com exagero, o relevo e os contornos de um objeto ou detalhes de um cenário, se tornará uma característica do filme alemão. (...) Chegarão mesmo a recortar os contornos e as próprias superfícies para torná-los irracionais, exagerando as cavidades das sombras e dos jatos de luz; por outro lado, acentuarão alguns contornos, moldando as formas por meio de uma faixa luminosa para criar, assim, uma plástica artificial (Eisner, 1985: 67).

Nosferatu (1922), *Fantasma* (1922) e *A Última Gargalhada* (1924), de Friedrich Wilhelm Murnau, além de *Sombras* (1923), de Arthur Robinson são alguns dos exemplos que colocam a fotografia como um instrumento dramático imprescindível, capaz de reproduzir imagens do inconsciente dos personagens.

Quanto à estrutura narrativa, os filmes expressionistas consideravam uma autoconsciência, que fazia parte da estética modernista. O fazer fílmico era discutido e apresentava construções ambíguas que frustravam as tentativas em explicá-las (Elsaesser, 2000). Neste aspecto, passou-se a evitar os letreiros narrativos ou explicativos, que, em alguns casos, foi integrado à narrativa visual.

No entanto, como os roteiros priorizavam o caráter fantasioso, foi criada a estratégia das narrativas-moldura, para justificar as narrativas mais enigmáticas, o uso do espaço *offscreen* (espaço fora da tela) na decupagem, para propor significados diferentes, e a montagem de *tableau*, para que cada plano se completasse nele próprio. Essas estratégias contribuíam para que o processo narrativo fosse feito por descontinuidades, oferecendo ao espectador, muitas vezes, o papel da construção elíptica (Elsaesser, 2000).

3.2.2 Impressionismo Francês¹²

O movimento impressionista francês surgiu em um período em que os Estados Unidos se tornavam o maior exportador de filmes para o mundo e quando o mercado cinematográfico europeu passava por uma crise. A vanguarda, que era sobretudo visual, ganhou adeptos com o fim da Primeira Guerra Mundial, através dos esforços do escritor e crítico Louis Delluc e de outros cineastas como Mareei L'Herbier, Abel Gance, Germaine Dulac e Jean Epstein, que juntos são considerados os formadores da escola impressionista francesa.

Encantados com o poder das lentes, os cineastas produziram filmes com características relacionadas a:

proezas técnico-estilísticas, que abrangem sobreimpressões, deformações ópticas e planos subjetivos. Acrescente-se a isso a importância dada à duração dos planos, ao enquadramento e ao ritmo da montagem. Doravante, além disso, os personagens e a trama narrativa deixam de exercer um papel preponderante, uma vez que também os objetos e cenários vêm concorrer com a ação do filme (Martins, 2006: 91).

¹² Também chamado de Escola Francesa, Primeira Onda e *Première Vague*.

Por ter sido um movimento marginal e minoritário, a escola impressionista foi ocultada pelos grandes cinemas mudos nacionais, como o americano, o russo, o italiano, entre outros de destaque mundiais. No entanto, mesmo marginalizado, o movimento propunha um trabalho mais pessoal, onde o cineasta assinaria seus próprios roteiros, inaugurando a fase de um cinema mais autoral. A partir desse cenário, o impressionismo francês ficou conhecido por suas produções de caráter semi-independente, com maior liberdade de criação (Bordwell, 1974).

Esse contexto foi fundamental para provocar uma mudança substancial no cinema francês, que veio acompanhado pelo surgimento de “periódicos dedicados ao cinema, cineclubes e salas especializadas” (Martins, 2006: 95), as quais foram criadas para alcançar um público cada vez maior. O ano de 1920 foi, portanto, um período de mudança de comportamento em relação à sétima arte, que resultou ainda na criação da Federação Francesa dos Cineclubes, por conta da proliferação desses espaços.

Dando continuidade ao processo dos acontecimentos, um conjunto de teorias, ideias e opiniões foram deflagradas sobre o Impressionismo. Uma delas tratava de ensaiar uma teoria cinematográfica que, pela óptica impressionista, correspondia ao:

cinema como meio específico, ora atendo-se ao poder de síntese da mencionada "sétima arte", ora percebendo-o como um meio autônomo, singular, enfim, "puro". Seus constituintes materiais, essencialmente fundados no visual, acabam por distanciá-lo largamente da dramaturgia, calcada, por sua vez, no verbo (Martins, 2006: 97).

A legitimação do cinema com o Impressionismo conduziu as produções ao aperfeiçoamento técnico, o que desencadeou o encarecimento da confecção dos filmes, já que dependia de uma equipe relativamente grande, formada por técnicos e colaboradores. Neste grupo, estavam inclusos o autor do roteiro (ou da adaptação), o operador de câmera, o assistente de realização, o montador, o compositor¹³, o cenógrafo, pintores e arquitetos. O cineasta responsável ocupava uma posição específica na equipe, assumindo a postura de líder diante da execução das funções, o que também se configurou em uma grande mudança no fazer cinematográfico francês.

Dessa forma, a partir das transformações estruturais e estéticas no cinema francês, o impressionismo é pontuado pelos seguintes princípios:

¹³ A música era executada no momento da projeção do filme.

1) entre os vários focos de interesse do diretor, parece-lhe fundamental assumir o papel de roteirista (ele só se torna um verdadeiro artista criador ao assinar o roteiro do próprio filme, algo que lhe proporciona liberdade de invenção durante as filmagens); 2) a "trama pretexto", que servia de veículo para as pesquisas formais, tem grande flexibilidade (quando não se encontra reduzida a uma história de fato muito simples), o que implica uma simplificação do enredo; 3) a valorização da imagem em sua forte carga de afeto, poesia e mistério dá margem a uma construção narrativa mais propriamente musical que dramática (Martins, 2006: 99).

Com um estilo próprio de conceber a arte cinematográfica, o Impressionismo francês afetou diretamente a aparência fotográfica da imagem, especialmente pelo interesse no trabalho com a câmera e pela montagem acelerada. Em *Eldorado* (1921), de L'Herbier, a fotografia recebeu destaque pelas deformações visuais, com distorções e foco difuso, a qual estava diretamente ligada à *mise-en-scène* para priorizar a subjetividade dos personagens (universo interior e psicológico) (Bordwell, 1974).

Quanto à estrutura narrativa, os impressionistas prezavam pelo jogo de paralelismos e oposição entre as ações, “cujos padrões de continuidade dependem de uma combinação de elementos plásticos, rítmicos e retóricos com outros propósitos que os unicamente narrativos” (Martins, 2006: 102). Assim, a narrativa também podia envolver uma certa descontinuidade espaço-temporal, desencadeando um discurso que poderia seguir por duas vias, o que implica mais especificamente na desconstrução dos códigos narrativos do que na sua transgressão.

3.2.3 *Surrealismo*

O Surrealismo no cinema, que se desenvolveu no início da década de 1930, esteve baseado na existência de uma realidade superior, que poderia ser encontrada através da associação de elementos aparentemente desconexos e por meio dos processos oníricos (Canizal, 2006). Por apresentar a subversão em relação à linguagem como marca distintiva, enquanto estrutura constituinte do ser humano e do sistema que constrói um campo simbólico complexo, o Surrealismo se diferenciou, neste aspecto, dos outros movimentos de vanguarda da época.

A partir dessa marca distintiva, o cinema surrealista priorizou a construção de textos visuais – mantendo uma relação direta com a linguagem pictórica – em que a “organização de componentes de vários códigos permitia (...) a formação de mensagens

originais” (Canizal, 2006: 144), as quais também se configuravam como uma possibilidade artística de transpor uma expressividade que somente a linguagem era capaz de traduzir. Ao propor o estranhamento da realidade, no intuito de não torná-la familiar, o Surrealismo objetivava a aproximação do espectador, aguçando-lhe a curiosidade, com temas que pendiam para o consciente e o inconsciente, para o real e o onírico.

A concha e o pastor (1927), de Germaine Dulac, e *Um cão andaluz* (1929) e *A Idade de Ouro* (1930), de Luis Buñuel, são duas obras consideradas essencialmente surrealistas, sobretudo por apresentarem um relato não-linear. Aliadas ao cinema gráfico, as produções citadas, assim como outras da época, utilizavam recursos retóricos que suscitavam experiências sinestésicas, “construídas pela conferição de atributos sonoros às cores e vice-versa” (Canizal, 2006: 151).

Apesar das suas marcas distintivas terem recebido destaque na história do cinema, o Surrealismo proporcionou um número pequeno de produções.

3.3 Gêneros hollywoodianos

3.3.1 Western

Considerado o gênero cinematográfico genuinamente norte-americano, o Western inclui os primeiros filmes narrativos em que aparecem cowboys, bandidos e mocinhos em um cenário do Velho Oeste. A temática do gênero era propícia especialmente por coincidir com um período histórico de lutas travadas contra os índios, e da Guerra Civil americana, quando a região oeste dos Estados Unidos ditava as leis e a organização que prevaleceria para as condições sociais contemporâneas.

Por projetar um cenário que destaca aspectos naturais e valores rurais (que não se relacionam com fazendas e plantações), com a incidência de áreas áridas e desérticas, o gênero Western preza por duelos mitológicos entre elementos de civilização e selvageria.

São várias as oposições a expressar esse embate: cultura *versus* natureza, Leste *versus* Oeste, o verde e o deserto, a América e a Europa, a ordem social e a anarquia, o indivíduo e a comunidade, a cidade e as terras selvagens, o *cowboy* e o índio, a professorinha e a dançarina/prostituta do *saloon* etc. (Vugman, 2006: 163).

O grande roubo do trem (1903), de Edwin Porter, é considerado o primeiro filme Western, por trazer características específicas, como a ausência de subtítulos e a forma de realização das tomadas (internas e externas). A partir da definição do modelo para a criação dos roteiros e os elementos técnicos básicos do gênero - o que alavancou a produção de filmes -, algumas tendências emergiram e chamaram a atenção dos espectadores. Uma delas, em particular, recebeu atenção pela forma dúbia em retratar a figura do índio: uma em que ele é abordado enquanto “personagem irracional, selvagem e sedento de sangue e outra, diametralmente oposta, que representa o índio como portador da dignidade do americano original” (Vugman, 2006: 164).

Apesar das críticas em torno do gênero, especialmente quanto à repetição das produções, os trabalhos do diretor norte-americano David W. Griffith receberam destaque pela experiência com novas formas de expressão e pela gramática fílmica, a qual possibilitava o aumento da sensação de tensão por conta dos recursos de edição, como o uso da montagem paralela. A inserção do *close-up*, por exemplo, foi um dos aspectos aperfeiçoados pelo diretor, juntamente com o desenvolvimento de um novo tipo de processo narrativo.

Outro nome que contribuiu para que os filmes Western tivessem mais credibilidade foi Thomas H. Ince, que recorria a temas que se tornaram característicos do gênero, como o confronto simbólico entre as forças do bem e do mal. Essa e outras temáticas eram realçadas pelo caráter realístico dos cenários e pelo uso da poeira, comuns nos *sets* de filmagem. No entanto, mais tarde, para evitar as críticas sobre repetição, a figura da mulher redentora passou a ser o foco das futuras realizações.

Mesmo com as tentativas de originalidade de outros diretores, foi somente com John Ford, durante a década de 1920, que o Western alcançou uma renovação. *Straight shooting* (1917) foi um dos filmes que projetou o gênero para outros países, impulsionando o aumento das bilheterias e evitando o fracasso. Com a atenção voltada para a fotografia e escolha dos cenários, o público começou a perceber que os últimos filmes Western traziam inovações que antes não eram tão perceptíveis: Ford primava em filmar a ação em vários ângulos e reconhecia que o uso do movimento da câmera extraia emoção da cena.

Uma década depois, a chegada do som provocou uma divisão entre as produções. Da era silenciosa para a versão sonorizada, ainda era comum alguns diretores Western optarem pela ausência de diálogo e outros sons nas filmagens. No entanto, novos trabalhos

passaram a oferecer destaque para a trilha sonora, para os sons de revólver e para o próprio ambiente. *No tempo das diligências* (1939), de Ford, é um desses exemplos, conforme refere Vugman (2006):

No tempo das diligências (John Ford, 1939) nos auxiliará a compreender a contribuição desses filmes em termos estilísticos, narrativos e temáticos, pois ele é um filme que apresenta, de forma concisa e complexa, as oposições que sustentam os *Westerns*, bem como os conflitos de valores vividos pela sociedade americana conforme apresentados pelo gênero (Vugman, 2006: 170).

Com o passar dos anos, o gênero incorporou outras temáticas, como a apresentação de uma heroína mais sexy e segura de si (*cowgirl*) e a ambiguidade dos valores moralistas. Porém, a partir dos anos 1960, as produções já não conseguiam acompanhar as mudanças, especialmente as tecnológicas, e a quantidade de filmes lançados passou a ser inexpressiva. Por fim, durante a década de 1990, quase todos os outros gêneros cinematográficos existentes incorporaram as características e as convenções do *Western*, mas sem oferecer a mesma conotação em relação ao Velho Oeste e seus valores.

3.3.2 *Film Noir*

Apesar de alguns autores (Neale, 2000; Vernet, 1993; Cowie, 1993) afirmarem que o *Film Noir*, enquanto gênero cinematográfico, não existiu, acredito ser imprescindível dedicar um espaço neste documento para tratar das características que tornaram plausíveis a existência do gênero. A princípio, essas características estão relacionadas a um conjunto de especificidades estilísticas, narrativas e temáticas.

Aqueles que acreditam na existência do *Film Noir* concordam que o fenômeno cinematográfico traz como elemento central a temática do crime, que denota a crise econômica e a necessidade de reorganização social pós-guerra vivida pelos Estados Unidos. Além de representar uma sociedade permeada por conflitos psíquicos e sociais, os personagens eram construídos com um caráter pessimista e fatalista, como parte de um contexto cruel, paranóico e claustrofóbico. Do ponto de vista narrativo e estilístico, a literatura policial e os elementos sombrios e enigmáticos do Expressionismo alemão influenciaram na concepção do *Film Noir*, com destaque para a:

complexidade das tramas e o uso do *flashback* (concorrendo para desorientar o espectador), além da narração em *over* do protagonista masculino. Estilisticamente, sobressaem a iluminação *low-key* (com profusão de sombras), o emprego de lentes grande-angulares (deformadoras da perspectiva) e o corte do *big close-up* para o plano geral em *plongée* (este, o enquadramento *noir* por excelência). E ainda a série de motivos iconográficos, como espelhos, janelas (o quadro dentro do quadro), escadas, relógios etc. - além, é claro, da ambientação na cidade à noite (noite americana, em geral), em ruas escuras e desertas. (Mascarello, 2006: 181-182).

Outro aspecto constitutivo bastante relevante é a questão do gênero e da sexualidade, com a intensa rivalidade entre o feminino e o masculino. Segundo Neale (2000), o *Film Noir* é caracterizado por "um tratamento distintivo do desejo sexual e dos relacionamentos sexuais, um conjunto distintivo de personagens-tipo masculinos e femininos e um repertório distintivo de traços, ideais, aspectos e formas de comportamento masculinos e femininos" (Neale, 2000: 160).

A figura da *femme fatale* é outro elemento crucial que aparece nas produções *noir* como uma metáfora da independência alcançada pela mulher no período pós-guerra. Ao representá-la como personagem sedutora e malévola, ela também estaria passível de punição, cuja pena seria aplicada por uma figura masculina para reforçar o jogo de posições. Ao mesmo tempo, a sedução feminina é vista como um fator que coloca em risco o herói, deixando-o vulnerável a uma pretensa domesticação.

Assim, o herói pode também ser entendido como anti-herói por apresentar características ambíguas, permeadas pelo "derrotismo, isolamento e egocentrismo. Nesse sentido, a frequente exacerbação da masculinidade dos personagens *noirs* pode ser considerada uma marca daquilo que justamente se faz ausente" (Mascarello, 2006: 183).

No entanto, uma das críticas que reside sobre os filmes considerados *noirs* corresponde ao fato de nenhum deles agregarem todas as características do fenômeno, especialmente naqueles que são considerados os grandes exemplos da vertente cinematográfica, como *Correntes ocultas* (1946), de Vincente Minnelli; *Sonha, meu amor* (1948), de Douglas Sirk; e *Fogueira de paixão* (1947), de Curtis Bernhardt. Outro aspecto de crítica é a multiplicidade de gêneros que o fenômeno *noir* acolhe: nesse período do cinema é possível encontrar filmes policiais, *thrillers*, espionagem, melodramas e até *Westerns*.

Apesar do embate de opiniões, o *Film Noir*, ainda que haja controvérsias, é uma categoria de onde emerge múltipla produtividade, seja teórica, industrial ou crítica, e que

levou para as telas do cinema os desejos por uma sociedade reorganizada pelos efeitos do período pós-guerra.

3.4 Cinema Moderno

3.4.1 Neo-realismo Italiano

Após o fim da Segunda Guerra Mundial, a Itália buscava por sua reconstrução e apostava na tentativa de se erguer estruturalmente e moralmente. As artes, especialmente a literatura e a pintura, passaram a apresentar um discurso crítico, que também era observado no cinema, mas neste somente foi percebido algum tipo de contribuição para a consciência democrática da sociedade italiana ao final da década de 1940 (Fabris, 2006).

Mesmo com a tentativa de controle pela Igreja Católica¹⁴, a indústria cinematográfica italiana conseguiu produzir filmes que, em primeira instância, não foram censurados pelo clero, mesmo sendo considerados neo-realistas. Entre eles estão: *Roma, cidade aberta*¹⁵ (1945), de Roberto Rossellini; *Um dia na vida* (1946), de Alessandra Blasetti; *O bandido* (1946), de Alberto Lattuada; *Viver em paz* (1947), de Luigi Zampa; *Paisá* (1946), de Rossellini; *Meu filho professor* (1946), de Renato Castellani; e *O sol ainda se levantará* (1946), de Aldo Vergano.

Ao contrário destas, outras produções identificadas como neo-realistas foram impedidas de ser exibidas: *Vítimas da tormenta* (1946), *Umberto D* (1952), *Anni difficili* (1948), *Ladrões de bicicleta* (1948) e *Os anos fáceis* (1953). Esse período foi chamado de “os anos do centrismo”, quando o mercado cinematográfico italiano se viu invadido por produções hollywoodianas, ao mesmo tempo em que vivia limitado pela liberdade de expressão.

Mesmo que não se fale em um movimento ou escola, o Neo-realismo agrega, por suas orientações técnicas e estilísticas, vários cineastas que tiveram produções com características em comum. Essas orientações podem ser enumeradas a partir das

¹⁴ A Igreja Católica detinha uma “vasta rede de ação cultural desde a década de 1930, utilizando-a (...) como instrumento de pressão política sobre os meios de comunicação, principalmente sobre o setor cinematográfico” (Fabris, 2006: 192).

¹⁵ Para a grande maioria dos críticos, o filme de Rossellini marca o início do Neo-realismo Italiano, apesar do próprio autor não concordar.

contribuições de Raymond Borde (1960), André Bouissy (1960) e Guy Hennebelle (1978), as quais correspondem:

1. A utilização frequente dos planos de conjunto e dos planos médios e um enquadramento semelhante ao utilizado nos filmes de atualidades: a câmera não sugere, não diseca, só registra.
2. A recusa dos efeitos visuais (superimpressão, imagens inclinadas, reflexos, deformações, elipses), caros ao cinema mudo: o neorealismo - se quisermos forçar um pouco as coisas - retoma o cinema lá onde os irmãos Lumière o tinham deixado.
3. Uma imagem acinzentada, segundo a tradição do documentário.
4. Uma montagem sem efeitos particulares, como convém a um cinema não tão acentuadamente polêmico ou revolucionário.
5. A filmagem em cenários reais.
6. Uma certa flexibilidade na decupagem, que implica um recurso freqüente à improvisação, como decorrência da utilização de cenários reais.
7. A utilização de atores eventualmente não-profissionais, sem esquecer, no entanto, que o neo-realismo se valeu de intérpretes famosos como Lúcia Bosè, Aldo Fabrizi, Vittorio Gassman, Massimo Girotti, Gina Lollobrigida, Sophia Loren, Folco Lulli, Anna Magnani, Silvana Mangano, Giulietta Masina, Amedeo Nazzari, Alberto Sordi, Paolo Stoppa, Raf Vallone e Elena Varzi, só para citarmos os italianos.
8. A simplicidade dos diálogos e a valorização dos dialetos, que levou diretores como Visconti e Emmer a usá-los, na ilusão de transmitir ao público uma imagem verdadeira da Itália, sem intermediários, sem tradução.
9. A filmagem de cenas sem gravação, com sincronização realizada posteriormente, o que tornava possível uma maior liberdade de atuação.
10. A utilização de orçamentos módicos: o cinema social de alto custo não existe, caso contrário, deixa de ser social (Hennebelle, 1978: 67; Borde e Bouissy, 1960: 136-138; Fabris 1996: 129-130).

Muitos diretores ligados ao Neo-realismo começaram como documentaristas. Por conceberem a realidade italiana como um documentário, a paisagem era tão importante quanto os protagonistas. Por isso, no início da década de 1930, as gravações ganharam as ruas da Itália, como forma de se obter o realismo desejado pelos diretores. Quando as gravações eram realizadas em estúdio, foi necessário encontrar novas soluções técnicas e estéticas de fotografia e cenografia para que houvesse coerência de estilo entre as cenas ou sequências.

Para Chiarini (1974), *Roma, cidade aberta* (1945) e *A terra treme* (1948) marcam o início e o fim do Neo-realismo, respectivamente. As inúmeras limitações fizeram com que o principal objetivo do Neo-realismo não fosse alcançado: a mudança na relação entre o cinema e os espectadores, por meio de uma linguagem que incutisse outra consciência social e cultural. Assim, como era desejosa uma democratização no país, o mesmo desejo era almejado para a produção cinematográfica.

3.4.2 *Nouvelle Vague*

Estética do fragmento, polifonia narrativa, incorporação do acaso na filmagem e uso de formas até então atribuídas ao documentário, às artes visuais e à literatura. Essas são as principais características do gênero *Nouvelle Vague*, que levou a autocrítica do imaginário urbano e da sociedade de consumo para as telas do cinema. Além disso, considerou o museu enquanto “*locus* privilegiado para o processo criativo de um filme. Uma ideia transformadora, porque, até então, o cinema era pensado em repartições (estúdios) e com base em uma noção de linguagem sem tradição” (Manevy, 2006: 223).

A partir da incorporação de estilos e atributos da *pop art* e do teatro épico, a *Nouvelle Vague* mesclou a crítica da cultura material e imaterial com a cultura da modernidade e dos museus, o que levou o gênero a ser confundido com um movimento de televisão (Manevy, 2006). Pautada em um erotismo vivo e em um romantismo que oscilava entre o trágico e o cômico, a vertente apresentou dezenas de novos diretores ao mundo cinematográfico, como François Truffaut, Eric Rohmer, Claude Chabrol e Jean-Luc Godard, que eram também amantes do cinema americano clássico.

Considerado o primeiro movimento cinematográfico que apresentou a proposta de um resgate da memória do cinema, cujo maior incentivador foi Henri Langlois, deixou-se evidente que a *Nouvelle Vague*, desde o início, tinha a intenção da ruptura de ideias e da necessidade de novidades para o cinema francês. Assim, contrariou as principais reflexões feitas por André Bazin, um dos maiores críticos de cinema do período, e priorizou a erotização da imagem, abusando do uso das *femme fatales* e das cenas descontínuas, como a produção hollywoodiana.

Para a geração desses novos diretores, o movimento tinha que privilegiar a *mise-en-scène*, como “grande expressão, o espaço da autenticidade, o espaço dos autores” (Manevy, 2006: 236). Influenciados pelo Neo-realismo italiano, especialmente por diretores como Roberto Rossellini¹⁶, os primeiros filmes do gênero seguiram o método do diretor italiano, como a escolha de locações reais e a iluminação cara. Esses aspectos estão presentes, por exemplo, em *Os incompreendidos* (1959), de Truffaut, e *Acosado*, de Godard.

Outras características bastante evidentes, especialmente em *Acosado*, é a edição fragmentada, com cortes (*jump-cuts*) que sugerem um caráter de reportagem improvisada;

¹⁶ O diretor seguia um “método estóico, centrado na busca do diretor, sem roteirista ou conceito prévio, [com a crença na] filmagem como investigação, que parte de uma página em branco e só termina na montagem, que traz suas próprias revelações” (Manevy, 2006: 236).

fotografia que aproveita a luz natural da cidade; e a encenação livre. Manevy (2006) completa:

A concepção estética da *Nouvelle Vague* permitia, como vimos, a intromissão, sem maiores desculpas, de cartelas, arquivos de filmes, programas de televisão, quadrinhos, pinturas, materiais documentais e outros registros destoantes da narrativa, do enredo ou da tonalidade da cena em curso. Não devemos esquecer que a busca da rua, no caso da *Nouvelle Vague*, tinha a formação sólida dos museus. É nessa dialética entre museu e rua que nasce a *Nouvelle Vague* (Manevy, 2006: 245).

Quanto à narrativa, as produções do gênero fazem uso frequente da *voz over*, como em *Alphaville* (1965), de Godard; do *flashback*, como em *Jules e Jim* (1962), de Truffaut; da figura do narrador; das linguagens coloquiais, cujo efeito sugere um retorno à inocência do cinema; das experiências com a metalinguagem, onde o cinema utiliza o próprio fazer cinematográfico, como em *A noite americana* (1973), também de Truffaut; e das produções de baixo custo. Segundo Deleuze (1990):

A *Nouvelle Vague* levou bem longe, na França, esse cinema das atitudes e posturas (do qual Jean-Pierre Léaud seria o ator exemplar). Os cenários costumam ser feitos em função das atitudes do corpo que eles comandam e dos graus de liberdade que lhes deixam [...]. Os corpos que se abraçam e se batem, se enlaçam e se espancam (Deleuze, 1990: 232).

Por não ter sido um movimento de posições políticas definidas, a *Nouvelle Vague* possibilitou que seus cineastas se aliassem aos ideais políticos que melhor se adequassem, o que equilibrou aquilo que seria, a princípio, uma “agenda estética, alienada da dimensão política mais imediata” (Manevy, 2006: 249). Por conta disso, não demorou que divergências entre os principais ícones do gênero começassem a acontecer. A ruptura entre Truffaut e Godard, por exemplo, enfraqueceu os projetos seguintes, levando ao fim do movimento.

Ainda assim, o fim da *Nouvelle Vague* não significou o fim do cinema moderno europeu. Posteriormente, a revolução estética proporcionada pelos cineastas turcos inspirou outros movimentos cinematográficos no próprio continente e em outros lugares do globo, como o *Nuevo Cine* latino-americano, na América Latina; o Cinema Novo brasileiro e o Cinema Marginal brasileiro, no Brasil; o Cinema Novo português, em Portugal; o japonês; o alemão e muitos outros cenários de renovação.

3.5 Documentário Moderno

A palavra documentário para o cinema começou a ser utilizada em meados do início da década de 1930, por conta da escola documental inglesa. O caráter do uso correspondia à necessidade de guardar informações sobre uma época ou período. Assim, segundo Teixeira (2006: 253), “possui uma forte conotação representacional, ou seja, o sentido de um documento histórico que se quer veraz, comprobatório daquilo que "de fato" ocorreu num tempo e espaço dados”.

Atualmente, ao tratar daquilo que se concebe por documentário, o conceito inicial ainda interfere nas recentes denominações que o gênero ganhou ao longo dos anos. Mas, aqui, abordaremos o documentário moderno, aquele que está entre o documentário clássico e o contemporâneo, e assim como esses dois períodos da imagem documental, propõe a saída dos estúdios e a realidade como referência.

Os primeiros documentaristas que se destacaram foram Robert Flaherty, Dziga Vertov, John Grierson, Alberto Cavalcanti, Walter Ruttmann, Joris Ivens, entre outros. Quanto ao filme que inaugurou o período, *Nanook, o esquimó* (1922), de Flaherty está no topo da lista, especialmente por ter sido considerado "verdadeira revelação" e "lição oportuna" para um cinema que se apresentava carregado de artifícios. Esse mesmo cinema também foi criticado por misturar o que seria concebido por cinema de ficção e por cinema de realidade, apesar de ambos apresentarem “um ideal de verdade estabelecido” (Teixeira, 2006: 255).

Tanto para um como para o outro, a verdade não resultava da criação cinematográfica, não era um efeito-verdade que os processos imagético-narrativos do cinema compunham e punham em circulação no mundo, mas algo que lhes era exterior, dado de antemão e que se expunha como objeto de descoberta e revelação pelo cinema. A verdade como revelação de algo imerso na espessura, opaca ou transparente, do mundo, e a que se tinha acesso, fosse por meio de uma parafernália de artifícios do cinema ficcional, fosse pela visão límpida e direta do cinema documental. (Teixeira, 2006: 255).

Outro aspecto que demonstra o quanto o documentário estava, de certa forma, atrelado à narrativa ficcional corresponde à relação entre o que é subjetivo e objetivo. O objetivo é alcançado através da câmera, que filma aquilo que se vê; já o subjetivo justifica-se pelo que o personagem percebe, mesmo que essa percepção seja, em alguns momentos, direta. No entanto, o que resulta dessa relação é o antagonismo que se torna evidente no

documentário, mas que termina por reconhecer seu propósito, sua identidade. Assim, é também “a narrativa indireta da câmera que articula e comanda a narrativa direta do personagem” (Teixeira, 2006: 255).

Essa dupla função da câmera configurou a ruptura entre o cinema clássico e o cinema moderno, instaurando uma terceira visão chamada de “subjéitiva indireta livre”¹⁷. Depois do embate entre o que era realidade e ficção, objetivo e subjetivo, passou a ser mais nítida a dissociação entre “estúdio e locação, artifício e naturalidade, economia de meios e parafernália técnica, *star system* e elenco não-profissional, etc” (Teixeira, 2006: 256). Dessa dissociação, outras mudanças foram realçadas, sendo a primeira delas a questão da linguagem.

Por ser uma habilidade nata dos seres humanos, é através da linguagem que o homem consegue perceber os sons e atribuir sentido ao que ouve; consegue depreender as imagens que vê, os gestos que lhe são apresentados. Ou seja, é pela linguagem que se transmite ideias e sentimentos, que se propagam experiências e descobertas, fazendo com que os conhecimentos se perpetuem. Não é diferente com as artes e, sobretudo, com o cinema, que se estrutura enquanto linguagem.

É pela via da linguagem que o cinema, seja de ficção ou realidade, constroi suas narrativas, ainda que seja de formas diferentes. Em todas essas formas é a palavra que compõe a imagem, juntamente com elementos que contribuem para a articulação da cena cinematográfica, como luzes, sons, movimentos, cores, entre outros. Mas foi ao final dos 1950, que o documentário considerado moderno confluiu para um conjunto de transformações, entre elas: “a) uma proliferação das denominações; b) nova base técnica; c) diferentes métodos de filmagem; d) novo circuito das imagens objetivas e subjetivas; e) o “caso” do filme *Crônica de um verão* (Jean Rouch e Edgar Morin, 1961)” (Teixeira, 2006: 268).

Quanto à proliferação de denominações, apesar de ainda se manter intitulado como documentário, em muitos países o gênero recebeu nomes como “*free cinema*”, na Inglaterra; “*candid eye*”, “cinema espontâneo” e “cinema do vivido”, no Canadá; “*livingcâmera*” e “cinema do comportamento”, nos Estados Unidos; e “cinema-verdade”¹⁸, na França. O que se percebe com essa quantidade de denominações é que não foi possível

¹⁷ Pasolini, 1982.

¹⁸ Proposto por Edgar Morin (1970).

deixar de lado o embate das políticas de representação, as quais disputavam o campo documental da época.

Sobre as novas bases técnicas, alguns teóricos, como Gomes (1984), apontam que para algum tipo de concepção cinematográfica há a dependência direta de alguma técnica para realizá-la. Para Gomes (1984), a criação de novas técnicas torna-se um catalisador de mudanças para os parâmetros do cinema, que, no entanto, não mudam sem levar em consideração as questões estéticas.

Dentre as principais mudanças estão a leveza e o silêncio das câmeras, a sensibilidade das películas, o uso da película 16mm, a portabilidade e sincronicidade dos gravadores magnéticos. Tais aparatos criaram em torno das novas bases técnicas uma fascinação exacerbada, especialmente pelo fato de poderem transmitir ao vivo uma dada realidade.

A terceira transformação correspondeu aos diferentes métodos de filmagem, que incidiram, especialmente, sobre o som e a montagem, já que o destaque estava voltado para aquilo que era observado e a interação disto com os agentes da situação fílmica. Sobre o som:

As facilidades de captação direta produziram um tipo de perversão naturalista, que fez com que o cinema direto recusasse todo tipo de intervenção sonora estranha, que não se fizesse presente na situação filmada. Propondo o máximo de retirada ou diluição dos sentidos de direção, composição, comando - algo que mantém uma certa homologia com os dispositivos pan-ópticos contemporâneos, com as câmeras de observação e reduplicação das realidades urbanas -, não foi apenas a música que daí foi quase banida, mas também o uso da locução, do comentário, da entrevista e do depoimento (Teixeira, 2006: 272-273).

Já a montagem não ficou restrita ao plano-sequência. Privilegiou-se a ação que se filma, com todos os artefatos inerentes à cena, mas também a ação de um cinema direto, abolindo as fases de pré-produção e pós-produção, com a única intenção de produzir e reproduzir diretamente a realidade. Esses aspectos, que englobam imagens subjetivas e objetivas, resultaram em um tipo de estética que ficou conhecida como “estética do real”, a qual é construída "segundo a ótica fundamental fornecida pela realidade" (Marsolais, 1974).

No documentário moderno, as palavras realidade e real são quase sinônimas, pois a realidade observada oferece o suporte para a criação do real cinematográfico, a qual é captada através de um aparato técnico apropriado, proporcionando a fidelidade inerente à

fotografia. Logo, segundo Parente (2000), “o real e a realidade evocados por Marsolais e Marcorelles são os da representação cotidiana, à maneira dos documentários e das reportagens que mostram os personagens reais, situações, meios e problemas com os quais eles se defrontam” (p. 114).

Os altos investimentos técnicos dessa época resultaram, sobretudo, em um conjunto de documentários ou “cine-reportagens”, como alguns intitulavam, que marcaram o período. Entre eles, destacam-se *Fora ianques* (1960), *Primárias* (1960), *Kenya* (1961), *On the pole* (1961), *The chair* (1962), *Jane* (1962), *Faces de novembro* (1964), *Crise: Por trás de um compromisso presidencial* (1964), *Sinal de tempestade* (1966).

3.6 Cinema Novo Brasileiro

A partir das contribuições estéticas e técnicas do Neo-realismo Italiano, da *Nouvelle Vague* francesa e do cinema independente que culminou no Brasil durante a década de 1950, o Cinema Novo brasileiro priorizou outro tipo de conteúdo e formato, que não estivesse relacionado com os mecanismos americanos, especialmente pelos temas que resolveram levar para as telas. O principal motivo para essa “nova” forma de fazer cinema devia-se à falta de recurso, equipamento e de circuito para exibição das produções, o que, de certa maneira, fazia jus ao lema do movimento: *uma câmera na mão e uma ideia na cabeça*.

Ainda assim, mesmo com uma baixa qualidade técnica, o resultado apareceu através de uma expressiva quantidade de filmes, que se sobressaíram pela agressividade e pela abordagem violenta e hostil. À frente destas produções estavam os principais articuladores do movimento, como Glauber Rocha, Joaquim Pedro de Andrade, Paulo César Saraceni, Leon Hirszman, Carlos Diegues e David Neves, que tiveram trajetórias parecidas: ou por serem membros de cineclubes ou por serem cinéfilos desejosos em experimentar o gosto da realização cinematográfica. A afinidade profissional entre esses cineastas contribuiu ainda para que “um processo de realização conjunta, de certa forma, [criasse] uma proposta de cinematografia coletiva” (Carvalho, 2006: 291).

O retorno ao passado e a busca pela história do Brasil constituíram uma das principais características do Cinema Novo. O descontentamento com o presente impulsionava uma discussão sobre o então cenário social, político e cultural entre os

cineastas, onde as respostas poderiam ser encontradas a partir de uma concepção histórica. Assim, as produções dessa época - *Ganga Zumba, rei de Palmares* (1963) e *Os herdeiros* (1970), de Carlos Diegues; *O desafio* (Paulo César Saraceni, 1965); *Deus e o diabo na terra do sol* (1964), *Terra em transe* (1967) e *O dragão da maldade contra o santo guerreiro* (1969), de Glauber Rocha - foram marcadas por temas ligados à escravidão, ao misticismo religioso, à violência da região Nordeste e, mais tarde, aos acontecimentos políticos e à transformação dos grandes centros urbanos a partir da modernização do país. (Carvalho, 2006: 292).

Para além da ficção, o Cinema Novo ainda se encarregou da produção de documentários que também traziam a perspectiva histórica de vários cenários da realidade brasileiros. *Garrincha, alegria do povo* (Joaquim Pedro de Andrade, 1962); *Maioria absoluta* (Leon Hirszman, 1964); *Integração racial* (Paulo César Saraceni, 1964); *Maranhão 66* (1966), *Amazonas, Amazonas* (1965) e *1968* (1968), de Glauber Rocha; *Colagem* (1966) e *Mauro, Humberto* (1964), de David Neves, são alguns exemplos de documentários que abordavam temas como o futebol, as questões étnicas, o contexto político e os problemas sociais, como o analfabetismo. No entanto, a maior referência do Cinema Novo ficou a cargo da “estética da fome”, texto escrito por Glauber Rocha e considerado o documento norteador do movimento.

Em sua "tese", as imagens da realidade brasileira de pobreza, injustiça social e alienação - ou seja, da "fome latina" - estariam sendo representadas e discutidas pelo Cinema Novo, não apenas como "sintoma" da situação de miséria generalizada (econômica, política, cultural e artística), mas tratadas como "o nervo de sua própria sociedade" (Carvalho, 2006: 296).

Com filmes “feios e tristes, estes filmes gritados e desesperados onde nem sempre a razão falou mais alto” (Rocha, 1981: 31), o Cinema Novo inaugurou um fazer cinematográfico transformador e revelador da condição social brasileira, desprovido de ideais desenvolvimentistas propagados pelo governo. No entanto, o golpe militar de 1964 inviabilizou a continuidade dos anseios do movimento, especialmente no que concerne à discussão dos problemas que o país enfrentava, realizado por meio “da câmera na mão, do som direto, da ida dos cineastas aos locais onde o real seria enquadrado, ou seja, de desenvolver um modo brasileiro de fazer ‘cinema-verdade’” (Carvalho, 2006: 298).

As críticas e a censura, especialmente com a instauração do Artigo Institucional-5, atingiu então as produções em andamento (*O dragão da maldade contra o santo guerreiro*,

Macunaíma, *Memória de Helena* e *Os herdeiros*) e bloqueou os projetos futuros do movimento. Porém, apesar das inúmeras restrições, o período de censura suscitou reflexões quanto à temática social e política proposta pelo Cinema Novo.

Por conta das mudanças que os últimos filmes do movimento tiveram que passar, seja no título, seja na estruturação do argumento, Glauber Rocha expôs seu ponto de vista em um novo texto, intitulado “Estética do Sonho”, onde explicitava seu ponto de vista em torno das transformações “políticas e mentais ocorridas na década de 1960, que [também] impuseram alterações nos conceitos de ‘arte revolucionária’ e na visão do seu tema correlato, a pobreza” (Carvalho, 2006: 303). Para o cineasta, o sonho correspondia ao “único direito que não se pode proibir” (Rocha, 1981: 221) e abria espaço para que o movimento pudesse buscar outros caminhos, sem que houvesse a obrigação de alcançar um objetivo específico. O que importava para as próximas produções do Cinema Novo era a liberdade do cineasta.

3.7 Cinema Novo Alemão

Após a divisão do país em 1945 e das consequências do pós-guerra, a Alemanha ainda não tinha experimentado o mercado cinematográfico, sobretudo pela postura dos seus cineastas durante o Nazismo. Mas, mesmo com uma iniciativa tardia, o Cinema Novo alemão tornou-se um movimento duradouro, favorecendo uma rede entre realizadores, público e quem investia nas produções. Neste cenário, nomes como Rainer Werner Fassbinder, Alexander Kluge, Werner Herzog e Wim Wenders se tornaram os representantes de uma geração de cineastas que almejavam uma renovação do cinema alemão.

O impulso para este novo movimento que surgia na Alemanha se concretizou em fevereiro de 1962, durante a oitava edição do Festival Nacional de Curtas-Metragens de Oberhausen, com a publicação do manifesto que marcou a reação de um grupo composto por 26 cineastas alemães.

O colapso do cinema convencional alemão há muito tempo impede uma atitude intelectual e o rejeitamos em suas bases econômicas. O novo cinema tem, assim, a chance de vir à vida. Em anos recentes, curtas-metragens alemães, realizados por jovens autores, diretores e produtores, receberam inúmeros prêmios em festivais e atraíram a atenção de críticos de outros países. Esses filmes e o sucesso por eles alcançado demonstram que o futuro do cinema alemão está com

aqueles que falam uma nova linguagem cinematográfica. Como em outros países, o curta-metragem na Alemanha tornou-se um espaço de aprendizado e uma área de experimentação para o filme de longa-metragem. Declaramos que nossa ambição é criar o novo filme de longa-metragem alemão. Esse novo filme exige liberdade. Liberdade das convenções da realização cinematográfica. Liberdade das influências comerciais. Liberdade da dominação do interesse de grupos. Nós temos idéias intelectuais, estruturais e econômicas realistas sobre a produção do Cinema Novo alemão. Nós estamos prontos a correr os riscos econômicos. O velho cinema está morto. Nós acreditamos no novo cinema (Oberhausen, 28 de fevereiro de 1962).

A intenção era demarcar novas possibilidades estéticas e ideológicas, totalmente diferente daquilo que se vinha produzindo no pós-guerra. Então, logo após o manifesto, foi criado o Comitê do Jovem Cinema Alemão (*Kuratorium junger deutscher Film*), que investiu nos primeiros filmes¹⁹ de longas-metragens do grupo, especialmente por ter como aliados alguns profissionais ligados à crítica e aos estudos de cinema.

As primeiras produções tinham algo em comum: destacar as causas e as consequências do ideário nacional-socialismo. Ainda assim, o tratamento dado a esta temática, assim como os aspectos formais escolhidos nas produções, não eram os mesmos: algumas apresentavam uma linguagem mais clássica e sóbria, outras privilegiavam “uma estrutura mais aberta, com espaço para comentários em voz-over, intertítulos, cenas documentais e justaposição de fotos e textos” (Cánepa, 2006: 316).

Muitas outras produções também se relacionaram com o cinema norte-americano, como o gênero *Western* e os filmes de gângsteres, especialmente pelo público se identificar com a cultura em questão. A conotação de agressividade, com situações de assassinato, suicídio e revolta, também foi identificada em alguns projetos, como pontua Thomas Elsaesser (1989):

essa temática agressiva, muitas vezes acompanhada de comentários irônicos em voz-over e de inserções de cenas documentais, era recebida pelos espectadores como arrogante e manipuladora, sensação reforçada por um certo hermetismo e pela precariedade de produção dos filmes. Com isso, tornava-se muito difícil para o jovem cinema alemão encontrar seu público (Elsaesser, 1989: 73).

A dificuldade em encontrar uma forma de alcançar o público na Alemanha fazia com que as produções dos cineastas pertencentes ao Comitê não tivessem um retorno mercadológico e financeiro. Enquanto isso, o cinema comercial alemão ganhava destaque

¹⁹ Os primeiros filmes foram *Saudades de ontem* (1966), de Alexander Kluge, e *O jovem Törless* (1966), de Volker Schlöndorff.

por apostar no voyeurismo sexual, com a produção de filmes pornográficos, também chamados de *sexploitation*, como *Quarteto na cama* (1968), de Peter Schamoni e Rob Houwer.

Já nos anos seguintes, especificamente no início da década de 1970, o mercado cinematográfico ofereceu maior atenção às produções dos jovens cineastas. O realizador Rainer Werner Fassbinder, com *O mercador das quatro estações* (1972), começou a ganhar prestígio por ter mudado a sua abordagem: das figuras marginais, Fassbinder passou a priorizar “situações melodramáticas e a usar efeitos típicos dos filmes desse gênero, como a luz irrealista e a estetização do *décor*” (Kaes, 1997: 620). Conjuntamente, o cineasta propunha o exagero da trilha sonora e do gestual, o que resultava em uma crítica mais contundente por parte do público.

Mas foi a parceria com os canais de televisão que alavancou a produção do Cinema Novo alemão. Em 1974, por exemplo, foi lançado *O enigma de Kaspar Hauser*, de Herzog, um dos filmes que ganhou destaque internacional, inclusive nos Estados Unidos por conta da distribuição coordenada por Francis Ford Coppola. Nesse mesmo período, começaram a aparecer filmes com temática feminista, como o drama social *Trabalho ocasional de uma escrava* (1973), de Kluge, que tratava de uma mulher que fazia abortos e lutava por causas sociais.

Os documentários também foram beneficiados com a parceria televisiva. Nessa época, ganham destaque as seguintes produções: *O grande êxtase do entalhador Steiner* (1974) e *How much wood would a woodchuck chuck* (1976), de Herzog, e *Winifred Wagner e a história da casa Wahnfried* (1975), de Syberberg.

Em 1977, no entanto, o Cinema Novo alemão experimentou seu auge e seu declínio, com a quantidade de atentados terroristas que assolaram o país, impondo um estado de alerta a todo o território. Em consequência desse cenário de violência, *Alemanha no outono* (1978) marcou o fim do movimento, mas também o início de uma fase em que novos diretores ganham espaço no mercado.

3.8 Vertentes Contemporâneas

3.8.1 Cinema Hollywoodiano Contemporâneo

o excepcional tornou-se a regra [...] na medida em que o sucesso ocasional deu lugar ao blockbuster calculado (Schatz, 1993: 9)

Após a década de 1970, a produção hollywoodiana experimentou novas tendências estéticas e socioculturais, que foram consequências da sua reestruturação econômica e do novo cenário midiático internacional. Essa nova roupagem do cinema norte-americano ganhou conceitos e denominações - Nova Hollywood, cinema hollywoodiano pós-clássico e filme *high concept* - que não encontraram uma unanimidade acadêmica.

O primeiro deles, o conceito de uma Nova Hollywood, fazia referência ao *American Art Film*, que se caracterizou pelo afastamento da produção clássica de filmes e aproximação com o modernismo europeu. Mais tarde, esse conceito passou a identificar a produção *mainstream*, que incluiu os *blockbusters* de Steven Spielberg, por exemplo. Apesar de tentar apresentar as diferenças estéticas entre o cinema contemporâneo e o que era feito por Hollywood antes de 1970, foi o conceito de cinema hollywoodiano pós-clássico que conseguiu explicá-las, mesmo colocando à prova sua “pertinência historiográfica e teórica” (Mascarello, 2006: 336).

Já o conceito de filme *high concept* caracterizou os filmes produzidos após 1975, que já trouxeram o peso do fator econômico sobre o estético. Assim, eram visíveis “as modificações de estilo, narrativa e tratamento temático para atender às demandas das novas estratégias de *marketing* e venda ao longo da cadeia midiática, agora integrada horizontalmente” (Mascarello, 2006: 336). A narrativa, como elemento indispensável para que o cinema aconteça, é estruturada no *high concept* de forma simples, porém fragmentada. Mascarello (2006) recorre à Justin Wyatt (1994) para completar que ela é formada por módulos, os quais são:

caracterizados por um trabalho de *espetacularização* ou estilização que “excede” os requisitos da narrativa, promovendo a sua autonomia no interior da estrutura da obra. Além desse caráter superficial, modular e *espetacularizado* - prejudicial à costura narrativa -, o filme *high concept* tem a sua própria unidade diegética “sabotada” pela reconfiguração da história e dos personagens nos materiais promocionais e nos negócios conexos (Mascarello, 2006: 338).

Apesar das críticas em torno da supremacia do fator econômico sobre o estético, foi a partir das transformações estéticas e dos novos formatos de exibição e consumo que a relação com o público também foi alterada. Segundo Wyatt (1994), a estilização e o enfraquecimento narrativo do texto cinematográfico resultam em uma "fruição distanciada", em que a audiência não precisa se esforçar tanto para entender, colocando-a em uma posição infantilizada (p. 60).

Mas essa mudança de cenário já começava a ser perceptível em meados dos anos 1960, com o surgimento do *New American Cinema*, que trazia produções inspiradas na *Nouvelle Vague* francesa e em projetos experimentais. Em seguida, os filmes passaram a mesclar características clássicas e modernas, e a abordar temáticas da sociedade americana de forma mais crítica. Essas abordagens, no entanto, traziam personagens marginais, com comportamentos mal-definidos e contraculturais, diferentemente dos filmes clássicos, que destacavam o heroísmo como característica dos protagonistas (Smith, 1998).

Mesmo com essas mudanças estruturais, foi com a consolidação da TV e com a transferência do processo de produção centralizada (*unitproduction*) para a produção independente (*package production*) – o que facilitou a produção de *blockbusters* - que marcou, sobremaneira, o fim do período clássico de Hollywood (Schatz, 1993). Então, como adequação ao novo cenário, apostou-se nos *blockbusters* por combinar o *widescreen* com a cor e por concentrar recurso financeiro em uma quantidade menor de filmes, favorecendo o fluxo administrativo-industrial (Maltby, 1998).

Apesar dos primeiros anos terem significado algum fracasso mercadológico por conta da segmentação do público e das bilheterias inexpressivas, os *blockbusters* reencontraram sua estabilidade financeira, com *O destino do Poseidon* (1972), de Ronald Neame, *Terremoto* (1974), de Mark Robson, *Tubarão* (1975), *Guerra nas estrelas* (1977) e *Os embalos de sábado à noite* (1977), de John Badham, e inauguraram a era dos filmes *high concept*.

Essas produções, segundo Wyatt (1994), traziam três aspectos estéticos fundamentais, que colaboravam para o empobrecimento da narrativa: a superficialidade, a modularidade e a espetacularização. Simultâneo a estes aspectos, a aparência visual, a performance das estrelas, a música, os poucos atributos dos personagens e o gênero cinematográfico concretizavam o estilo *high concept* (Wyatt, 1994: 24).

Sobre a aparência visual, Mascarello (2006) retoma as considerações feitas por Wyatt (1994), quando este aponta que as:

técnicas como a iluminação baseada na contraluz, o esquema de cores mínimo, tendendo ao preto-e-branco, e uma cenografia *high tech* derivada do *design* industrial contemporâneo. Em boa parte assimiladas à estética publicitária (que transforma "visões cotidianas banais" num espetáculo "impactante"), essas técnicas por vezes se unem para induzir o espectador a "contemplar a estranheza da imagem", em vez de preocupar-se com o desenvolvimento da história. Além de oferecer imagens espetaculares e superficialmente atraentes, a aparência *high concept* também objetiva a criação de uma identidade consistente para o filme-produto" (Wyatt, 1994: 28 *apud* Mascarello, 2006: 350-351).

Sobre a inserção excessiva da música nas produções *high concept*, a combinação com a imagem relembra a estética do videoclipe, por conta do desmembramento da unidade espacial e/ou temporal, por influenciar na debilitação e superficialidade da sequência narrativa (Wyatt, 1994: 43-44) e por esfacelar a unidade diegética do filme em favor das campanhas de *marketing*. Portanto, a estética *high concept* se adequa com perfeição às exigências mercadológicas da época, especialmente quanto ao exagero dos efeitos especiais e à "venda multimidiática do filme e de seus produtos conexos" (Mascarello, 2006: 352).

3.8.2 Cinema Pós-Moderno

A partir do início da década de 1980, algumas produções começaram a figurar no cenário cinematográfico como pós-modernas. No entanto, até então, não havia uma justificativa plausível para caracterizá-las como parte de um novo movimento conceitual. *Blade Runner, o caçador de andróides* (1982), de Ridley Scott, *O fundo do coração* (1982), de Francis F. Coppola, *Zelig* (1983), de Woody Allen, *Brazil, o filme* (1985), de Terry Gilliam, e *Veludo azul* (1986), de David Lynch, foram os primeiros filmes a receberem a designação de pós-modernos por não se enquadrarem como clássicos, vanguardistas, expressionistas ou modernistas.

O crítico literário norte-americano Fredric Jameson escreveu obras relacionadas ao pós-modernismo e destacou em suas análises que os filmes pós-modernos se caracterizavam, sobretudo:

pela nostalgia, característica hegemônica num período em que se tornou inaceitável a idéia de historicidade, através da qual se olhava para o passado e se via um fluxo que redundaria no presente ou se imaginava um futuro inusitado que supunha transformações drásticas no decorrer do tempo. Restaria aos pós-modernos olhar para o passado e o futuro tendo em mente as imagens do presente, isto é, da cultura pop, sem noção de processo histórico (Jamesson, 1993, *apud* Pucci Jr., 2006: 369).

O autor destaca ainda que o cinema pós-moderno estava intrínsecamente relacionado ao cinema de nostalgia, buscando a inserção de simulacros do passado, através de imagens, para explicar o enfraquecimento das tradições e da historicidade no cenário social (Jamesson, 1995). A nostalgia a qual Jamesson se refere não corresponde apenas aos filmes que mostram o passado, mas aos que se passam também no presente e no futuro com o apoio em conceitos tradicionais. Parte dos filmes produzidos na década de 1980, por exemplo, traziam elementos característicos do *noir* e da temática adolescente típica da década de 1940.

Também chamados de pastiches, alguns filmes pós-modernos, enquadrados nesta categoria, eram consideradas “obras inofensivas e anti-histórias, fruto de uma época em que se enfraqueceram as idéias de história, revolução e política, no sentido que o marxismo deu a essas palavras” (Jamesson, 1995: 43-46 *apud* Pucci Jr., 2006: 370). Porém, ao contrário de Jamesson, a escritora canadense Linda Hutcheon destacou a presença de outros elementos nas produções cinematográficas pós-modernas, entre eles a “utopia fantástica e a sinistra distopia, a comédia-pastelão, a tragédia, a aventura romântica e o documentário político” (Hutcheon, 1991, *apud* Pucci Jr., 2006: 372). Além disso, ela observava falta de precisão da época por conta do uso de adereços que não se restringiam a um período histórico.

No entanto, com o desaparecimento e a pouca produção de alguns cineastas, o cinema pós-moderno foi devolvendo lugar aos aspectos clássicos do fazer fílmico, porém com a inserção de recursos modernos, como o uso da câmera na mal. Assim, o que ficou de mais latente deste período foi a defesa contra a discriminação social, ainda que, segundo Pucci Jr. (2006: 376), tudo tenha sido muito mais uma “uma questão de *performance cinematográfica* que de objetividade na representação”.

3.8.3 Cinema e Tecnologias Digitais

*O cinema é uma invenção sem futuro.
(Louis Lumière)*

A inserção das novas tecnologias digitais inaugurou um novo período na produção cinematográfica, especialmente quanto aos processos técnicos e culturais do chamado cinema industrial e massivo. A partir da ampliação das possibilidades tecnológicas, ampliaram-se também as possibilidades de linguagem e estéticas, já que a película, que guardou por mais de um século os fotogramas, passou a ceder lugar a outros suportes muito mais complexos.

Agora, o armazenamento de imagens e sons é feito em suportes digitais, e esse novo procedimento não influencia somente no tipo recurso escolhido para guardar o material fílmico, mas também nas suas práticas, no seu viés poético e nos seus limites. É de acordo com essa conjuntura que Felinto (2006) propõe três campos para as tecnologias de imagens digitais, como hibridações, interações e recuperações (p. 414).

Para explicar o primeiro e o segundo campo, Felinto (2006) retorna ao movimento artístico, que aconteceu em meados dos anos 1960, chamado de *expanded cinema* (Weibel e Shaw, 2003), o qual correspondia às práticas que eram possíveis pelas novas mídias eletrônicas. O crítico norte-americano Gene Youngblood (1970) também complementou a definição do movimento como sendo uma expansão da consciência humana, pelo qual "a vida se torna arte" e onde "o conceito de realidade não mais existirá" (1970: 42-43). No cinema hollywoodiano, por exemplo, o uso das tecnologias digitais tem um papel fundamental que é "de reforçar a sensação de realidade das narrativas tradicionais, mesmo quando a história contada é de caráter inteiramente fantasioso" (Felinto, 2006: 415). Entre eles está *Capitão Sky e o mundo de amanhã* (2004), produzido por Kerry Conran.

O efeito de simulação do espaço e do tempo que se percebe na produção de Conran também está presente em *Star wars, a ameaça fantasma* (1999), de George Lucas, por conta da utilização de câmeras digitais de alta definição. Esse aparato tecnológico, além de representar o tipo de produção artística contemporânea, é imprescindível para a produção dos efeitos de realidade que os considerados *blockbusters* propõem. Felinto (2006) denomina essa tendência de *hibridação* de formas, gêneros e conteúdos narrativos, com a

justificativa de que esse processo se organiza de forma menos tradicional, através de experimentações hibridizantes.

Uma das várias possibilidades de hibridação cinematográfica reside na "rotoscopia"²⁰ digital, como em *Corra, Lola, corra* (1998), em que Tom Tykwe funde os gêneros do filme narrativo, da animação, do videoclipe e da fotonovela. É possível também fundir dimensões não-estéticas das imagens, como em *Timecode* (2000), de Mike Figgis. O realizador utiliza a configuração visual das câmeras de vigilância para apresentar, simultaneamente, diversas ações em uma única tela, a qual está dividida em quatro partes independentes. *Timecode* é ainda um bom exemplo quanto ao novo tipo de "participação" do público na experiência estética, oferecendo ao sentido visual e auditivo da audiência opções de atenção diante das quatro opções que se apresentam, ao mesmo tempo, na tela. Para Edmond Couchot, essa nova possibilidade digital "permite tratar com maior exatidão as informações trocadas entre o espectador e a obra, alargar o leque de modalidades perceptivas (imagens, textos, sons, gestos etc.) e obter os efeitos em tempo real" (Couchot, 2003: 229).

Porém, mesmo antes das tecnologias digitais, outras experiências similares de "participação" da audiência já eram identificadas, de acordo com o que Umberto Eco (1971) discorre sobre a ressignificação da obra de arte pelo espectador. Para o autor, existe um fruidor de primeiro e segundo graus, os quais se diferem pela forma de intervenção na materialidade da obra. Assim, a relação com o contexto digital reside na simultaneidade de exploração de várias linguagens que estão conjugadas em um mesmo suporte (Couchot, 2003).

Além de ter modificado o processo de produção cinematográfica, o aparato tecnológico também influenciou na difusão e distribuição fílmica. Hoje, as salas de cinema e o comércio formal dos filmes já não são consideradas as únicas opções disponíveis, pois com a internet inaugurou-se não somente um outro mecanismo para o processo da distribuição, mas a criação de sites especializados na difusão de filmes produzidos para o computador. Para suportar essas produções, foram desenvolvidas tecnologias que hoje já são bastante conhecidas, como *flash*, *quicktime* e *shockwave*, que viabilizam as inserções dos filmes no mundo virtual.

²⁰ Processo em que as imagens registradas em uma película são modificadas através de desenhos realizados sobre ela. A rotoscopia também pode criar novas imagens, mesmo que elas não tenham sido capturadas pela câmera (Katz, 1996: 1.181).

Tomando como exemplo os projetos *Life in a day* e *No Amor*, objetos de análise desta dissertação, os *websites* criados para promoverem os filmes funcionam também como um complemento narrativo para a diegese fílmica. Assim, além de trabalharem com a pré-produção e as etapas seguintes, inclusive com o lançamento dos filmes, os sites “envolvem o explorador desse novo espaço digital em mecanismos por meio dos quais ele se sente "partícipe" do desenvolvimento narrativo” (Felinto, 2006: 419). Tal experiência contribui, sobretudo, para quebrar as fronteiras entre o sujeito que antes era passivamente espectador para tornar-se usuário-colaborador.

Não obstante, outras experiências contemporâneas que envolvem o cinema perpassam pelos limites que podem existir entre as dicotomias arte *versus* vida ou ficção *versus* realidade. Uma delas corresponde à remediação de mídias tradicionais a partir da intergração e da recontextualização com novos conceitos comunicacionais (Bolter & Grusin, 2002), como o que acontece com o espaço das salas de cinema, o qual se desconstrói e se reinventa para proporcionar outros tipos de fruição.

4 A PERSPECTIVA COLABORATIVA DO CINEMA

No contexto das práticas culturais, é possível observar novas características estruturais e novos processos construtivos que parecem marcar, com mais nitidez, as formas expressivas do fazer cinematográfico dos últimos anos. Tais formas são delineadas, sobretudo, pela inserção das tecnologias da informação e da comunicação na produção, no consumo e na distribuição de bens audiovisuais, e pelo estreitamento da noção de espaço e tempo em que se move a sociedade contemporânea.

Tomando como ponto de partida a observação dos trabalhos produzidos nos últimos anos, infere-se que novas sensibilidades, novos conceitos estéticos e novas formas de compreender o mundo são transportadas para a tela, através da diversidade, cada vez maior, de recursos tecnológicos que contribuem para a criação artística do nosso tempo. Nesse sentido, ao levantar algumas tendências gerais, ressalva-se o processo colaborativo - também conhecido como *crowdsourcing* - mediado pelo ciberespaço na obra cinematográfica como uma das características decisivas na definição dessas mudanças mais recentes.

No entanto, este processo de colaboração sugere aspectos que estão diretamente relacionados ao processo de comunicação, como a necessidade de partilhar, de estabelecer um contato em que se pretenda um resultado comum. Para isso, este capítulo tem início com a noção de compartilhamento que a comunicação humana sugere e que irá subsidiar a compreensão da colaboratividade no fazer cinematográfico.

4.1 Comunicação e Colaboratividade

De acordo com o Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (2010: 77), a origem da palavra “comunicação” é proveniente do latim *comunis*, que significa repartir, partilhar, estabelecer comunhão. Com o mesmo desdobramento do significado latino, tem-se a palavra *comunicare*, da qual se origina os verbos comunicar e comungar. Seguindo esta raiz etimológica, encontra-se ainda *communicatio*, que é tornar comum.

Assim, a palavra comunicação remete à noção de compartilhamento, de relação, levando-se em consideração o contato com o outro e oferecendo destaque ao papel do receptor como sujeito da comunicação e das novas tecnologias de comunicação e

informação (TICs). Por isso, é perceptível que para tornar algo comum, deve-se estar em um processo de relação, ou seja, de comunicação, de acordo com a descrição de Merleau-Ponty (1945), que trata o processo comunicacional como um “sentimento de partilha, de construção, de concordância, de um entendimento comum sobre algo” (p. 407).

Nesse sentido, ao considerar o outro como um elemento relevante neste processo, as trocas e negociações tornam-se inevitáveis, assim como a percepção em torno da relação, que pode inferir outro tipo de complexidade. No entanto, a cultura digital e as recentes mudanças tecnológicas oferecem ao processo comunicacional uma dimensão ainda mais sofisticada, já que possibilita outro mecanismo na troca de ideias, na construção do conhecimento e no relacionamento social.

Assim, todas as formas de se definir o processo de comunicação, o qual é mediado por signos, perpassam por conceitos como interatividade, pela necessidade de um estímulo, de uma resposta, de diálogo, de interrelacionamento, tendo ou não as novas tecnologias como suporte. Tal argumento é sustentado por Penteadó (2007), quando destaca que:

A revolução que está transformando a nova sociedade também necessita de um tipo de comunicação que construa consensos, parcerias e incentive o compartilhamento de informação e de conhecimento para a solução de problemas comuns, tanto no âmbito individual e coletivo, como organizacional, em suas dimensões interna e externa, e contribua para a evolução da sociedade. Esses são valores da comunicação de mão dupla, simétrica (Penteadó, 2007: 15).

Este preâmbulo em torno da comunicação é necessário para tratarmos do conceito que recebe destaque neste capítulo: a colaboratividade (ou *crowdsourcing*) realizada no ciberespaço²¹. Para Jeff Howe (2006), o termo "*crowdsourcing*" representa "o ato de atribuir uma função convencionalmente desempenhada por entidades profissionais, a um grupo indeterminado e abrangente de indivíduos pertencentes a um público generalizado, na forma de um apelo aberto à colaboração, almejando a realização de uma tarefa" (Howe, 2006; Archak & Sundararajan, 2009).

Logo, sintonizados com estes pensamentos e conceitos, os quais demonstram que a comunicação implica em trocas e em atos compartilhados, pressupõe-se que a

²¹ Segundo Lévy (2007: 17), “o ciberespaço (que também chamarei de ‘rede’) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele obriga, com os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”.

colaboratividade também esteja imbuída destas características. No entanto, assim como no processo comunicacional, com a introdução de novos suportes midiáticos, a colaboratividade no ciberespaço, que se concretiza por meio das redes sociais e comunidades virtuais, “conforma novos espaços culturais, sendo capaz de alterar as interações sociais e a estrutura social em geral” (Santaella, 2005: 11). Assim como já mencionado, essas mudanças são frutos das primeiras revoluções industriais, que promoveram um crescimento evidente das mídias e da linguagem simbólica que por elas transitam.

(...) junto com as máquinas de produção de bens culturais, também surgiram máquinas de produção de bens simbólicos, máquinas mais propriamente semióticas, como a fotografia, a prensa mecânica e o cinema. Essas máquinas ou meios de comunicação da era eletromecânica foram seguidos pela irrupção de uma segunda Revolução Industrial: a eletroeletrônica. Com esta, vieram o rádio e a televisão, que instauraram o apogeu da comunicação massiva. (...) a comunicação massiva deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridização das formas de comunicação e de cultura (Santaella, 2003: 183-194).

Castells (1999) complementa o pensamento de Santaella (2003) ao observar que a integração de vários suportes de comunicação, em uma rede interativa, é uma transformação tecnológica que congrega, no mesmo sistema, as modalidades da escrita, da oralidade e do audiovisual da comunicação humana. Para o teórico, tal integração – entre texto, imagem e sons – muda o caráter da comunicação. Com efeito, muda o caráter do que se concebe por processo colaborativo.

Assim, menos de dez anos após a explosão da internet, a interatividade recebeu outra conotação, referindo-se, a partir de então, à construção colaborativa (*peer to peer*) de sites, livros, notícias, informações, enciclopédias e, porque não, do cinema. Segundo Tapscott e Williams (2007: 53), a nova *web*, ou *web 2.0*, é diferente da primeira geração da internet, onde os usuários recebiam passivamente as informações, ao invés de participarem, de criarem, de compartilharem e de socializarem. Para os autores, “enquanto a velha *web* era construída por sites, cliques e chats, a nova *web* é composta de comunidades, participação e *peering*” (Tapscott e Williams, 2007: 30). Logo,

Ninguém gasta mais tempo com a internet do tipo ‘publique e navegue’. Cada vez mais as pessoas preferem participar de uma nova geração de comunidades fabricadas por usuários nas quais esses mesmos usuários interagem e criam junto com seus colaboradores (...). A *web* não significa mais navegar ociosamente e

ler, escutar ou assistir passivamente. Significa produzir por *peering*: compartilhar, socializar, colaborar e, acima de tudo, criar no âmbito de comunidades livremente conectadas (Tapscott e Williams, 2007: 53-62).

Portanto, foi a *Web 2.0* que ofereceu as bases para o amadurecimento do potencial colaborativo que hoje o usuário desfruta ao navegar na rede. Tal usufruto também sugere conceitos que, mesmo sendo aparentemente recentes, já descrevem as mudanças sociais e culturais que a sociedade da informação vive, sendo uma delas o processo colaborativo ou de *crowdsourcing* que o cinema experimenta, conforme veremos a seguir.

4.2 O que é cinema colaborativo ou *crowdsourcing* no cinema?

Antes de tecer qualquer consideração em torno da expressão "cinema colaborativo" ou *crowdsourcing* no cinema, é importante entender o sentido da palavra "colaboração". Ao contrário do que se possa pensar, transmitir ou exibir vídeos enviados ou partilhados por pessoas do público não significa que elas estejam inseridas em algum tipo de interação, seja com o canal de comunicação, seja com os usuários que fazem parte dele. Assim, colaborar é, sobretudo, trabalhar cooperativamente com várias pessoas no intuito de criar um determinado conteúdo/produto, comumente relacionados aos produtos culturais.

Embora os conceitos em torno da colaboratividade sejam recentes, este processo é antigo no âmbito cinematográfico. No entanto, foi a partir da virtualidade, que advém desde as primeiras experiências com a internet (Geisler, Willard, Whitworth, 2010), que a expressão ganhou notoriedade. O que se vê, especialmente com a geração *Web 2.0*, é que seus usuários estão atrelados a outros perfis, que incluem tanto amadores como profissionais, ou uma mistura de ambos os grupos. Por esse motivo, as contribuições se processam, sobretudo, por meio das experiências, dos gostos pessoais e das aptidões dos usuários, as quais viabilizam a criação de novos processos de elaboração de conteúdo e que seriam impossíveis se concretizados em um contexto de produção individual (Archak, Sundararajan, 2009).

Assim, enquanto colaboradores, os usuários tornam-se legitimamente coautores de um dado processo colaborativo ou de *crowdsourcing*. De acordo com Lipovetsky & Serroy (2009), as “inovações tecnológicas permitiram explorar de uma nova maneira os recursos da interatividade digital, de modo que o público não [seja] mais apenas testemunha, mas

‘coautor’ da obra” (p. 288). Assim, a coautoria é uma abordagem importante ao se conceituar um processo de criação com produção colaborativa.

Contudo, não há somente a coautoria como fator que caracteriza o processo colaborativo, já que a descentralização de funções e papéis, entre indivíduos e organizações (que estão vinculados informalmente e por motivações diferentes) também fazem parte de atividades deste gênero. Logo, tem-se a projeção de um espaço de igualdade que possibilita a todos os envolvidos – no caso desta pesquisa, os usuários do ciberespaço – a exposição e o debate das suas ideias, além da partilha de suas experiências, conhecimentos e desejos.

Assim como na criação coletiva, o processo colaborativo também se desenvolve de maneira mais eficiente a partir do trabalho em equipe. No Brasil, por exemplo, a noção do trabalho colaborativo surgiu durante a década de setenta, com a formação de grupos cooperativados. Do mesmo modo, na noção mais recente de cinema colaborativo, esse espaço de igualdade se ancora através dos meios digitais, onde o espectador se torna colaborador do processo criativo pela interatividade e mediação que o ciberespaço oferece.

Sabemos que uma característica básica dos produtos concebidos especificamente para os novos meios digitais é a substituição da tradicional figura “narradora”, aquela figura que nas formas narrativas anteriores (romances, filme) apresentavam aos leitores ou espectadores os acontecimentos da diegese, por novos agentes enunciadorees. Grosso modo, costuma-se apontar como marca diferencial dos meios digitais a interatividade, ou, mais exatamente, o agenciamento do espectador: tudo o que vai se desenrolar na tela depende agora das decisões, ações e iniciativas tomadas pelo sujeito que se relaciona com ela, o usuário do computador (Machado, 2007: 12).

Os meios digitais são frutos do desenvolvimento tecnológico, que se observou mais avidamente nas últimas duas décadas do século XX. As tecnologias digitais “aplicadas à eletrônica e às telecomunicações passaram a transformar de maneira irreversível os campos nos quais se verificam os fenômenos de produção, difusão e consumo de obras audiovisuais, até mesmo a obra cinematográfica” (Silva, 2009: 45).

Assim como Silva (2009), o teórico Edmond Couchot (1998: 228) afirma que as relações do sujeito com as tecnologias digitais também foram suscitadas principalmente pelas telecomunicações e pelo funcionamento das redes, que modificaram de forma explícita a posição do sujeito, colocando-o numa situação de conexão onde os efeitos de multiplicação e de distribuição são bastante acentuados. Ainda segundo Couchot (1998),

além de multiplicar-se, o sujeito que navega no espaço virtual entra em contato com outros sujeitos virtuais, seus homólogos no ciberespaço, com os quais vai realizar trocas intersubjetivas. Machado (2007) complementa:

Entrar dentro do filme, atravessar a fronteira entre o atual e o virtual, passar para o lado de lá, escapar para dentro do universo de pura ficção do cinema, esse talvez tenha sido o sonho maior de toda a aventura cinematográfica, o sonho de um cinema permeável ao espectador, um cinema capaz de transformar o espectador em protagonista e mergulhá-lo inteiramente dentro da história (Machado, 2007: 164).

É por meio das redes sociais virtuais que projetos artísticos e culturais, entre eles os audiovisuais, se expandem e ganham a atenção de usuários de várias partes do mundo, sendo que em alguns desses projetos não é exigido que o usuário/colaborador tenha conhecimento técnico ou experiência profissional na área em questão. Assim, ao tratar, por exemplo, da elaboração do argumento para cinema, observa-se a superação de um suposto reinado do autor/guionista pelos novos colaboradores, interagentes e/ou usuários do ciberespaço.

Portanto, com base nestas prerrogativas, este trabalho de investigação debruça-se na construção aberta de conteúdo audiovisual, tendo como suporte o ciberespaço, onde o público atua como coautor na elaboração do argumento e se ancora através da proliferação de *blogs*, *wikis* e sites de relacionamento online. Os projetos cinematográficos analisados neste trabalho - *Life in a Day*, do produtor/diretor inglês Ridley Scott e do diretor escocês Kevin Macdonald; *No amor*, do diretor Marco Abugamra e da produtora Mariana Marinho; e *Um gato sem nome e outros filmes*, de seis diretores portugueses - são alguns dos exemplos significativos que fazem referência ao “novo” cenário que o cinema tem incorporado.

4.3 A colaboração na história do cinema

Desde os primórdios do cinema, cada transformação técnica tem favorecido à criação de novas formas de expressão. Estas mudanças são visíveis, sobretudo, na linguagem e na concepção estética do produto, o que proporciona resultados cognitivos diferentes para o público consumidor de filmes.

Porém, foi durante o século XX que a arte cinematográfica vivenciou diversas rupturas no que tange à sua linguagem técnica. As principais estão ligadas à introdução do sistema sonoro, ao aparecimento das câmeras portáteis, à coloração da película e ao advento das tecnologias eletrônicas. Dentro desse rol de mudanças técnicas, o processo criativo do cinema foi experimentando vias diversificadas e novos movimentos de expressão, gênero e abordagens que permitiram a sua socialização pelo globo.

Logo, tais possibilidades inovadoras contribuíram para que a tecnologia digital, por exemplo, se tornasse uma aliada no processo de criação cinematográfica, já que ela oferece alternativas de produção e pós-produção que minimizam os custos de projetos audiovisuais. Renó (2007) complementa a situação deste novo cenário ao afirmar que o “baixo custo e as facilidades de produção aliadas aos resultados finais apresentados alavancaram a produção do setor (...), combatendo, assim, a quase inviabilidade econômica de se produzir uma obra em película” (Renó, 2007: 1).

No entanto, a utilização da tecnologia digital não diz respeito apenas aos procedimentos de captação de sons e imagens ou à sua edição. As ferramentas digitais também auxiliam na distribuição de filmes e na interação direta com o público, criando um canal aberto para o compartilhamento de ideias e experiências. Exemplo disso são os sites de partilhas audiovisuais e outras redes sociais virtuais, como *blogs*, *wikis*, sites de relacionamento, fóruns de discussão e etc.

Essa apropriação do ciberespaço por parte do cinema oferece uma abertura propícia e frutífera para levantar discussões acerca das relações existentes entre cibercultura e o cinema contemporâneo. Porém, esta relação não é o motivo que explica o termo recente “cinema colaborativo” ou *crowdsourcing* no cinema, já que estamos falando de uma forma artística em que o trabalho em equipe sempre se mostrou fundamental, uma vez que a produção audiovisual envolve a participação de várias pessoas, em vários serviços.

Por ser, essencialmente, uma experiência de grupo, o processo colaborativo no cinema podia ser observado nas etapas de pré-produção, produção e pós-produção, onde sempre existiu a atuação de várias pessoas, o que se coloca como indispensável para a concretização do produto final, que é o filme. Porém, ao tratar do termo “cinema colaborativo” ou “*crowdsourcing* no cinema”, imagina-se que ele faça referência ao uso das novas tecnologias e dos recursos provenientes do ciberespaço nas produções audiovisuais. Porém, a colaboratividade sempre esteve atrelada aos processos estéticos,

logísticos e operacionais específicos do cinema, que, com o desenvolvimento do mundo digital, passou a experimentar novas formas de colaboração.

Se antes a participação se restringia à equipe responsável pela produção do filme, com as possibilidades de participação aberta pelo ciberespaço, o cinema passou a propor espaço para que o público colaborasse em seu processo criativo. Este tipo de público faz parte da mencionada geração *Web 2.0*, que se caracteriza pela formação de interagentes inclinados à colaboração em rede, com o objetivo de buscar a criação de alternativas de expressão cultural livre. Este fenômeno também abarca a proliferação de *blogs*, *wikis* e sites de relacionamento online, que impulsionam a lógica de cooperação no ciberespaço.

O cinema italiano, por exemplo, ilustra com perfeição a colaboratividade em torno da produção audiovisual em uma época que o termo ciberespaço ainda não era comum no cotidiano dos cinéfilos. Realizadores como Federico Fellini, Michelangelo Antonioni e Francesco Maselli participaram de projetos colaborativos que envolviam a atuação de vários realizadores, como em *L'Amore in Città* (1953), cuja realização ficou à cargo de Michelangelo Antonioni, Federico Fellini, Alberto Lattuada, Carlo Lizzani, Francesco Maselli, Dino Risi e Cesare Zavattini; e em *Bocaccio 70* (1962), de Federico Fellini, Vittorio de Sica, Mario Monicelli e Luchino Visconti.

A justificativa para a produção colaborativa entre realizadores italianos está relacionada ao que Renó (2007) ressalta acima: baixo custo e facilidades de produção. Não muito diferente, o filme norte-americano *Histórias de Nova Iorque* (1989), de Woody Allen, Francis Ford Coppola e Martin Scorsese, também é outro exemplo de que o processo colaborativo sempre existiu, com conjunturas diferentes, em outras épocas e países do globo.

No entanto, demarcando cronologicamente a colaboração pelo viés do espectador, foi a partir da nova idade industrial que se passou a incentivar a inter-relação entre produtor e consumidor – nessa época surgiu a concepção do termo *produtilizador* (originário de *produsage*)²² ou *prosumer*²³ (produtor-consumidor) – e o trabalho colaborativo (participativo em Jenkins) enveredou para o estilo *pro-am* (amador que

²² Termo criado por Axel Burns (2008). Na *produtilização*, a recepção deixa de ser passiva e incorpora-se o conhecimento mesmo que haja atividade amadora.

²³ Termo criado por Alvin Toffler (2012). É um neologismo originário da língua inglesa e que corresponde à união das palavras *producer* (produtor) + *consumer* (consumidor) ou *professional* (profissional) + *consumer* (consumidor).

trabalha com padrões profissionais). Assim, o *produtizador* significa a mudança da produção para a criação colaborativa e do conteúdo orientado para o utilizador. Axel Burns (2008: 24-27) define que a *produtilização* está alicerçada em quatro princípios: participação aberta e avaliação comum, ausência de hierarquia e meritocracia, objetos sempre em processo contínuo de conclusão, propriedade comum e recompensas individuais.

Diante dessas transformações tecnológicas, destaca-se aqui o ponto de diferenciação que delinea as várias formas de colaboratividade que o cinema experimentou ao longo dos anos – e que na sociedade contemporânea “extrapola a barreira tradicional da colaboração” (Cotta; Souza, 2010: 1) - e como este processo sofreu modificações a partir dos meios digitais e suas ferramentas. Vejamos, então, a seguir, como estas mudanças podem influenciar (?) esteticamente as produções colaborativas mediadas pelo ciberespaço, tendo como exemplo as propostas fílmicas para análise desta investigação.

5 A ANÁLISE ESTÉTICA DOS FILMES

A análise de filmes não é uma atividade relativamente nova. É possível que o ato de analisar a produção audiovisual tenha nascido ao mesmo tempo em que o cinema: de uma maneira própria, os cronistas que relatavam as exibições das primeiras sessões do cinematógrafo, escrevendo em detalhes as “vistas animadas”, já eram um pouco analistas. No entanto, nunca o cinema foi tão comentado e estudado como agora e, por isso, reside aí a necessidade de um desenvolvimento sistemático, que já se observa no âmbito das universidades e dentro da atividade da análise de filmes.

Por serem produtos culturais que se vendem em um mercado específico, os filmes agregam condições materiais e, sobretudo, psicológicas que se apresentam ao público e a cada espectador, de forma bastante particular, e que são moldadas por uma instituição socialmente aceita e economicamente viável. Tais instituições tornam-se ainda mais perceptíveis por se encontrarem em constante mudança, especialmente quanto aos recursos tecnológicos que são incorporados.

Ao considerar o filme como uma obra artística autônoma, seguimos as prerrogativas da análise fílmica proposta por Jacques Aumont e Michel Marie (2004), na obra *A Análise do Filme*, na qual a obra audiovisual é:

Susceptível de engendrar um texto (análise textual) que fundamente os seus significados em estruturas narrativas (análise narratológica) e em dados visuais ou sonoros (análise icônica), produzindo um efeito particular no espectador (análise psicanalítica). Essa obra também deve ser encarada na história das formas, dos estilos e da sua evolução (Aumont & Marie, 2004: 10).

Diferentemente da crítica cinematográfica, a análise existe para produzir conhecimento. Ela propõe descrever, detalhadamente, o filme, decompor os seus elementos pertinentes e integrar o maior número possível de aspectos para que se alcance uma interpretação minimamente coerente. Porém, tal como não existe uma única teoria do cinema, também não existe um único método para a análise fílmica.

Na história do cinema, Sergei M. Eisenstein foi considerado o primeiro cineasta a tecer considerações tanto sobre a estética geral do cinema quanto sobre a análise de obras artísticas de diversas áreas, como romances, pinturas, peças de teatro e etc. O texto escrito em 1934 sobre a análise sistemática de uma sequência de 14 planos do seu filme *O*

Encouraçado Potemkim (1925), fez com que Eisenstein inaugurasse um primeiro período da estética do cinema, que seguiu até os anos 60.



Figura 4: Cena do filme *O Encouraçado Potemkim* (1925)

Contemporâneo ao texto de Eisenstein, a expansão acelerada dos cineclubes favoreceu o nascimento de revistas destinadas aos amadores da sétima arte. Essas revistas começaram a publicar análises detalhadas sobre filmes, as quais eram denominadas de “fichas cinematográficas²⁴”, que receberam destaque nas duas décadas seguintes. Outros fatores que contribuíram para o estudo analítico dos filmes foram a publicação dos primeiros textos fundadores da Semiologia do Cinema, a inserção dos estudos cinematográficos na universidade e o aparecimento de novas gerações de cineastas.

No entanto, as análises se tornaram mais emblemáticas a partir da pausa na imagem, ainda que não fosse suficiente resumi-las somente a partir deste aspecto. Mas, é por meio dos “elementos reconhecíveis na pausa da imagem que podemos construir as relações lógicas e sistemáticas, que são sempre o objetivo da análise” (Aumont & Marie, 2009: 30). É por esse motivo que a análise fílmica nunca estará relacionada a uma ciência experimental, porque não tem a “ver com algo repetível, mas com o infinitamente singular” (p. 31).

Assim, antes de iniciarmos nossas análises, vale ressaltar que estas priorizam o filme em sua completude, já que tal componente influencia no tipo de intenção da investigação. Portanto, o que se pretende é abordar tecnicamente e, sobretudo, esteticamente os três projetos audiovisuais já citados a partir de uma perspectiva mais ampla, pelo menos potencialmente.

²⁴ A ficha era um estudo destinado a um único filme, bastante pormenorizada, que podia alcançar até quinze páginas.

5.1 *Life in a Day*

There's a myriad of emotions to be had watching this unique fly-on-the-wall glimpse of life in a single day as experience by many people. The film is a complex and intricate mesh of videos submitted to YouTube by people from 192 countries. These are woven together into a mosaic by an editing process that must have been as exacting as brain surgery [...]. (Louise Keller)

Life in a Day ou "A vida em um dia" é um documentário inédito, com 90 minutos de duração, composto por imagens filmadas em um único dia, 24 de julho de 2010, por pessoas comuns e de todo o mundo: no total, foram 192 países participantes, da Austrália à Zâmbia. Além de espectadores, essas pessoas se transformaram em *produtivadores* ou *prosumers* (produtor-consumidor) a partir do momento que colaboraram com o envio da sua própria filmagem, e disponibilizando-a na plataforma que subsidiou todo o projeto, o *YouTube*, que também serviu de canal para a sua distribuição e consumo.

O processo de filmagem de *Life in a Day*, selecionado para concorrer na categoria de melhor documentário no *Film Awards* em 4 de dezembro de 2011, foi programado para ser realizado dentro das 24 horas do dia 24 de julho de 2010, e contou com a produção executiva do cineasta inglês Ridley Scott, conhecido por trabalhos como *Alien* (1979), *Blade Runner* (1982) e *O Gladiador* (2000), e a realização do diretor escocês Kevin Macdonald. Os usuários que pretendessem participar deveriam efetuar o *upload* de suas imagens no campo destinado à produção do documentário, a partir do *YouTube*, o qual também foi o suporte escolhido para a pré-divulgação, canal de participação e distribuição do produto final. *Life in a Day* nunca foi exibido pela televisão.

A estreia e a primeira emissão do documentário foi organizada e pensada para acontecer durante o festival de cinema *Sundance Film Festival*, em 27 de janeiro de 2011. Nesse mesmo dia, horas depois da estreia, o *YouTube* também disponibilizou as imagens para que os usuários pudessem acompanhar o lançamento. No entanto, antes de estar integralmente disponível na internet, o filme também foi selecionado para ser exibido em festivais de cinema em Berlim, Sydney e no *SXSW Music Film Interactive*.

Aproximadamente, a produção do documentário teve a colaboração de 80.000 *prosumers*, com o envio de 4.500 horas de vídeo no *Youtube*. Todo o material recebido passou por uma triagem para que fossem escolhidas as imagens mais interessantes e originais, e que iriam compor o produto final. Como *prosumers*, os usuários responsáveis

pelo envio dos vídeos selecionados tiveram seus nomes registrados nos créditos do documentário, com a função de corealizadores.

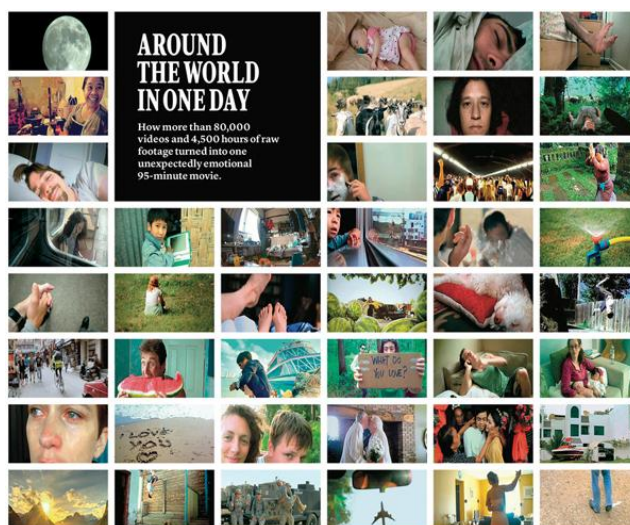


Figura 5: Prosumers

5.1.2 Narrativa do documentário

A narrativa de *Life in a Day* é composta por imagens que retratam a própria vida dos colaboradores, a partir de três questões chaves: “What do you fear most in your life today?”; “What do you love?”; “What makes you laugh?”²⁵. Ainda fazendo referência a essas perguntas, outro quesito para compor o vídeo correspondia às imagens relacionadas ao que as pessoas traziam nos bolsos: “Pull out whatever’s in your pocket and film it”. Com base neste roteiro, o realizador tinha o objetivo de coletar informações que demonstrassem o que as pessoas usualmente fazem ou pensam, em todo o globo, tendo como referência uma data previamente estipulada. Tais aspectos contribuem para estabelecer uma narrativa linear, o que impõe ao espectador a condição de ver o documentário de forma contínua, sem qualquer possibilidade de interação com o conteúdo visualizado.

Por priorizar uma ordem cronológica, especialmente pelo mote em retratar a vida das pessoas a partir de um dia, o documentário tem início no turno da noite, que se evidencia através do primeiro plano da lua e se complementa com imagens de pessoas dormindo, de um rapaz que uiva como um lobo, fazendo referência ao som que o animal

²⁵ “Do que você tem mais medo na vida?”; “O que você ama?”; e “O que faz você sorrir?”

emite durante a noite, e de pessoas que apreciam a noite de outra forma. Para demarcar a transição da noite para o dia, o realizador opta pela técnica do time-lapse, que corresponde à diminuição da frequência de cada *frame* em relação à que será utilizada na produção. Assim, outras imagens de pessoas acordando são apresentadas, mas, dessa vez, com a luminosidade do dia, obedecendo à proposta da ordem cronológica. Em seguida, o decorrer das horas vai sendo apresentado em vários países, com destaque para a diferença dos hábitos culturais e religiosos, por meio da rotina nas ruas, nos mercados e nos templos, e dos sons.



Figura 6: Montagem

O formato estético escolhido para apresentar as respostas dadas às perguntas propostas, assim como o de revelar aquilo que carregam nos bolsos, é o de planos fechados onde estão enquadradas duas pessoas: uma que segura um cartaz com as questões já enunciadas e a outra que as responde. Nestas sequências de perguntas e respostas são inseridos vários clipes de curta duração, que, por serem exibidos seguidamente, enfatizam o aspecto temporal.

No entanto, além de apresentar o cotidiano das pessoas, o documentário também oferece espaço para salientar as disparidades sociais e econômicas entre os cenários geográficos, como também demarcar o que existe de semelhante entre os seres humanos e os animais. Além disso, o documentário ainda inclui imagens da *Love Parade*, festival de música na Alemanha que foi cenário da morte de 21 pessoas, em 2010. Para viabilizar o efeito de contraste entre as cenas, utilizou-se a técnica de montagem paralela²⁶, a qual prioriza a variação entre planos de duas sequências (movimento articulado de imagens)

²⁶ Também conhecida por montagem dialética ou montagem intelectual (Viveiros, 2005).

para sugerir um novo significado ao espectador, ou seja, é a contextualização proposta pela montagem que lhe atribui significação. Sobre esta técnica, Joly (2002) completa:

(...) quando se justapõem dois planos, ou se introduz um plano entre outros dois, faz-se nascer uma ideia ou exprime-se algo que não estava contido em nenhum dos planos tomados separadamente. O resultado semântico é, assim, um produto (e não uma soma) incluído entre a alucinação e abstração (Joly, 2002: 221).

Assim, a escolha por um determinado tipo de plano em detrimento de outros e por técnicas de montagem, como a montagem paralela – comumente utilizada na edição de documentários, como os brasileiros *Notícias de uma guerra particular* (1999), de João Moreira Salles, e *Ônibus 174* (2002), de José Padilha, e os americanos *Baraka* (1992), de Ron Fricke, e *The Tree of Life* (2011), de Terrence Malick – é, sobretudo, uma escolha estética e que, por ser assim, sempre intensiona algo, conscientemente ou não.



Figura 7: Imagem que ilustra a diferença socioeconômica entre os países e pessoas

Outro aspecto importante para a narrativa de *Life in a Day* é a trilha sonora, composta por Matthew Herbert, conhecido por criar músicas a partir de sons específicos, como os passos de uma pessoa ou uma batida na mão. Durante todo o documentário, a música é responsável por gerar/motivar uma aproximação do espectador com o conteúdo exibido. Por conta de uma imbricação estética e funcional que foi escolhida entre a música e os planos, o resultado é uma indissociabilidade entre ambos e uma contribuição para o entendimento do conteúdo.

Além do que foi produzido por Herbert, o compositor também propôs aos *prosumers* a gravação de alguns sons como parte do material a ser enviado.

5.1.3 A colaboratividade em *Life in a Day*

Assim como na maior parte das produções cinematográficas, a produção do documentário passou por três fases distintas, as quais são a pré-produção, produção e exibição. Cada fase constitui um tipo de relação entre a equipe de produção do documentário e os usuários-consumidores-colaboradores. Por exemplo, a pré-produção englobou todo o trabalho de divulgação (como trailer de promoção e outras campanhas de *marketing*) e de organização para receber, pelo *YouTube*, os vídeos que seriam enviados sobre o dia 24 de julho de 2010. Já a fase de produção incorporou o processo de triagem e seleção dos vídeos recebidos (classificados por tema e qualidade das imagens), a montagem do material selecionado e a finalização do documentário. A última fase correspondeu à exibição, que compreendeu o período após o Festival de Cinema *Sundance* até a chegada do produto em DCP²⁷ para as salas de cinema, em 29 de julho de 2010.

Mesmo após a disponibilização do conteúdo em DCP e em DVD, o documentário integral também pode ser visualizado em um canal próprio do *YouTube*, intitulado *Life in a Day Channel*, desde o dia 31 de outubro de 2011, em 25 idiomas. Além do documentário, o utilizador ainda tem acesso a uma seção de vídeos biográficos e *teasers* dos colaboradores, que trazem depoimentos sobre a experiência da participação no projeto após um ano do seu lançamento.

Das três fases citadas, a pré-produção e a produção incluem relações distintas com os *prosumers*: na primeira, é proposto que o utilizador interaja de forma participativa e colaborativa com a equipe de produção, já que nesta fase ele assume a função de realizador por colaborar com o envio de imagens (no entanto, ele não assume qualquer relação com a equipe de produção quanto à criação do roteiro, visto que as perguntas, que subsidiam e orientam a produção dos vídeos, foram estabelecidas anteriormente, sem a participação do *prosumer*); e na segunda, contudo, não há colaboração do utilizador, colocando-o na posição de espectador.

Quanto à narrativa, a mesma assume um caráter duplo, de acordo com cada fase: semiaberto, já que os utilizadores são livres para responderem as questões estabelecidas; e fechado, por priorizar uma linearidade, respectivamente.

²⁷ Formato em que os filmes digitais são exibidos nas salas de cinema.

5.1.4 *Life in a Day: um produto transmedia*

Para que o *YouTube* suportasse o recebimento dos, aproximadamente, 80.000 vídeos enviados, o projeto *Life in a Day* foi construído com recurso UGC (*User Generated Content*)²⁸. Apesar da originalidade em torno da produção de um documentário colaborativo, o *YouTube* já havia feito outras tentativas similares como a *YouTube Symphony Orchestra 2011*, que correspondia a um projeto para partilhar o amor pela música e para “celebrar a vasta diversidade criativa da humanidade”, conforme descrição no canal da orquestra no *YouTube*. Os músicos que foram selecionados para o projeto participaram de um concerto em Sydney Opera House, que foi transmitido ao vivo para milhões de pessoas ao redor do mundo pela própria plataforma.

Como parceira do produto *Life in a Day*, a *National Geographic*, uma das maiores instituições científicas e educacionais sem fins lucrativos do mundo, foi responsável por criar, em janeiro de 2011, um espaço virtual para a divulgação do documentário. A intenção foi proporcionar um processo tímido de interatividade com os usuários, a partir de vídeos que compõem o *Life in a Day*, onde o público poderia escolher um deles e obter informações acerca do realizador e da própria filmagem.

No entanto, desde o início do projeto até agora, foi o *YouTube* que se configurou como a sua plataforma gestora, tornando-se o canal central de comunicação e divulgação com os candidatos a *prosumers*. É por este motivo que, mesmo após a finalização do projeto, o *YouTube*, assim como a *National Geographic*, ainda mantém uma seção específica para o documentário, onde é possível visualizá-lo na íntegra, comprá-lo em DVD, conhecer os *trailers* produzidos, vídeos e depoimentos feitos durante a estreia no *Sundance Film Festival*, além de outros registros relacionados ao projeto. Todas essas opções podem ser exploradas pelo usuário de forma interativa.

²⁸ User-generated content (UGC) constitutes the data, information, or media produced by the general public (rather than by professionals) on the Internet. In all UGC activities, the user is the central point being not only the consumer, but also such content contributor simultaneously playing the roles of producer as well as consumer of the content on the Internet (Arriga & Levina, 2008 *apud* Mendes Filho, Tan & Mills, 2012).



Figura 8: Página inicial do canal do documentário

Além de ter inovado por gerir um projeto original e de sucesso, com o recebimento de todo material pela própria plataforma, o *YouTube* também disponibilizou um espaço para a edição personalizada de *trailers*. Ou seja, o usuário que desejasse criar o seu próprio *trailer* do documentário podia fazê-lo ao acessar a área destinada a esta atividade. Atualmente, este espaço não está mais disponível.

Quanto à divulgação em redes sociais gratuitas, foi criada uma página oficial do documentário no *Facebook*, com uma aplicação que permite confeccionar posters personalizados, compartilhá-los, efetuar *download* de vídeos e clipes de imagens não utilizadas no filme para servirem como elementos na produção de um *trailer* pelo próprio usuário.

Outra inovação foi também o desenvolvimento de um aplicativo para *iPhone* e *iPad*, onde os usuários poderiam ter acesso aos vídeos submetidos pelos *prosumers*, encontrá-los por tema e visualizar as informações sobre cada um. Durante a estreia do documentário, a aplicação também foi lançada para os espectadores.

Assim, todo o sucesso que o projeto *Life in a Day* experimentou, desde a sua pré-produção até hoje, foi resultado de um esforço coletivo e de uma perspectiva multicultural que norteou toda a sua trajetória. O efeito viral, fenômeno comum das produções mediadas pelo ciberespaço, contribuiu para que a repercussão tenha sido mundial e em uma escala surpreendente.

5.2 No Amor

No Amor é uma expressão no meio cinematográfico que se traduz mais ou menos assim: Tem cachê? Não. É no amor! (Marco Abujamra)

Considerado o primeiro filme colaborativo de uma televisão por assinatura produzido no Brasil, *No Amor* é uma média-metragem dividida em seis capítulos, em que a produtora de filmes carioca Dona Rosa Filmes realizou o primeiro e o último capítulos, com quatro episódios intercalados feitos com a colaboração do público. Para efetivar a participação dos usuários e dar continuidade à história, os idealizadores do projeto - os cineastas Marco Abujamra e Mariana Marinho - promoveram um concurso de curtas, o qual foi intermediado pelo site do Canal Brasil, canal de televisão por assinatura brasileiro que surgiu da associação entre a *Globosat* e o Grupo Consórcio Brasil (GCB).

Mais de 30 curtas, entre dois a quatro minutos de duração, foram enviados pelos *prosumers* que tiveram, em cada etapa, cerca de um mês para produzi-los. A triagem e seleção do material ficaram a cargo de uma comissão formada pelos seguintes cineastas, atores, críticos de cinema e apresentadores do Canal Brasil: Carla Camurati, Lázaro Ramos, Paulo Tiefenthaler e André Miranda. Para cada capítulo foi realizado um concurso e um processo de seleção.

O primeiro capítulo do projeto, intitulado *A pizza*, estreou em janeiro de 2012 e apresentava como personagens e adereços chaves um entregador de pizza e sua esposa, um homem morto, um pen drive e uma mala de dinheiro.



Figura 9: Imagem do primeiro capítulo do projeto *No Amor*, *A pizza*.

A partir desses elementos, os colaboradores espalhados por todo o país deveriam criar uma sequência – o capítulo dois – para a trama inicial. Todo o capítulo foi filmado com uma *Canon 5D Mark II* e lentes *Leica*, emprestadas por um fotógrafo, amigo dos produtores. No site do projeto, uma informação curiosa acerca das gravações demonstra o espírito que norteou todas as ações da média-metragem:

A Pizza foi realizado na casa dos pais da produtora executiva, que foram gentilmente desalojados durante as filmagens. A equipe foi formada entre amigos (e casais!): O diretor é casado com a produtora executiva, o ator com a atriz, o diretor de arte (ex-marido da produtora executiva) com a maquiadora, e a produtora com o diretor do *making-off*. O resto da equipe já trabalhou junto inúmeras vezes e costuma sair para tomar chopes (Site Canal Brasil, 2012).

Fazendo jus ao objetivo do projeto, que nasceu da intenção de incentivar a produção de filmes de baixo orçamento e propor novas formas de fazer cinema no país, todos os membros da equipe, mesmo sendo profissionais renomados do mercado cinematográfico brasileiro, receberam cachês quase simbólicos. Outro aspecto foi o desempenho de várias funções por apenas uma pessoa: o diretor de arte foi também o produtor de arte, motoqueiro e ator, além de ter emprestado sua moto para as filmagens; o diretor e a produtora executiva escolheram os figurinos, com roupas e adereços de seus próprios guardarroupas e dos atores.

Segundo o diretor Marco Abujamra (2012), o próprio nome do projeto, *No Amor*, nasceu dessa conotação de desmitificar a penúria que a grande maioria das produções cinematográficas no Brasil experenciam: “*No Amor* é uma expressão no meio cinematográfico que se traduz mais ou menos assim: Tem cachê? Não. É no amor!”. Para ele, hoje em dia, com equipamentos baratos, é possível realizar produções com qualidade, que dependam, sobretudo, do talento dos participantes. No entanto, apesar do projeto fazer referência ao trabalho cinematográfico que se move por uma razão sentimental, a intenção não é fazer apologia a uma substituição da atividade remunerada, mas sim motivar a expressão artística independente.

5.2.1 Narrativa da média-metragem

O primeiro e o último capítulos, assim como a finalização do conteúdo, foram dirigidos e roteirizados por Marco Abujamra, e produzidos por Mariana Marinho. Já os

quatro curtas intercalados foram realizados com a colaboração do público, ficando sob a responsabilidade dos *prosumers* o roteiro, o plano estético e tudo que estivesse relacionado à produção e pós-produção do vídeo.

Para a escolha das curtas que foram enviadas, os idealizadores do projeto promoveram concursos, um para cada capítulo, pelo site do Canal Brasil. A seleção do material foi realizada por uma comissão de jurados, que elegeram os seguintes vídeos: *A crisálida*, de Thiago Gadelha e Leandro Muniz; *A carona*, de Maurício Lídio Bezerra; *O plano B*, de Gabriela da Silva Garrido e Bernhard Simek; e *Insensatez*, de Luiz Felipe Damata. Os quatro colaboradores receberam um prêmio de mil reais por terem seus vídeos escolhidos.

Mesmo estando livres para criarem seus próprios roteiros, os *prosumers* estavam atrelados à trama inicial, intitulada *A pizza*. Por esse motivo, assim como *Life in a Day*, tais aspectos corroboram para a definição de um caráter duplo da narrativa, de acordo com cada fase: semiaberto, já que os utilizadores são livres para criarem a continuação da história de acordo com o primeiro capítulo; e fechado, por depender dos idealizadores a linearidade do produto final.

O que se percebe enquanto característica comum em todos os curtas selecionados, mesmo em diferentes modos, é a apelação constante pela realidade, a partir da utilização de códigos realistas que intensificam os efeitos de real. Apesar de ser um traço peculiar das produções brasileiras contemporâneas, o “efeito de autenticidade do realismo” (Feldman, 2010) está presente desde os primeiros filmes produzidos no país, onde os aspectos que permeiam a vida urbana e a violência social eram temas recorrentes.

Por ser uma produção feita para uma TV por assinatura, a utilização da linguagem televisiva é muito mais latente, seja pela escolha de planos-detelhe, bastante comum nesse tipo de linguagem, seja pelos efeitos que ela causa, como a facilidade de entendimento de um “público que já está acostumado com a narrativa televisiva” (Xavier, 2009). Vale destacar que a prática pela utilização da linguagem televisiva reforça a lógica do lucro, especialmente por oferecer uma familiaridade com público.

Outro aspecto que corrobora com a narrativa é a música. Neste ponto também se efetivou um processo colaborativo, já que músicos consagrados nacional e internacionalmente, como Dado Villa-Lobos, André Abujamra e Mikkel Hess, cederam canções inéditas para serem utilizadas pelos *prosumers* aos curtas ligados ao projeto *No*

Amor. Outras opções de trilha sonora, para *download* gratuito, foram ainda disponibilizadas através de um perfil do projeto no *SoundCloud* e de *links* no site do Canal Brasil.

5.2.2 A colaboratividade em *No Amor*

Apesar de o projeto ter nascido através de uma conversa entre amigos, que divagavam sobre a possibilidade em se fazer um bom filme com vários autores e se a proposta resultaria em uma combinação bem-sucedida entre democracia e produção artística, *No Amor* também seguiu as fases tradicionais de uma produção cinematográfica. Para viabilizar o primeiro e o último capítulos, os quais ficaram sob a responsabilidade da produtora de vídeo Dona Rosa Filmes, foram necessários apenas dois dias de filmagens e três de edição. O roteiro, por exemplo, foi escrito em uma tarde.

Já para os *prosumers*, o prazo foi mais alargado: em um mês, o material deveria ser encaminhado pelo site do Canal Brasil, após o cadastramento feito na própria página. Em seguida, depois da triagem e seleção, todo o conteúdo foi editado para compor o primeiro filme colaborativo brasileiro, feito para uma televisão por assinatura. Assim, mesmo com prazos diferenciados e rotinas incomuns para uma produção cinematográfica, o projeto também foi dividido em três fases: a pré-produção, a produção e a exibição.

Da mesma forma que o documentário *Life in a Day*, cada fase pressupôs um tipo de relação com o colaborador-usuário. Na primeira, os idealizadores estruturaram o projeto e, em conjunto com o Canal Brasil, viabilizaram as condições técnicas para que os colaboradores pudessem enviar seus conteúdos. Consequentemente, nesta fase não há qualquer colaboração por parte do usuário. Na segunda, contudo, é possível demarcar duas funções para o *prosumer*: uma de espectador, quando ele observa o primeiro capítulo produzido pelos realizadores e toma-o como ponto de partida para a criação do seu material; e a outra de diretor/realizador, quando ele interage de forma participativa e colaborativa com a produção do projeto, já que ele contribui com o envio de imagens. Na última fase, a pós-produção, o usuário volta a se configurar como espectador, pois a equipe de produção é quem se torna responsável por finalizar o produto.

Segundo o diretor Marco Abujamra (2013), em entrevista concedida por email, ele justifica que a colaboração dos usuários nas etapas da produção foi processada até um certo

nível de interação, mas que o processo de criação coletivo não existe quanto a um sentido democrático.

A colaboração no processo criativo é uma questão da contemporaneidade, graças a facilidade proporcionada pela internet. Neste caso, a meu ver, o processo em si torna-se a própria criação, pulsante, momentânea, mais do que o "resultado", em termos tradicionais. Criação não combina com democracia, visto que o processo criativo, quando torna-se sujeito a concessões exteriores, tende a ruir. Em suma, um filme colaborativo diz respeito ao momento, ao processo de realização, ao acesso pelo público à diferentes escolhas dos criadores, à comparação dos resultados. O resultado final, como filme, torna-se menos relevante (Abujamra, 2013).

Além dos prazos, os colaboradores também tiveram que cumprir outras exigências que foram divulgadas no regulamento de participação e termo de uso²⁹, no site do Canal Brasil. Entre elas, constavam que o vídeo enviado deveria ter de dois a quatro minutos, sendo que, mais ou menos que isso, o vídeo seria desclassificado; ser gravado em formato HD (720 ou 1080), em janela 16:9, e para o envio via internet o tamanho deveria ser reduzido até 50MB; não constar créditos ou título; o autor não poderia ser menor que 18 anos; e as músicas utilizadas deveriam ser gratuitas.

5.2.3 A exibição de *No Amor*

Apesar da quantidade de vídeos enviados ter se configurado significativamente menor em relação à colaboração de *Life in a Day* - até porque este projeto teve uma repercussão mundial -, o site Canal Brasil, assim como a TV por assinatura vinculada ao site, ficou responsável por oferecer suporte para o envio de mais de 30 curtas e por disponibilizar a primeira exibição do material, realizada no dia 26 de setembro de 2012, exatamente às 23h20. Além disso, todos os curtas enviados pelos *prosumers* também foram e podem ser visualizados pelo público através do site.

Outra estratégia de exibição e, sobretudo, divulgação, foi a criação de uma *fanpage* no *Facebook*. Além de ter sido um meio de partilha de informação sobre o projeto, a página funcionou também como um espaço para oferecer e solicitar serviços para a produção dos curtas, como, por exemplo, a chamada para atores que quisessem participar dos vídeos ou diretores que precisassem de um técnico de som e outros auxílios.

5.3 *Um gato sem nome e outros filmes*

Quem me dera ser mosca! (Cláudia, em Um gato sem nome)

Diferentemente da colaboração mediada pelo ciberespaço, como nas produções de *Life in a Day* e *No Amor*, a animação portuguesa *Um gato sem nome e outros filmes*, dos realizadores portugueses Carlos Cruz, Vitor Lopes, Claudio Sá, Francisco Lança, Claudio Jordão e Sérgio Nogueira, é resultado de outro tipo de processo colaborativo. Aqui, o longa-metragem composto por sete curtas, estrutura-se pela colaboração entre seis realizadores que concordaram em transformar *Um gato sem nome* e os outros curtas em uma produção que pudesse ser exibida em salas de cinema.

A iniciativa em unir os curtas de animação surgiu em uma das edições do Festival de Cinema de Avanca, Portugal, quando *Um gato sem nome* fez a sua estreia. A intenção dos realizadores envolvidos era propor um processo colaborativo na fase da exibição e, conseqüentemente, da distribuição, já que os filmes escolhidos não tinham duração de tempo suficiente para serem exibidos e distribuídos às salas de cinema portuguesas. Assim, a proposta era unificar projetos audiovisuais de animação que viabilizassem esse objetivo.

Voltado ao público infantil, *Um gato sem nome e outros filmes* reúne sete produções entre três a 15 minutos, totalizando 57 minutos de exibição. Cada curta apresenta um tipo de técnica (2D, 3D) e grafismo diferentes, o que justifica o motivo de estarem reunidos nesta proposta colaborativa: aspectos incomuns entre as produções. Um dos poucos traços comuns reside na autonomia da produção, em que quase todos os projetos estão enquadrados.

Depois da montagem finalizada, a primeira exibição do projeto de animação colaborativa aconteceu em uma sala de cinema de Avanca, e contou com a presença de alguns dos realizadores, quando estes puderam avaliar o resultado da união dos sete filmetes, antes que o conteúdo final fosse exibido em outras salas de cinema do país.

²⁹ O regulamento e termo de uso constam na íntegra na seção de anexos desta dissertação.

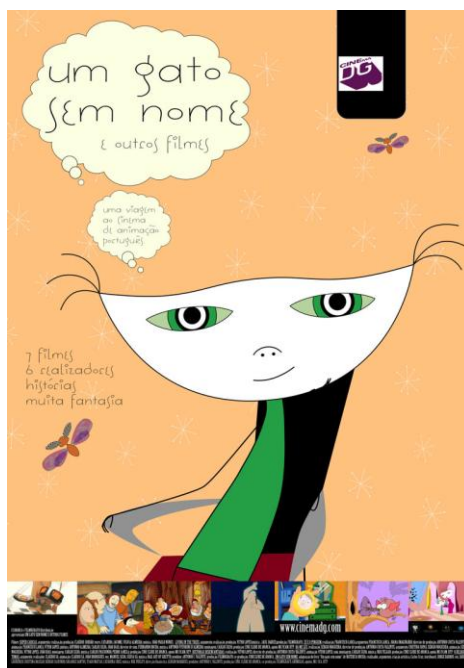


Figura 10: Capa da animação *Um gato sem nome e outros filmes*

5.3.1 Narrativa da animação

A narrativa de *Um gato sem nome e outros filmes* é composta por sete animações, que são, do ponto de vista narratológico, diferentes entre si. Todas as animações trazem um cunho fantástico, apropriadamente voltado para o universo infantil, como a estória de Cláudia, que desejava ser uma mosca para comemorar seu aniversário, ou o relógio do Tomás, que não obedecia ao tempo natural da vida, ou ainda as aventuras de Zé e seu amigo Pinguim, em um parque de diversões.

O primeiro curta, *Super Caricas*, foi realizada por Claudio Jordão, em 2008. Com cerca de sete minutos de duração, a animação em 3D é uma metalinguagem da técnica utilizada, pois é a própria técnica mostrando o que pode oferecer para falar dela mesma. Primando pela velocidade das cenas e pela mistura de cores, *Super Caricas* é a tela de um jogo, visualizada por uma criança, através de óculos especiais. A criança brinca com uma espécie de tampinha de refrigerante, a caricas, em português de Portugal, que percorre um longo trajeto até chegar ao ponto final. Porém, antes de alcançar ao fim do percurso, a mãe do menino, depois de chamá-lo diversas vezes para almoçar, impetuosamente retira os óculos especiais e o “jogo” termina.

Apesar de não ser feito em plano-sequência³⁰, *Super Caricas* promove essa sensação por haver poucas mudanças de plano durante o percurso da tampinha de refrigerante. As mudanças, quando acontecem, são destacadas através de um *lettering* colorido e brilhante, como se fizesse referência à mudança de nível/status do próprio jogo. Palavras como “fantasma”, “vírus” e “eclipse” aparecem em plano-médio, e em cores diferentes, para sinalizar que algo diferente no jogo vai acontecer. A música, pelo ritmo acelerado e com batidas fortes, também colabora com a suposta mudança de nível pelo jogador.

O curta seguinte, de 2008, intitula-se *Living in the trees*, e tem a realização assinada por Vítor Lopes e produção conjunta do Cine Clube de Avanca com a Produtora Filmógrafo. A animação, que tem seis minutos de duração, é uma série composta por pequenos filmes, em que dois pássaros, empoleirados num galho de uma árvore, são os protagonistas. De acordo com o realizador, um deles tenta estabelecer com o outro um diálogo sobre situações políticas e sociais. No entanto, a conversa acaba se tornando um monólogo, já que o pássaro incomodado cria artimanhas para se livrar do pássaro inconveniente.

Os pequenos filmes de *Living in the trees* intercalam as outras animações, com o objetivo de sinalizar quando as mesmas finalizam para dar início à próxima. Cada filmete tem em média um minuto e meio de duração, pois foram criados para serem visualizados em plataformas móveis, como os *smartphones*, *tablets*. No entanto, para que não ficassem restritas somente a um tipo de suporte, a proposta foi inseri-las como parte do projeto colaborativo de distribuição das animações.

O enquadramento da animação prioriza o plano médio para destacar a ação dos dois pássaros. Além disso, é utilizado um único plano, sem mudanças para outros ângulos, como os planos-detalle, relembrando a sensação de câmera parada, como nos primórdios do cinema, com as produções dos irmãos Lumière. Pela estética escolhida, *Living in the trees* pode ser considerada uma animação tradicional ou *animação por célula* ou ainda *animação desenhada à mão*. É a forma de animação mais antiga e, conseqüentemente, a mais popular, por ter cada quadro desenhado à mão e copiado para uma célula (plástico transparente). Um dos exemplos mais famosos desta técnica é o longa-metragem *O Rei Leão* (1994), produzido pela Walt Disney Pictures.

³⁰ Tomada longa, sem cortes.



Figura 11: Imagem de *Living in the trees*

Em seguida, a terceira animação, intitulada *Zé e o Pinguim*, é uma produção de 2003, realizada por Francisco Lança e Joana Imaginário. É um curta de 10 minutos que apresenta as aventuras de uma criança e seu amigo pinguim em um parque de diversões. A fuga dos dois amigos para o parque é motivada pelas discussões entre a mãe autoritária e o pai bonachão da criança, que vivem brigando por causa da louça suja, da demora do marido no bar, das compras desnecessárias que ele faz para a sua coleção de canetas.

A animação se desenrola após a chegada da criança e do pinguim no parque de diversões, e ao se dirigirem para a casa do terror, onde encontram bruxas, monstros e diabos. A confusão que causam ao tentarem fugir da perseguição dos monstros atíca a fúria do dono da casa do terror, que tenta prendê-los, com a ajuda do seu mascote diabo. No entanto, por ter deixado a criança e o pinguim escaparem, o diabo é maltratado pelo seu dono, que se surpreende com a atitude dos fugitivos na tentativa de defendê-lo. Com essa atitude afetuosa, o diabo foge com Zé e o pinguim e passa a viver na sua casa.

Priorizando planos médios e planos-detelhe, *Zé e o Pinguim* também pode ser um exemplo da técnica de animação tradicional. Os traçados da animação, por sugerirem o desenho à mão, relembram as obras de arte modernista, como as pinturas da brasileira Tarsila do Amaral (1886 – 1973) e dos portugueses Almada Negreiros (1893 – 1970) e Amadeu de Souza Cardoso (1887 – 1918); e o expressionismo alemão, pela distorção de cenários e personagens, conforme as imagens abaixo:

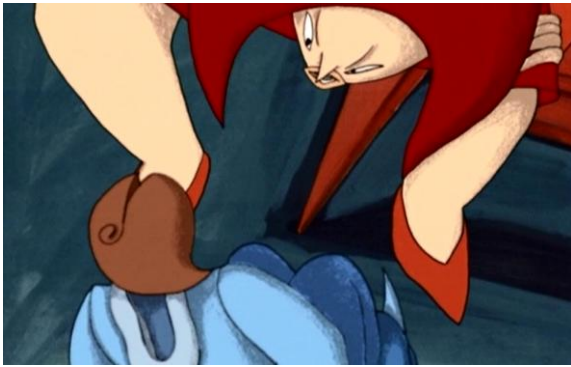


Figura 12: Exemplos do traçado utilizado de *Zé e o Pinguim*

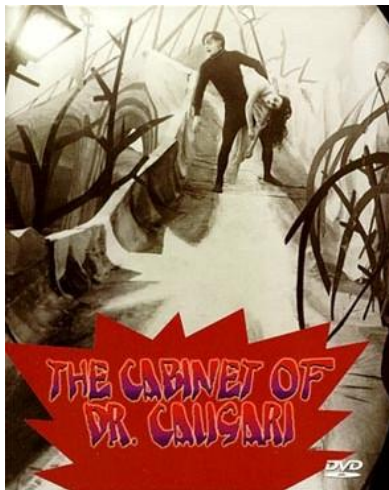


Figura 14: Capa do filme *O gabinete do Dr. Caligari*



Figura 13: *Maternidade*, 1935

De acordo com Valente (2001), “por ser construtora de um mundo próprio, a animação socorre-se de uma e outra arte, mergulha nas tecnologias artísticas e percorre o espaço do audiovisual de um modo relacionável, mas único”. Por esse motivo, é possível justificar as referências que as animações aqui analisadas possuem especialmente com as artes plásticas, como as imagens acima demonstram.

A quarta animação *Dá-me luz!* (2002), de Sérgio Nogueira, é a que possui menor duração, depois de *Living in the trees*. Em três minutos, é contada a história de um boneco, que tem uma auréola sob a cabeça e que caminha na escuridão. Ele tenta enxergar o caminho escuro até lembrar que carrega da mochila uma lanterna. Porém, no meio do percurso, a lanterna se apaga e o boneco olha para o céu em busca de alguma inspiração

para fazê-lo enxergar os seus passos. Nesse momento, surge um vagalume que voa sem direção e em movimentos rápidos e desorientados. O boneco tenta reconhecer aquela luz voadora, até que o vagalume penetra em seu coração, deixando-o iluminado. O boneco continua seu caminho, dessa vez sem precisar de qualquer lanterna.

A animação, por trabalhar com os movimentos de voo do vagalume, prioriza planos bastante curtos e rápidos, sem oferecer, em alguns momentos, uma leitura mais atenta. Assim como *Living in the trees* e *Zé e o Pinguim, Dá-me luz!* também pode ser enquadrada como exemplo de animação tradicional.

Logo após, vem *Histórias Desencantadas*, também do realizador Vítor Lopes, de *Living in the trees*. A produção de 2000 tem aproximadamente oito minutos e conta a história de uma criança que se interessava por filmes de guerra, de violência, de mortes. Até que uma noite, exausto pela longa sessão na TV de filmes sangrentos, o menino adormece e tem pesadelos com os personagens das famosas histórias infantis, como a Branca de Neve e os sete anões, Chapeuzinho Vermelho, Pinóquio e outros. Nos sonhos, todos os personagens considerados bondosos aparecem distorcidos, com caráter duvidoso e com comportamento oposto ao que se lê nas histórias verdadeiras.

Depois de muita agonia, a criança acorda e percebe que tudo não passou de um pesadelo. No entanto, o último plano da animação é o rosto de Chapeuzinho Vermelho, segurando uma espingarda do lado de fora do quarto da criança, apontando a arma pelo vidro da janela. O final sugere, portanto, algumas dúvidas para o espectador: será que, de fato, a criança teve um sonho ou o comportamento maldoso das personagens de histórias encantadas, sonhadas pela criança, são realmente verdadeiras em relação àquilo que o público infantil foi motivado a acreditar?

Para situar o espectador sobre a temática, a animação começa com um *pan* horizontal, que favorece o reconhecimento do cenário, com planos que destacam cartazes de filmes que ficaram conhecidos por cenas de violência, como *Star Wars* (1977) e *O Exterminador do Futuro* (1984), além dos sons – elemento indispensável para o entedimento da narração – relacionados à guerra, como tiros, metralhadoras e bombas. Logo no início, também se percebe um contraponto entre os filmes violentos e os livros de histórias encantadas que estão na prateleira do quarto. A imagem fortalece a indicação de que a personagem principal é uma criança, que vive em dois mundos diferentes: o violento e o encantado.

O próximo curta é a animação *O relógio de Tomás*, uma produção de 2010, que tem como realizador Claudio Sá e co-financiamento da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira/Portugal. Com sete minutos de duração, a estória fantástica do relógio de Tomás tem início com uma narração em voz *off*, que, em princípio, entende-se se tratar de um narrador em terceira pessoa. Ao final do filme, confirma-se que a voz *off* é de um narrador em primeira pessoa, ou seja, do próprio Tomás, que conta a sua história com o relógio encantado para a neta, que está quase a adormecer.

A neta, atenta, ouve o que avô relata sobre um menino que tinha extraído um dente e feito um pedido à fada do dente. Ao amanhecer, o menino olha por debaixo do travesseiro e vê que a fada do dente havia lhe deixado um presente em troca do seu dente: um relógio encantado, com poderes de adiantar o tempo. O menino, feliz, começa a brincar com o relógio e sempre que algo no seu dia a dia lhe chateava, ele adiantava as horas. Assim, ele já não precisaria esperar a aula entediante da escola acabar para voltar pra casa, ou aguardar o sábado seguinte para encontrar a namorada.

Mas, o menino cresceu, casou, teve filhos e sentiu, na velhice, que o tempo passou depressa demais, simplesmente porque decidiu desperdiçar momentos que poderiam ter sido bons. Vale ressaltar que, esteticamente, toda essa transição temporal é realçada na animação com os planos escolhidos (a animação começa e termina com um *over the shoulder* do avô, sugerindo uma perspectiva para o espectador), que oferecem a sensação de movimento; com a criatividade da transição de cenas e com o uso de sons característicos para referenciar as imagens.

Ao final da animação, o espectador descobre que tudo não passou de um sonho do próprio Tomás, e que, idoso, tenta repassar uma lição à neta: “uma das grandes desvantagens de termos pressa é o tempo que isso nos perder” – mensagem em *lettering* branco e em fundo preto que encerra a animação.

Por fim, o último curta de animação intitula-se *Um gato sem nome* (2009), cujo argumento e realização ficaram a cargo de Carlos Cruz e a produção executiva do produtor António Costa Valente, com apoio do Cine Clube de Avanca. Com duração de 15 minutos, *Um gato sem nome* é uma adaptação do livro homônimo da escritora Natércia Rocha, que conta a estória de Cláudia, uma garotinha que queria ser mosca para ouvir o que seus familiares estavam planejando sobre seu presente de aniversário. Com muita ansiedade, ela vive a véspera da sua festa de anos à espera que alguém revele que seu presente será uma

boneca que canta e dança. Porém, Cláudia fica decepcionada ao ouvir o pensamento da sua mãe, do seu pai e avó sobre os animais que tinham vontade de lhe oferecer como prenda.

A animação começa com um *pan* horizontal, para que o espectador identifique o cenário, e com imagens que priorizam um traçado distorcido, comum em quase todos os curtas aqui analisados. Assim como *O relógio de Tomás*, *Um gato sem nome* também joga com a narração em voz *off*, mas usando-a para que o espectador descubra o pensamento das personagens e, em alguns momentos, como voz dos animais, entre eles um gato, um cachorro, uma tartaruga, um canário e um peixe. Nessas situações, ao oferecer voz aos animais, o curta personifica estes personagens em detrimento de outros que aparecem nos planos.

A estória se desenvolve a partir da angústia de Cláudia em entender o porquê seus familiares queriam lhe oferecer animais como presentes de aniversário. A garotinha fica instigada sobre os supostos presentes e decide visitar um *pet shop* para descobrir o motivo. Porém, ela se surpreende com a fala do peixe azul, que faz um alerta sobre a importância em saber ler os olhos. Depois disso, no dia da sua festa, Cláudia decide presentear seus convidados com os animais que ela encontrou na loja, mas opta por ficar com o peixe azul, aquele que a ensinou a enxergar para além da voz.

Os desenhos de *Um gato sem nome* são inspirados nas pinturas do espanhol Joan Miró e a trilha sonora é assinada pelo compositor americano James Nick Phelps.



Figura 15: Obra da série *Constelações* de Joan Miró



Figura 16: Imagem de um dos planos de *Um gato sem nome*

5.3.2 Colaboratividade e exibição de *Um gato sem nome* e outros filmes

Em contraponto às outras produções audiovisuais analisadas, *Um gato sem nome e outros filmes* recorre a um processo colaborativo ou de *crowdsourcing* que não está subsidiada pelo ciberespaço. A colaboração neste projeto acontece na fase da exibição e, conseqüentemente, na distribuição, com a intenção de que as animações não ficassem restritas a apenas um suporte. Os seis realizadores, por terem produzido curtas entre três a 15 minutos, desejavam que os projetos fossem exibidos em salas de cinema de Portugal e em escolas, o que não era possível anteriormente por conta da curta duração de cada trabalho.

Conforme destaca Alves & Valente (2010), “tipicamente, num modelo de realização colaborativa entre diversos realizadores de contextos diferentes, a representação de um conceito manifesta-se na forma de uma multiplicidade conceptual na abordagem a um conceito comum” (p. 331). Assim, a colaboratividade em *Um gato sem nome e outros filmes* acontece neste patamar: a união de sete produções diferentes para que, juntas, pudessem ganhar outros espaços de exibição e serem distribuídas para outros públicos. Como resultado, a animação ganhou espaço para exibição em salas de aula de escolas portuguesas, com intuito pedagógico e recreativo.

Após a estreia da produção conjunta, no Cine Clube de Avanca, a animação já foi exibida em Aveiro, com seis sessões que reuniram mais de mil espectadores; Figueira da Foz; Estarreja; Coimbra; Faro; Abrantes; Açores; Sever do Vouga; e Guarda.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os avanços tecnológicos observados nos últimos anos e o surgimento de novos papéis para os atores sociais, enquanto usuários do ciberespaço, promoveram novas perspectivas e abordagens no que tangem os campos culturais. Da posição de consumidores ou usuários passivos, o público assumiu a função de produtor de conteúdo, especialmente pelo acesso facilitado aos recursos digitais, canais de exibição e distribuição gratuitos, além de *softwares* intuitivos.

Anteriormente, mesmo com a introdução do som, o aumento da velocidade, a inserção da cor e a grandiosidade das novas telas, a película cinematográfica, por quase 110 anos, evoluiu dentro de uma mesma base técnica, sem modificar “os elementos fundamentais da tecnologia original” (Luca, 2011: 223). Agora, o poder de criação atribuído à geração *Web 2.0* - que para alguns teóricos já se configura como *Web 3.0* – contribuiu para a mudança significativa de produtos, conteúdos e obras de arte colaborativas, em vários formatos e suportes, e destinadas a uma diversidade de usos e consumos (Abrams, 2011). Nesse contexto de colaboratividade ou de *crowdsourcing*, não são as competências técnicas ou acadêmicas que recebem destaque, mas sim as aptidões, experiências, ideias inovadoras e trabalho de qualidade realizados por intervenientes, sejam profissionais em determinado ramo ou amadores.

A partir disso, o campo cinematográfico, por se configurar como uma invenção artística autônoma, passou a usufruir do crescimento considerável de plataformas de interação e colaboração, como o *YouTube*, o *Facebook* e o *Twitter*, e a promover projetos que garantissem a intervenção dos usuários, colocando-os como produtores e, em alguns casos, como coautores. Assim, além da partilha de conteúdos fílmicos em formato *open-source* (Wagner, 2008), destaca-se a participação dos espectadores em etapas da produção de um projeto cinematográfico, em processos de colaboração ou *crowdsourcing* no cinema.

Portanto, traçada a pergunta de investigação - “Como se desenvolveu o processo colaborativo nos projetos *Life in a Day*, *No Amor* e *Um gato sem nome e outros filmes* e qual o resultado estético desse processo colaborativo nas referidas produções audiovisuais?” - e considerando a análise estética apresentada no capítulo 5, conclui-se que, mesmo imbuído pelo sentimento de cooperatividade, sinônimo do ato de colaborar, a grande maioria dos projetos audiovisuais colaborativos, com destaque para os produtos

analisados nesta investigação, realça a ação competitiva, já que a sugerida “colaboração” se concretiza em um contexto de seleção ou triagem, em que a criatividade, aliada à técnica e às qualificações pessoais, prevalecem. Ainda assim, mesmo com o fator da competitividade, o meio cinematográfico, que antes era representado como um espaço de difícil acesso, oferece nos últimos tempos uma abertura aos mais diversos tipos de contribuição.

Um dos motivos para a atual configuração deste cenário é a opção por produções de baixo orçamento e a viabilização de incentivos financeiros, já que por meio da ação colaborativa é possível repensar nos investimentos que envolvem uma produção cinematográfica. Em contrapartida, o que se verifica é que, mesmo diante de uma variedade de aplicações, processos e plataformas, ainda é prematuro afirmar que este novo cenário congregue apenas facilidades. Mesmo com a experiência de viver em um mundo globalizado, constituído pela conhecida Sociedade da Informação, a democratização de conteúdos a partir dos novos medias, por exemplo, é díspare.

Outro ponto que deve ser levado em consideração é que os trabalhos cinematográficos provenientes dessa vertente colaborativa ainda são tímidos e pontuais. Afinal, converter uma produção de um filme em um projeto interativo pressupõe limitações quanto à distribuição, que se dá efetivamente pela internet, e uma provável “renúncia” do cinema autoral. Logo, ainda é mais usual e confortável a escolha pelos ecrãs partilhados e pela versão clássica do gênero cinematográfico.

Mesmo assim, a questão que ainda permeia a discussão em torno do cinema colaborativo, verificado como um processo que ainda ocorre com certa pontualidade, e de outras produções artísticas e culturais, é se esta configuração do campo cultural justificaria a inauguração de novas indústrias culturais, como modelos de negócios e consumos da contemporaneidade. Em complemento, outro questionamento gira em torno da expressão “cinema colaborativo”: de fato, há colaboração no processo de produção cinematográfica ou o que se configura é um processo muito mais participativo do que colaborativo? Por fim, será que toda essa conjuntura tecnológica contribui para a propagação de um novo paradigma, que, conforme Parente (2004), está relacionado a uma sobreposição das relações em detrimento das essências?

Quanto à denominação de “cinema colaborativo” ou “*crowdsourcing* no cinema” para as produções aqui analisadas, apesar de suscitarem dúvidas, é possível inferir que, em

outro âmbito, o filme sempre será um produto que surge de um esforço coletivo de roteiristas, produtores, diretores, editores, atores, compositores. Desde o argumento até à distribuição, o cinema será um trabalho em equipe, uma arte coletiva, combinada com um mercado volátil e de difícil controle.

Contudo, se partimos das considerações feitas por Axel Burns (2008: 24-27), que define que a *produtilização* (processo em que o cinema colaborativo se enquadra) está alicerçada em quatro princípios - participação aberta e avaliação comum, ausência de hierarquia e meritocracia, objetos sempre em processo contínuo de conclusão, propriedade comum e recompensas individuais - os casos aqui analisados não poderiam servir como exemplos deste processo. Por isso, a partir dos filmes analisados, infere-se que a resposta para a segunda questão acima está relacionada à limitação de participação dos usuários nas fases de pré-produção, produção e pós-produção. Tanto o documentário *Life in a Day*, quanto o média-metragem *No Amor*, promoveram relações distintas com os *prosumers*, o que qualifica que o conteúdo/material enviado, que tinha o intuito de colaborar com a concretização do produto final, está muito mais próximo de uma ação participativa do que essencialmente colaborativa, especialmente por estar atrelada à construção coletiva. Os dois projetos já tinham sido previamente estruturados pela equipe de produção, com roteiros e critérios estabelecidos para que os *prosumers* pudessem segui-los, ainda que de forma livre.

Todavia, mesmo levantando a discussão entre o que seria cinema colaborativo e participativo, *Life in a Day* ilustra categoricamente o *boom* que a internet pode promover com o uso de estratégias de divulgação através das redes sociais. Não foi à toa que a quantidade de vídeos enviados alcançou a marca de 80.000 conteúdos e que majoritariamente a visualização do produto final se efetivou pelo próprio *YouTube*, mesmo com exibições do documentário em outros suportes e espaços. O que se observa é que por ser um produto *transmedia*, suas características incluem a difusão ampliada, sobretudo quando este fator está associado às plataformas mediáticas e interativas como o *YouTube*.

No que tange a análise estética dos filmes *Life in a day*, *No Amor* e *Um gato sem nome outros filmes* - foco desta investigação -, apesar de concebê-la como interminável, já que por mais que se deseje alcançar um grau de precisão e extensão, sempre sobrar algo para ser analisado, conclui-se que, apesar de terem sido produzidos para novos dispositivos e/ou suportes, os filmes, esteticamente, revisitam modelos cinematográficos tradicionais.

Assim como a maioria dos gêneros do cinema buscou inspiração, especialmente, nas artes plásticas, ainda hoje, mesmo com as novidades e possibilidades que a tecnologia digital oferece, as produções audiovisuais ainda fazem referência ao traçado gótico do expressionismo alemão, aos planos subjetivos do impressionismo francês, à temática do western norte-americano e a outras formas artísticas.

O retorno ao “passado” sempre vai acontecer em algum grau. Jenkins (2008) não estava equivocado ao criar o termo “convergência”, pois mesmo que ele faça referência à convergência midiática, que busca a redefinição dos papéis das *medias* tradicionais para a coexistência com os novos *medias*, é possível aplicá-lo aos conceitos estéticos historicamente contruídos e que comumente são revisitados.

Por fim, é válido destacar que, apesar da rapidez das últimas mudanças, de forma geral, elas ainda esbarram na dificuldade em se atrair créditos para financiar iniciativas que preveem o uso de novos suportes, dispositivos e relações. No entanto, tem-se uma certeza: o cinema atual, que inclui o cinema digital, o cinema colaborativo, o cinema participativo, o cinema interativo e outros tipos de cinema, ingressa num processo que resultará, sempre, em um ritmo indescritível de mudanças tecnológicas. Essas mudanças estarão, de certa forma, esteticamente presentes no pequeno ao maior ecrã.

6.1 Reflexão Crítica

Apesar de ter sido um tema que no início causou estranheza por ser, relativamente, um assunto novo nas discussões acadêmicas, as questões em torno do cinema colaborativo instigaram-me na busca por trabalhos, exemplos e bibliografias que minimizassem outra estranheza identificada durante a investigação: a escassez de material científico referente à área.

No entanto, observo que ter seguido em frente com o estudo proporcionou um direcionamento eficaz quanto à análise dos produtos audiovisuais escolhidos, demarcando um território fértil no que concerne à produção audiovisual, colaborativa ou não. É importante mencionar que a quantidade de filmes analisados pode ter sido insuficiente para trazer à tona uma característica específica ou a identificação de um modelo que abarque etapas colaborativas no cinema. Esta é uma das desvantagens que encontro quando se prioriza estudo de casos.

6.2 Limitações no decurso da investigação

A concretização deste trabalho incorreu na presença de alguns entraves durante a fase de investigação para a definição dos produtos audiovisuais que seriam analisados. Antes de optar pela análise da animação portuguesa *Um gato sem nome e outros filmes*, o projeto de dissertação elencava o documentário *Rio, eu te amo*, ainda em andamento. No entanto, após contato com a equipe de produção, foi informado por email que o filme não incluía qualquer etapa colaborativa – ao contrário do que é divulgado no site do projeto -, o que me fez desistir de analisá-lo.

No meio da caminhada de elaboração deste documento e em conversas com o orientador, decidiu-se oferecer espaço à análise de uma produção portuguesa, a qual já deveria ter sido contemplada no início da confecção do projeto. A mudança da obra audiovisual causou um certo incômodo para a pesquisa, pois a etapa colaborativa presente na animação portuguesa se diferenciava do viés teórico a qual as outras duas – *Life in a Day* e *No Amor* – estavam imbuídas. No entanto, após inúmeras leituras, verificou-se que *Um gato sem nome e outros filmes* era imprescindível para fazer um contraponto com outros processos colaborativos que existem no cinema.

Outro ponto que deve ser mencionado é que o filme brasileiro *No Amor*, disponível na íntegra pelo site do Canal Brasil, foi retirado da rede sem qualquer justificativa exposta na página oficial. Cheguei a analisá-lo por meio de visualização no próprio site até antes do mês de novembro de 2013, porém não pude utilizá-lo como recurso visual da minha defesa devido à sua indisponibilidade no canal.

6.3 Perspectivas de Estudos Futuros

A partir dos fatos e conclusões apresentadas, está sendo estruturado um projeto de investigação para um futuro doutoramento, o qual aprofunda algumas dimensões de estudo referidas neste trabalho, e sugere soluções que permitam dinamizar a concretização de iniciativas de *crowdsourcing* destinadas à área da produção cinematográfica.

Assim, um dos frutos desta investigação é a proposta de pesquisa que prevê a criação de uma plataforma digital colaborativa, assente na Web, destinada a preservar a

memória audiovisual de países como Brasil e Portugal. A intenção é permanecer na linha de pesquisa sobre cinema colaborativo, mas, desta vez, viabilizando a criação de um protótipo de plataforma que agregue informações referentes ao cenário audiovisual brasileiro e português, e que ainda sirva de repositório virtual, como espaço de mediação, colaboração e interação entre os agentes, que direta ou indiretamente constroem estes cenários e participam da sua memória.

REFERÊNCIAS

Abujamra, M. (2013, Junho). [Entrevista pessoal]

Allen, R. C. & Gomery, D. (1995). *Film History, Theory and Practice*. Nova York: MacGraw-Hill.

Allport, F. H. (1920). *The influence of the group upon association and thought*. Journal of Experimental Psychology, v. 7, p. 48-58.

Alves, L. A. F. & Valente, A. C. (2010). “Aqui/Here”, um projecto que unirá 10 avenidas de 10 cidades do mundo no cinema. In: *Avanca /Cinema 2010, Tomo II*. Avanca: Edições Cine-Clube de Avanca.

Alves, L. A. F. (2011). *O design de pré-produção na criação cinematográfica colaborativa*. Aveiro: Universidade de Aveiro. Dissertação de Mestrado.

Archak, N. & Sundararajan, A. (2009). *Optimal Design of Crowdsourcing Contests*. International Conference on Information Systems. A. E. Library. Phoenix, Arizona, AIS Electronic Library.

Arriga, M., & Levina, N. (2008). *Social dynamics in online cultural fields*. Presented at the meeting of the 29th International Conference on Information Systems (ICIS'08), Paris.
Mendes Filho, L. A. M., Tan, F. B., & Mills, A. (2012). User-generated content and travel planning: An application of the theory of planned behaviour. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo, 6(3), pp. 280-289, set./dez. 2012.

Aumont, J.; Marie, M. (2004). *A análise do filme*. Lisboa: Texto & Grafia.

Barábasi, A.-L. (2003). *Linked. How everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life*. New York: Plume.

Bolter, J. D. e Grusin, R. (2002). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.

Borde, R. & Bouissy, A. (1960). *Le néo-réalisme italien: Une expérience de cinema social*. Lausanne: Clairefontaine.

Bordwell, D. (1974). *French inpressionist cinema: Film culture, film theory and film style*. Iowa: University of Iowa (Mimeo).

Bott, E. (1976). *Família e Rede Social*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves.

Burns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Producers*. Peter Lang: Nova Iorque, Washington, Baltimore, Berna, Frankfurt, Berlim, Bruxelas, Viena, Oxford.

Cánepa, L. L. (2006). Expressionismo Alemão. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 55-88.

Cánepa, L. L. (2006). Cinema Novo Alemão. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 311-330.

Canizal, E. P. (2006). Surrealismo. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 143-155.

Carvalho, J. E. (2009). *Metodologia do Trabalho Científico: saber-fazer da investigação para dissertações e teses* (2ª ed.). Lisboa: Escolar Editora.

Carvalho, M. S. (2006). Cinema Novo Brasileiro. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 289-309.

Castells, M. (1996). *The rise of network society*. Oxford and Malden, Mass.: Blackwell.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2010). Internet e sociedade em rede. In: MORAES, D. (org.) (2010). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record; p. 255 – 287.

Chiarini, L. (1974). Discurso sul neorealismo. In: *Sul neorealismo: Testi e documenti (1939-1955)*. *Quaderno informativo 59*. Pesaro: X Mostra Internazionale dei Nuovo Cinema, pp. 177-186.

Cialdini, R. B. *Influence: how and why people agree to things*. 1ª ed. New York: Morrow; 1984.

Couchot, E. (1998). *La Technologie dans l'art. De la photographie à la réalité virtuelle*, Paris: Éditions Jacqueline Chambon.

Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Almedina.

Costa, F. C. (2006). Primeiro Cinema. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 17-52.

Cotta, R. R. M.; Souza, S. F. (2010). Cinema e Cultura Digital: uma abordagem colaborativa. In: *Anais do VI Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Salvador, Bahia.

Cowie, E. (1993). Film noir and women. In: Copjec, J. (org.). *Shades of noir*. Londres: Verso.

Cruz, C.; Sá, C.; Lopes, V.; Lança, F.; Jordão, C.; Nogueira, S. (diretores). (2011). *Um gato sem nome e outros filmes*. [animação]. Avanca: Cine Clube de Avanca.

Cunha, A. G. (2010). *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital.

Deleuze, G. (1990). *A imagem-tempo*. São Paulo: Brasiliense.

D'Eça, T. (1998). *NetAprendizagem: a internet na educação*. Porto: Porto Editora.

Edo, C. (2007). *O formato da notícia, a linguagem e os gêneros*, in: Barbosa, S. (2007). *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã. p. 13

Eisner, L. (1985). *A tela demoníaca: As influências de Max Reinhardt e do expressionismo*. São Paulo: Brasiliense.

Elsaesser, T. (1989). *The new german cinema: A history*. New Jersey: Rutgers University Press.

Elsaesser, T. (2000). *Weimar cinema and after: Germany's historical imaginary*. Londres: Routledge.

Fabris, M. (2006). Neo-realismo Italiano. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papyrus. pp. 191-219.

Felinto, E. (2006). Cinema e Tecnologias Digitais. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papyrus. pp. 413-428.

Freire, P. (2011). *Educação e mudança*. 34º Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Geisler, G., Willard, G. & Whitworth, E. (2010). *Crowdsourcing the Indexing of Film and Television Media*. Texas: School of Information, University of Texas at Austin.

Gomes, P. E. S. (1984). *Jean Vigo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Gonçalves, R. (2008). *Walter Benjamin e a importância do cinema na modernidade*. Revista Eletrônica do Grupo PET. Ciências Humanas, Estética e Artes da Universidade Federal de São João Del Rei, Ano IV.

Hennebelle, G. (1978). *Os cinemas nacionais contra Hollywood*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Howe, J. (2008). *Crowdsourcing - Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. Crown Business. ISBN 0307396207.

Hutcheon, L. (1991). *Poética do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Imago.

Jamesson, F. (1995). *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal.

Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. 1. ed. São Paulo: Editora Aleph.

- Joly, M. (2002). *A Imagem e a sua Interpretação*. Lisboa: Edições 70.
- Kaes, A. (1997). The new german cinema. In: *Nowell-Smith, G. The Oxford history of world cinema*. Oxford: Oxford University Press.
- Katz, E. (1996). *The Macmillan International film encyclopedia*. Nova York: MacMillan.
- Kelley, H. H. & Thibaut, J. W. (1978) *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. New York: Wiley-Interscience.
- Latané, B. (1981). *The psychology of social impact American Psychologist*, v. 36, n. 4, pp. 343-356.
- Lemieux, V. (2000). *À quoi sert les réseaux sociaux?*. Québec: Les Éditions de l'IQRC.
- Lévy, P. A. (2007). *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. 6ª ed. São Paulo: Editora 34.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2009). *A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina.
- Luca, L. G. A. de (2011). *Cinema digital e 35mm: técnicas, equipamentos e instalação de salas de cinema*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Machado, A. (2007). *O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço*. São Paulo: Paulus.
- Maltby, R. (1998). Nobody knows everything: Post-classical historiographies and Consolidated entertainment. In: Neale, S. e Smith, M. (orgs.). *Contemporary Hollywood cinema*. Londres: Routledge.
- Manevy, A. (2006). Nouvelle Vague. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 221-252.
- Marconi, M. A. (2001). *Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo: Atlas.
- Marques de Melo, J. & Gobbi, M. C. (orgs.) (1999). *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano*. São Bernardo do Campo, SP: UMESP.
- Marsolais, G. (1974). *Uaventure du direct*. Paris: Seghers.
- Martín-Barbero, J. (2006). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martins, F. A. C. (2006). Impressionismo Francês. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 89-107.

- Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus.
- Mascarello, F. (2006). Film Noir. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 177-188.
- Mascarello, F. (2006). Cinema Hollywoodiano Contemporâneo. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 333-360.
- Merklé, P. (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris: La Découverte.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard.
- Morin, E. (1970). *O cinema e o homem imaginário: Ensaio de antropologia*. Lisboa: Moraes.
- Musso, P. (2004). A filosofia da rede. In: Parente, André. (org.). *Tramas da rede*. Porto Alegre: Sulina. pp. 17-38;
- Nazário, L. (1999). *As sombras móveis: Atualidade do cinema mudo*. Belo Horizonte: UFMG.
- Neale, S. (2000). *Genre and Hollywood*. Londres: Routledge.
- Palazzo, L. A. M., Ulysséa, M. C., Porto, P. R. (2001). *Comunidades virtuais de Aprendizado Adaptativo*. México: Cuernavaca. p. 268 – 276.
- Pardal, L., & Correia, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social* (1ª ed.). Porto: Areal Editores.
- Parente, A. (2000). O cinema direto. In: *Narrativa e modernidade: Os cinemas não-narrativos do pós-guerra*. Campinas: Papirus.
- Parente, A. (2004). *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulina.
- Pasolini, R. R. (1982). *Empirismo herege*. Lisboa: Assírio e Alvim.
- Penteado Filho, R. C. (2007). *Organizações Inteligentes: Guia para a competitividade e sustentabilidade nos negócios*. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica.
- Pucci Jr., R. L. (2006). Cinema Pós-Moderno. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 361-378.
- Renó, D. (2007). *Narrativa audiovisual: uma possibilidade de interatividade na internet*. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Editora Intercom.
- Richardson, W. (2006). *Blogs, wikis, podcasts and other powerful web tools for classroom*. Tousand Oaks, USA: Corwin.

- Robinson, D. (2000). *O gabinete do dr. Caligari*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Rocha, G. (1981). *Revolução no Cinema Novo*. Rio de Janeiro: Alhambra/Embrafilme. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- Ruivo, F. (2000). *O Estado Labiríntico: o poder relacional entre poderes local e central em Portugal*. Porto: Afrontamento.
- Santaella, L. (2003). *Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus.
- Santaella, L.; Lemos, R. (2010). *Redes Sociais Digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.
- Santaella, L.; Noth, W. (2004). *Comunicação & Semiótica*. São Paulo: Hacker Editores.
- Santaella, L.; Noth, W. (2005). *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?*. São Paulo: Paulus.
- Schatz, T. (1993). The new Hollywood. In: Collins, J.; Radner, H. e Collins, A.P. (orgs.). *Film theory goes to the movies*. Nova York: Routledge.
- Silva, J. (2009). *Comunicação e Indústria Audiovisual: Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90*. Porto Alegre: Sulina.
- Smith, M. (1998). Theses on the philosophy of Hollywood history. In: Neale, S. e Smith, M. (orgs.). *Contemporary Hollywood cinema*. Londres: Routledge.
- Tapscott, D. & Williams, A. (2007). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. EUA: Paradigm Learning Corporation.
- Teixeira, F. E. (2006). Documentário Moderno. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 253-287.
- Thompson, K. & Bordwell, D. (2003). *Film History, an Introduction*. Nova York: McGraw-Hill.
- Toffler, A. (2012). *A terceira onda*. São Paulo: Editora Record.
- Valente, A. C. (2001). *Cinema sem Actores - novas tecnologias da animação centenária*. Avanca: Edições Cine-clubes de Avanca.
- Vernet, M. (1993). Film noir on the edge of doom. In: Copjec, J. (org.). *Shades of noir*. Londres: Verso.
- Viveiros, P. (2005). *A Imagem no Cinema: história, teoria e estética*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2ª edição.

Vugman, F. S. (2006). Western. In: Mascarello, F. (org.) (2006). *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus. pp. 159-175.

Watts, D. J. (2003). *Six Degrees: The Science of a Connected Age*. Nova York: W. W. Norton & Company.

Weibel, P. e Shaw, J. (orgs.) (2003). *The cinematic imaginary after film*. Cambridge: The MIT Press.

Wellman, B.; Berkowitz, S. D. (orgs.) (1991). *Social Structures. A Network Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wolton, D. (2010). *Informar não é comunicar*. 1ª Ed. Porto Alegre: Editora Sulina.

Wyatt, J. (1994). *High concept: Movies and marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.

WEBGRAFIA

Abrams, S. (2011). *Beyond a Social Network. The Independent*. Disponível em: http://www.aivf.org/magazine/2011/03/Steven_Abrams_SXSW_film_fundriasing_technology Acesso em 14/10/2013.

Abujamra, M. & Marinho, M. (2012). (diretores). *No Amor*. Brasil: Dona Rosa Filmes. Disponível em: <http://canalbrasil.globo.com/programas/no-amor/index.html> Acesso em: 23/01/2013.

De La Torre, A. (2005). *Web educativa 2.0: volviendo a la lectura-escritura*. Disponível em: http://www.adelat.org/media/presen/web_20.pdf Acesso em: 21/01/2013.

Feldman, I. (2010). O cinema brasileiro contemporâneo. Disponível em: <http://www.telabr.com.br/noticias/2010/11/05/o-cinema-brasileiro-contemporaneo/> Acesso em: 21/03/2013.

MacDonald, K. (diretor). (2011). *Life in a day*. [Documentário]. Estados Unidos: YouTube. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/lifeinaday/> Acesso em: 21/01/2013

MacDonald, K. (2011). *Life in a Day: Around the world in 80,000 clips*, The Guardian. Disponível em: <http://www.guardian.co.uk/film/2011/jun/07/life-in-a-day-macdonald> Acesso em: 21/01/2013.

O'Reilly, T. (2005). *What is web 2.0? Designs patterns and business model for the next generation of software*. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> Acesso em: 21/01/2013.

Portugal, S. (2007). *Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica*. Faculdade de Economia e Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Oficina do CES, nº 271. Disponível em: <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/271.pdf> Acesso em: 23/01/2013.

Recuero, R. (2005). *Comunidades Virtuais em Redes Sociais: uma proposta de estudo*. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/seminario2005.pdf> Acesso em 25/01/2013.

Wagner, V. (2008). *Crowdsourcing the Movie-Making Process*. LinuxInsider. Disponível em: <http://www.linuxinsider.com/story/Crowdsourcing-the-Movie-Making-Process-65274.html> Acesso em: 14/10/2013.

Xavier, C. (2009). *Características do cinema nacional a partir dos anos 90*. Disponível em: <http://www.rua.ufscar.br/site/?p=1769> Acesso em 15/10/2013.

ANEXOS

Anexo 1:

REGULAMENTO “NO AMOR” - TERMOS DE USO E CONDIÇÕES GERAIS

Estes Termos e Condições Gerais (doravante denominados "Termo de Uso") do Produto "No Amor" (doravante denominado "Produto") regulamentam a utilização do mesmo que a CANAL BRAZIL S.A., com sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, na Av. das Américas, nº 1650, Bl. 04, Sala 301, Barra da Tijuca, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 02.608.224/0001-06 (doravante denominada "CANAL BRASIL") e DONA ROSA FILMES LTDA., com sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, na Av. Visconde de Pirajá, nº 580, sala 405, Ipanema, inscrita no CNPJ/MF sob o 06.130.502/0001-13 (doravante denominada “DONA ROSA” e quando em conjunto com a CANAL BRASIL, “PRODUTORAS”) disponibilizam gratuitamente ao COLABORADOR através do Site www.canalbrasil.com.br/ (doravante denominado o "Site").

A utilização do Produto atribui à condição de usuário do Produto (doravante denominado, o “COLABORADOR”) e expressa a aceitação plena e sem reservas do mesmo de todas as cláusulas e itens deste Termo de Uso e de todos os demais documentos a ele aplicáveis, tais como a Política de Privacidade do Portal Globo.com. Fica certo, desde já, que todos os demais avisos, regulamentos e instruções do Portal Globo.com integram e complementam o presente Termo de Uso, no que não divergirem do presente instrumento, inclusive, mas não limitadamente, as normas relativas ao Termo de Uso.

CLÁUSULA PRIMEIRA: DO OBJETO

1.1. O presente Termo de Uso estabelece a Cessão Universal de Direitos Autorais dos vídeos (doravante denominado "Material") de criação exclusiva do COLABORADOR, que será fornecido diretamente à CANAL BRASIL, de forma gratuita, para sua exibição e/ou exploração comercial no Site e/ou em TV de qualquer espécie (aberta e/ou fechada), bem como qualquer outra mídia de exibição, independente do território, a critério das CANAL BRASIL e de acordo com os termos e condições estabelecidos no presente.

1.1.1. O Material a ser enviado deverá seguir o seguinte tema: Envie um vídeo para dar continuidade ao último trecho postado na página do programa No Amor (www.canalbrasil.com.br/programas/no-amor). Os vídeos vencedores serão selecionados por um júri oficial, escolhido pelas PRODUTORAS, e irão integrar a obra audiovisual intitulada “No Amor” (doravante denominado “Programa”). Serão escolhidos os 04 (quatro) vídeos mais criativos e interessantes, sendo 1 (um) por etapa – conforme cronograma estabelecido no item 1.1.3 enviados pelos COLABORADORES à PRODUTORAS, através do Produto.

1.1.2. O Material deverá possuir de 02 a 04 (quatro) minutos de duração, com tamanho máximo de 50MB, sob pena de exclusão caso não esteja adequado nestes critérios de duração e tamanho, e poderá ser gravado através de uma câmera digital, [webcam](#) ou

celular. Caso o material seja selecionado, o autor do vídeo deverá enviar o material bruto em formato HD (720 ou 1080), e em janela 16:9.

1.1.3. Haverá 04 (quatro) etapas de seleção dos vídeos, desta forma, o COLABORADOR deverá enviar o Material nos períodos compreendidos entre:

1ª Etapa: dia 16 de janeiro de 2012 até o dia 15 de março de 2012.

2ª Etapa: dia 19 de março até 26 de abril de 2012.

3ª Etapa: dia 30 de abril até 31 de maio de 2012.

4ª Etapa: dia 04 de junho até 05 de julho de 2012.

1.1.3.1. Os vídeos escolhidos serão sempre divulgados e ficarão em destaque no Site do Canal Brasil, no primeiro dia da abertura das etapas 2, 3 e 4 respectivamente (divulgação do vencedor da primeira etapa: 19/03; divulgação do vencedor da segunda etapa: 30/04; divulgação do vencedor da terceira etapa: 04/06; divulgação do vencedor da quarta etapa: 09/07).

1.2. A PRODUTORA poderá selecionar, a seu exclusivo critério, até 04 (quatro) vídeos, sendo 01 (um) por cada etapa prevista no item 1.1.3, para serem exibidos: (i) em TV aberta e/ou fechada, em horário e dias a serem determinados exclusivamente pelo CANAL BRASIL; (ii) na Internet, no Site ou no Portal do Canal Brasil e/ou da Globo.com (www.video.globo.com), ou, ainda, (iii) em qualquer outra mídia de exibição, a critério da CANAL BRASIL, tudo conforme previsto neste Termo de Uso.

1.2.1. Fica estabelecido que um mesmo COLABORADOR poderá ser vencedor de mais de uma etapa, contudo, desde que forneça mais de um Material, respeitando as datas previstas no item 1.1.3.

1.3. Todo Material enviado, com exceção do Material que não atender as normas estabelecidas neste Termo de Uso, poderá ser disponibilizado na internet, e apenas alguns COLABORADORES poderão vir a ser selecionados para integrar o Programa.

1.3.1. Fica estabelecido que não há qualquer relação entre o Material que tiver maior ranking ou curtidas ou “share” (votos dos internautas) no Site e o eventual convite a quaisquer dos COLABORADORES para participar do Programa, ficando a escolha dos mesmos a exclusivo critério da CANAL BRASIL.

CLÁUSULA SEGUNDA: DO CADASTRAMENTO

2.1. A adesão ao Termo de Uso será considerada efetivada através do seguinte procedimento:

(i) o COLABORADOR deverá [completar](#) o processo prévio de cadastramento online no Site www.canalbrasil.com.br/, fornecendo as seguintes informações: nome completo; sexo; data de nascimento; CPF; endereço; telefone; e-mail para contato; cidade; estado; país; login de acesso e senha;

Esclarece-se que é tecnicamente impossível que os COLABORADORES escolham como login palavras, expressões ou conjuntos gráfico-denominativos que já tenham sido escolhidos anteriormente por outros COLABORADORES, e reconhecem os COLABORADORES ser vedada a escolha de expressões malsoantes, injuriosas, coincidentes com marcas de produtos ou serviços de terceiros, denominações sociais, expressões publicitárias, nomes ou pseudônimos de personalidades públicas, de pessoas famosas ou registrados por terceiros, ou que não remetam à identidade do COLABORADOR e, em geral, contrários à lei, à ordem ou às exigências da moral e dos bons costumes comumente aceitos. Além disso, é terminantemente proibido o uso de nomes de marcas, programas, produtos ou serviços de propriedade ou oferecidos pela CANAL BRASIL ou de qualquer uma de suas sociedades direta ou indiretamente controladas, controladoras ou sob controle comum.

(ii) o COLABORADOR deverá ter 18 anos completos, no mínimo, e ser plenamente capaz, sob pena de ter seu Material excluído do Site.

(iii) o COLABORADOR, após cadastrar-se e realizar seu login, fornecendo a senha e aceitando o presente Termo de Uso, nos termos da cláusula 7.5 infra, poderá fornecer o Material para divulgação pela CANAL BRASIL de acordo com a Cláusula Terceira infra. O conteúdo do Material deverá respeitar o tema indicado na cláusula 1.1.1 supra.

(iv) desde que o Cadastro tenha sido completado com sucesso e o COLABORADOR tenha informado seu nome para crédito de autoria, o material poderá ser publicado, exibido e/ou comercializado com a atribuição de crédito de autoria, a critério das PRODUTORAS. Caso o Material seja enviado sem a indicação do nome do COLABORADOR e não haja sua posterior identificação, as PRODUTORAS atribuirão o crédito de INTERNAUTA ANÔNIMO.

2.1.1. O COLABORADOR deverá ter o máximo de atenção quando de sua adesão através da Web, ficando certo, desde já, que as PRODUTORAS não se responsabilizam por erros do COLABORADOR no seu cadastramento, como, por exemplo, cadastro duplo na Web, informação errada de dados, etc.

2.2. O COLABORADOR poderá criar apenas um cadastro no Produto, porém poderá enviar mais de um Material.

CLAUSULA TERCEIRA: DA CESSÃO DE DIREITOS

3.1. O COLABORADOR, por este instrumento e na melhor forma de direito, cede e transfere às PRODUTORAS, na integralidade e a título universal e gratuito, para fins de utilização e/ou comercialização a qualquer tempo, no Brasil e/ou no Exterior, por um número ilimitado de vezes, todos os direitos patrimoniais de autor sobre o Material ora cedido, sem quaisquer ônus, para (i) exibição através da Internet; (ii) exibição nas Tecnologias de Plataforma Wireless; (iii) exibição em televisão de qualquer espécie (televisão aberta ou televisão por assinatura), através de todas as formas de transporte de sinal existentes, exemplificativamente UHF, VHF, cabo, MMDS, satélite, Internet Protocol (IPTV) e TVA, bem como independentemente da modalidade de comercialização empregada, incluindo “pay tv”, “pay per view”, “subscription video on demand”, “near video on demand” ou “video on demand”, independentemente das características e

atributos do sistema de distribuição, abrangendo plataformas analógicas ou digitais, com atributos de interatividade ou não; (iv) exibição em qualquer outra mídia, incluindo, mas não se limitando a telefonia móvel, rádio, portais de voz, mídia impressa ou eletrônica, mala direta, calendários, jornais e revistas, marketing viral entre outros, bem como (v) exibição em quaisquer locais públicos e/ou privados, incluindo, mas não se limitando a supermercados, aeroportos e vôos nacionais e internacionais, hotéis, bares, restaurantes, shopping centers, estações rodoviárias, metroviárias, ferroviárias e seus respectivos veículos de transporte coletivo, podendo, ainda, reduzi-lo, alterá-lo, compactá-lo ou editá-lo.

3.2. O COLABORADOR autoriza, ainda, a realização de publicidade e promoções relativas à exploração dos ditos Direitos de Propriedade Intelectual e Autorais, concedendo às PRODUTORAS que desde já expressa a sua aceitação, a Cessão total dos respectivos Direitos de Propriedade Intelectual e Autorais sobre tal Material necessários para a exploração dos mesmos. Em razão da Cessão Universal de Direitos ora realizada, e tendo em vista tratar-se de obra coletiva, o Material utilizado durante a vigência deste Termo de Uso e incorporado pelas PRODUTORAS será explorado por esta a seu exclusivo critério e permanecerá armazenado, por tempo indeterminado, na base de dados da CANAL BRASIL para consulta/pesquisa de seus usuários, sem prejuízo do aqui estabelecido e sem qualquer custo para a CANAL BRASIL.

3.3. Compreende-se nesta Cessão todo direito necessário para a exploração total e pacífica do Material pelas PRODUTORAS, pelo prazo de vigência dos Direitos de Propriedade Intelectual a eles relativos, tais como o de editar, utilizar, fruir e dispor, no todo ou em parte, exibir ao público no meio internet, intranet e/ ou nas Tecnologias de Plataforma Wireless ou fora deles, bem como através de telefonia móvel, televisão de qualquer espécie, rádio, mídia impressa ou online e/ou por qualquer outro tipo de mídia, incluindo o arquivamento em base de dados, armazenamento em computador e demais formas de arquivamento do gênero e todas as formas, presentes e futuras, de utilização e exploração dos mesmos, a exclusivo critério das PRODUTORAS, além da utilização dos direitos para divulgação do Material no meio Internet ou em qualquer outro tipo de mídia, conforme previsto neste Termo de Uso.

3.4. O COLABORADOR está plenamente ciente e de acordo que todo e qualquer Material fornecido formará uma obra coletiva de titularidade das PRODUTORAS e ficará em arquivos da base de dados das PRODUTORAS passíveis de serem acessados por mecanismos de busca próprios das PRODUTORAS ou de terceiros por tempo indeterminado.

3.5. O COLABORADOR garante ser titular dos direitos autorais morais e patrimoniais sobre o Material fornecido, os direitos para exploração de voz, imagem e nome, todos relativos ao Material, tendo inclusive o direito de dispor (com exceção dos direitos morais de autor) dos mesmos no Termo de Uso presente.

3.6. O COLABORADOR cede e transfere às PRODUTORAS, em caráter definitivo, irrevogável, irretroatável e sem qualquer ônus, todo e qualquer direito patrimonial de autor relativo ao Material de cuja criação venha a participar ou que venha a fornecer como COLABORADOR, bem como, declara-se ciente de que o Material por ele enviado às PRODUTORAS poderá ser utilizado em associação com outros textos, títulos,

documentos, gráficos e demais materiais de propriedade das PRODUTORAS, sem que para isso seja devida qualquer remuneração ao COLABORADOR.

3.7. Os direitos e obrigações decorrentes deste documento poderão ser cedidos a qualquer empresa pertencente direta ou indiretamente à CANAL BRASIL, ou que seja controladora desta ou esteja sob controle comum ao da CANAL BRASIL.

3.8. A CANAL BRASIL não efetuará qualquer tipo de remuneração em razão do envio do Material pelo COLABORADOR, sendo que a premiação será a exibição do Material e haverá um ressarcimento dos custos de produção do Material, no valor de até R\$1.000,00 (mil reais) a ser feito a cada um dos vencedores das etapas, diretamente pela DONA ROSA, por conta e ordem da CANAL BRASIL.

3.9. O COLABORADOR declara ter plena ciência e concorda que as PRODUTORAS poderão utilizar o Material na dinâmica de qualquer programa da CANAL BRASIL, podendo, portanto, realizar comentários acerca das características do COLABORADOR e do seu desempenho, declarando, ainda, que tais comentários não lhe causarão danos de qualquer natureza.

3.10. Os COLABORADORES, no ato de inscrição no Produto, aderem a este Termo de Uso, e autorizam a divulgação de seu nome e respectivo Material e o uso gratuito de suas imagens e vozes no Portal, em fotos, cartazes, filmes e/ou spots, jingles e/ou vinhetas, em qualquer tipo de mídia, peças promocionais e campanhas online, para a divulgação do Produto, existente ou ainda a ser criado, e/ou do Canal Brasil.

3.11. O COLABORADOR declara estar ciente de que o Material poderá ou não ser selecionado, e, conseqüentemente, utilizado ou não pelas PRODUTORAS, a seu exclusivo critério e sem limitação de prazo, ficando desde já ajustado que o Material enviado pelo COLABORADOR, selecionado ou não, poderá ser descartado a qualquer tempo pelas PRODUTORAS, a seu exclusivo critério, independente de notificação prévia.

CLÁUSULA QUARTA: DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES

4.1. Entende-se por má ou inadequada produção e utilização do Material, exemplificativamente:

4.1.1. Em desrespeito à legislação brasileira, de um modo geral e, em especial, às leis de direito autoral e/ou de propriedade intelectual;

4.1.2. Exibir imagens, mensagens ou qualquer classe de conteúdo de cunho pornográfico, pedófilo, racista, violento, ou ainda ofensivo à honra, à vida privada, à imagem, à intimidade pessoal e familiar, ou de qualquer maneira ofensivo ou contrário às leis, à ordem, à moral e aos bons costumes;

4.1.3. Produzir o Material ou utilizar-se do Material com o intuito de cometer fraude ou estimular a prática de condutas ilícitas ou contrárias à moral;

4.1.4. Produzir o Material ou utilizar-se do Material com o intuito de cometer práticas que importem em violação de direitos de propriedade intelectual, tais como a publicação,

transmissão, reprodução, tradução e disponibilização, não autorizadas, de qualquer parcela de conteúdo oferecida pela CANAL BRASIL em suas páginas;

4.1.5. Com vistas a invadir a privacidade de outros COLABORADORES e/ou assinantes do Portal Globo.com, buscando o acesso de senhas e dados privativos e, para tanto, este se obriga a respeitar todas as disposições da Política de Privacidade da do Portal Globo.com;

4.1.6. Com o fim de modificar arquivos ou assumir, sem autorização, a identidade de outro COLABORADOR;

4.1.7. Visando promover propaganda, anunciar e ofertar produtos e serviços, de qualquer natureza, próprios ou de terceiros, sem expresso consentimento dos seus titulares e/ou representantes; e

4.1.8. Encaminhar o Material às PRODUTORAS sem a devida e prévia obtenção expressa e por escrito de todas as autorizações e consentimentos de terceiros titulares de direitos sobre o Material enviado ou postado.

4.2. A CANAL BRASIL se reserva o direito de cancelar e/ou bloquear o acesso dos COLABORADORES, a qualquer momento e sem prévio aviso, caso seja constatado que este pratique ou venha a praticar algum ato ou mantenha ou venha a manter conduta que (i) viole as leis e regulamentos federais, estaduais e/ou municipais, (ii) contrarie este Termo de Uso, e (iii) viole os princípios da moral e dos bons costumes.

4.3. O Material poderá ou não ser selecionado, publicado e/ou exibido, a exclusivo critério das PRODUTORAS e sem limitação de prazo. Ao enviar o Material o COLABORADOR estará concordando com o presente Termo de Uso. **EM CASO DE NÃO CONCORDÂNCIA COM O PRESENTE, O COLABORADOR NÃO DEVERÁ ACEITAR O PRESENTE TERMO DE USO E NÃO DEVERÁ ENVIAR QUALQUER MATERIAL ÀS PRODUTORAS.**

4.4. A CANAL BRASIL se reserva o direito de não exibir Material que atente contra a ordem pública, a moral e os bons costumes e que infrinjam a legislação aplicável ou ao disposto no presente Termo de Uso. Ademais, qualquer vídeo que, a critério da CANAL BRASIL, seja considerado profano, inapropriado, ou que tiver algum tipo de propaganda política, publicidade ou, ainda, fugir do tema proposto, será automaticamente excluído.

4.5. O COLABORADOR assegura e garante que: (i) todo o Material encaminhado às PRODUTORAS está de acordo com as disposições legais aplicáveis; (ii) a utilização de qualquer Material protegido por direito autoral e direitos da personalidade na concepção do Material encontra-se regularizada; (iii) obteve os licenciamentos de direitos, permissões e autorizações necessárias para a execução do Material, inclusive quanto a direitos de imagem, se aplicável; (iii) obteve os direitos relativos às músicas e trilhas sonoras contidas no Material para a sincronização musical no Programa, isentando as PRODUTORAS de qualquer responsabilidade neste sentido e (iv) o Material não viola direitos de terceiros, incluindo, sem se limitar a, direitos autorais e direitos da personalidade.

4.6. O COLABORADOR, neste ato, isenta as PRODUTORAS de toda e qualquer responsabilidade com relação à violação de direitos autorais, comprometendo-se a envidar todos os esforços para auxiliar as PRODUTORAS na defesa de quaisquer acusações, medidas extrajudiciais e/ou judiciais.

4.7. As PRODUTORAS comprometem-se a informar ao COLABORADOR, por meio de seus dados de contato informados no Cadastro, caso receba quaisquer notificações, intimações, comunicações ou informações sobre possíveis violações de direitos de terceiros relacionados aos direitos cedidos por meio deste instrumento para que o COLABORADOR possa auxiliar na defesa das PRODUTORAS.

CLÁUSULA QUINTA: DA EXCLUSÃO DE GARANTIAS E DE RESPONSABILIDADE

5.1. As PRODUTORAS se reservam o direito de alterar quaisquer aspectos do presente Produto, suspender ou cancelar, a seu exclusivo critério, a qualquer tempo, este Produto, qualquer dos serviços, promoções, utilidade ou aplicação, disponibilizados por si ou por terceiros, independente de qualquer aviso ao COLABORADOR, não implicando tais atos em qualquer infração ao presente Termo de Uso.

5.2. As PRODUTORAS não poderão ser responsabilizadas, sob qualquer hipótese, por qualquer Material que venha a ser inserido ou encaminhado mediante a utilização do Produto, se tal ação for executada indevidamente e desautorizadamente por um terceiro, à revelia do titular dos direitos sobre o Material.

5.3. Tendo em vista o disposto no item anterior, as PRODUTORAS SE EXIMEM DE TODA E QUALQUER RESPONSABILIDADE PELOS DANOS E PREJUÍZOS DE QUALQUER NATUREZA QUE POSSAM SER DEVIDOS AO ACESSO, INTERCEPTAÇÃO, ELIMINAÇÃO, ALTERAÇÃO, MODIFICAÇÃO OU MANIPULAÇÃO, POR TERCEIROS NÃO AUTORIZADOS, DOS ARQUIVOS E COMUNICAÇÕES ARMAZENADOS, TRANSMITIDOS OU POSTOS À DISPOSIÇÃO DE TERCEIROS ATRAVÉS DO PRODUTO.

5.4. AS PRODUTORAS EXIMEM-SE DE QUALQUER RESPONSABILIDADE PELOS DANOS E PREJUÍZOS DE QUALQUER NATUREZA DECORRENTES DA UTILIZAÇÃO DO PRODUTO, DO MATERIAL DISPONIBILIZADO ATRAVÉS DO SITE DO PRODUTO E DAS MENSAGENS E COMUNICAÇÕES. EXIMEM-SE, AINDA, DE QUALQUER RESPONSABILIDADE PELOS DANOS E PREJUÍZOS DECORRENTES DA FALTA DE VERACIDADE, VIGÊNCIA, EXAUSTIVIDADE E/OU AUTENTICIDADE DA INFORMAÇÃO QUE OS COLABORADORES PROPORCIONAM A OUTROS USUÁRIOS ACERCA DE SI PRÓPRIOS OU DE QUALQUER NATUREZA DECORRENTES DA SIMULAÇÃO DA PERSONALIDADE DE UM TERCEIRO REALIZADO POR UM COLABORADOR EM QUALQUER CLASSE DE COMUNICAÇÃO REALIZADA ATRAVÉS DO PRODUTO.

5.5. Na hipótese em que qualquer COLABORADOR ou um terceiro considere que existem fatos ou circunstâncias que indiquem ilicitude ou ilegalidade na utilização de qualquer conteúdo e/ou realização de qualquer atividade nas páginas de internet inclusas ou acessíveis através do Site e, em particular, que representem violação de direitos de propriedade intelectual ou outros quaisquer direitos de natureza cível ou criminal, deverá enviar uma comunicação às PRODUTORAS contendo os seguintes dados: (a) dados pessoais: nome, endereço, CPF, número de telefone e endereço de correio eletrônico do reclamante; (b) especificação da suposta atividade ilícita ocorrida no Site e, em particular, quando se tratar de suposta violação de Direitos Autorais, de Propriedade Intelectual ou da

Personalidade, indicação precisa e completa dos conteúdos protegidos e supostamente infringidos; (c) fatos ou circunstâncias que revelam o caráter ilícito de tal atividade; (d) declaração expressa e clara de que a utilização dos conteúdos do Material foi realizada sem consentimento do titular dos direitos supostamente infringidos; (e) declaração expressa, clara e sob a responsabilidade do reclamante de que a informação proporcionada na notificação é exata e de que a utilização do conteúdo dos arquivos constitui uma violação de direitos de qualquer natureza, incluídos mas não limitados à direitos de propriedade intelectual.

5.6. O COLABORADOR declara desde já que é o único e exclusivo responsável pelo Material ora disponibilizado, não tendo as PRODUTORAS qualquer responsabilidade ou controle sobre o mesmo. Em decorrência da presente declaração, o COLABORADOR, desde já, obriga-se, caso venha a ser chamado a responder judicial ou extrajudicialmente pela prática de um ato ilícito e/ou ilegal através do Site, a isentar as PRODUTORAS de quaisquer responsabilidades, bem como a requerer a exclusão da mesma do processo, se for o caso, bem como a indenizar as PRODUTORAS por toda e qualquer despesa que esta venha a incorrer, incluindo-se, porém não se limitando a, indenizações, custas judiciais, ônus sucumbenciais e/ou honorários advocatícios.

5.7. Ao utilizar tanto este Produto como os demais sites e serviços da CANAL BRASIL, o COLABORADOR concorda em não responsabilizar a CANAL BRASIL, seus controladores, suas empresas ligadas ou coligadas, afiliadas, administradores ou empregados por reclamações, queixas, direitos, obrigações, danos (diretos ou indiretos), custos e despesas de qualquer natureza. Ao aceitar o presente Termo de Uso, o COLABORADOR limita a responsabilidade da CANAL BRASIL, em qualquer hipótese, na forma da legislação. O COLABORADOR concorda em indenizar a CANAL BRASIL contra toda e qualquer reclamação e despesas, incluindo honorários legais, resultantes da utilização do Produto pelo COLABORADOR.

CLÁUSULA SEXTA: DA DURAÇÃO E FINALIZAÇÃO

6.1.. O Produto tem, a princípio, duração por um prazo de 06 (seis) meses, podendo ser prorrogado ou encerrado, independentemente de comunicação prévia, a critério das PRODUTORAS.

CLÁUSULA SÉTIMA: DISPOSIÇÕES GERAIS

7.1. A presente cessão não importa na criação de qualquer vínculo trabalhista, societário, de parceria ou associativo entre o COLABORADOR e as PRODUTORAS, sendo excluídas quaisquer presunções de solidariedade entre ambos no cumprimento de suas obrigações.

7.2. Este Termo de Uso e a confirmação que lhe é parte integrante constituem o entendimento integral entre o COLABORADOR e as PRODUTORAS.

7.3. A marcação do check-box ao lado do texto "Concordo com os Termos", seguida pelo clique no botão "aceitar" é considerada, para todos os fins de direito, como aceitação pelo COLABORADOR, via web, de todos os termos e condições do presente Termo de Uso, passando o mesmo a regular a relação entre as Partes.

7.4. O COLABORADOR declara (i) ter lido; (ii) estar ciente; e (iii) de pleno acordo com todos os termos e condições deste Termo de Uso.

CLÁUSULA OITAVA: FORO

8.1. Fica eleito o Foro Central da Comarca da Capital do Estado do Rio de Janeiro para dirimir quaisquer questões oriundas deste Termo de Uso, renunciando as Partes de qualquer outro, por mais privilegiado que seja ou venha a ser. Qualquer disputa que surja em virtude do presente Termo de Uso será regulada pela Legislação Brasileira.