

## **Tendência a Patadas e Murros (TPM)<sup>1</sup>**

Cristiane Ferreira Mendes Claser<sup>2</sup>

Amanda Mirando do PRADO<sup>3</sup>

Ana Clara Godoy HACKER<sup>4</sup>

Bruno Alvez Tomás de MATTOS<sup>5</sup>

Raphael Augsuto Carbinatto DIAS<sup>6</sup>

Glauco Madeira de TOLEDO<sup>7</sup>

Universidade Metodista de Piracacicaba, SP

### **RESUMO**

Tendência a Patas e Murros é um curta interativo que foi desenvolvido para atender as propostas de um trabalho interdisciplinar para as disciplinas de Planejamento e Organização da Produção e Desenvolvimento de Produtos para Mídia Digital. O curta-metragem é uma comédia onde a personagem Helô, em meio a sua TPM, embarca em uma busca por um chocolate enquanto tem que lidar com os obstáculos que aparecem a sua frente. Por se tratar de um produto interativo, o curta possibilita interação com o público, dando-lhe opções de escolhas ao decorrer da narrativa.

**Palavras-chave:** Mídias Digitais, Interatividade, Comédia, TPM, Tendência a Patadas e Murros

### **1 INTRODUÇÃO**

A ideia era criar um produto que mostrasse como as mulheres ficam durante o período do mês em que seus hormônios ficam mais bagunçados e os sentimentos mais aflorados, bem como as pessoas que estão perto dessas mulheres e como elas se portam. Tratando o tema de uma forma leve e cômica, foi escolhido o gênero comédia, para ser assistido por pessoas de qualquer faixa etária.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Produção Audiovisual para Mídias Digitais.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso Cinema e Audiovisual, email: crismfclaser@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Cinema e Audiovisual, email: mandy.prado@icloud.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Cinema e Audiovisual, email: anaclara.gh@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Cinema e Audiovisual, email: brunoatmattos@gmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Cinema e Audiovisual, email: racovertime@gmail.com

<sup>7</sup> Professor orientador. Professor do Curso Cinema e Audiovisual, email: glaucot@yahoo.com

O gênero comédia não havia sido trabalhado antes pelo grupo, então essa escolha foi um desafio por ser um campo novo de trabalho. Mesmo sendo um gênero bem comum no Brasil, a escolha de abordagem dele foi de uma maneira mais descontraída e menos forçada possível.

Para chegar até a ideia final do produto, foram realizados *brainstorms*<sup>8</sup> com os integrantes do grupo para que todos colocassem seu ponto de vista sobre o tema e para chegar assim a um consenso da forma de abordagem e também para a criação de um produto final que chegasse ao mais próximo da realidade, e que houvesse uma identificação para os espectadores.

Além do desafio em fazer um produto do gênero comédia, ainda havia a proposta de elementos requisitados pelos professores, um produto que fosse transmidiático e interativo. O produto interativo permitiu que as várias faces da protagonista fossem mostradas pela história, com a intenção de mostrar como as alterações de humor podem variar muito rapidamente durante esse período do mês.

## **2 OBJETIVO**

O curta metragem foi desenvolvido com o intuito de atender as propostas determinadas pelos professores orientadores e para colocar em prática o que foi aprendido nas disciplinas de Organização da Produção e Desenvolvimento de Produtos para Mídia Digital. Dessa maneira, o trabalho foi criado com o objetivo de se encaixar em uma mídia digital e que ao mesmo tempo fosse interativo, aproximando o espectador da narrativa e dando-lhe a possibilidade de fazer escolhas de acordo com a forma que ele quer que a história seja conduzida.

Sendo assim a proposta da disciplina de Organização da Produção era de que o trabalho contivesse um plano sequencia de interna para externa, uma cena noturna em externa e uma locação emprestada, quanto a disciplina de Produtos para Mídia Digital contava com proposta de ter uma história de no mínimo três trechos, uma história de quatro

---

<sup>8</sup> Brainstorming: termo da língua inglesa que define uma dinâmica de grupo que é usada como uma técnica para resolver problemas específicos, desenvolver novas ideias ou projetos, juntar informação e para estimular o pensamento criativo.

trechos, um nó triplo e uma junção. Devido a essa estrutura, o espectador tem o poder de decidir, dentro das opções oferecidas, o destino a ser seguido pela personagem Helô, levando-a a desfechos diferentes uns dos outros. Além da aproximação com o público, a intenção do gênero comédia foi tratar do assunto da TPM de uma forma cômica, leve e descontraída.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Seguindo a proposta interdisciplinar, a escolha do formato do trabalho não partiu do grupo e sim dos orientadores, pensando em uma boa unificação das disciplinas, pois a narrativa poderia ser produzida com uma combinação de mídias, o que contribuiria para que o trabalho tivesse um resultado muito mais rico, sob o ponto de vista da representação e conhecimento da aprendizagem. Portanto pensando nos fartos recursos tecnológicos que se concentram em um único dispositivo, como notebook ou mesmo um simples celular, tem possibilitado novas formas de produção e de múltiplas linguagens midiáticas, propiciando a organização de novas experiências por meio das narrativas.

Presenciamos um momento de experimentação de novas linguagens e formatos audiovisuais. A possibilidade de misturar audiovisual com estrutura não linear para se obter uma narrativa interativa apoia-se em conceito de Leone & Mourão (1987), quando argumentam que:

Se no decorrer do tempo o cinema consolidou suas originais possibilidades narrativas, a televisão, o vídeo e a multimídia absorveram esses conhecimentos e deles se valem para criar novas possibilidades e metodologias na construção dos discursos audiovisuais e dos discursos em hipertexto. Todas as mídias, debaixo do manto da edição, acabam se encontrando nas estruturas de dramatização, pois o trabalho de articulação produz o discurso com seus tempos e seus espaços (LEONE & MOURÃO, 1987, p. 15).

Com o avanço dos meios digitais temos a oportunidade de desenvolver conteúdos com múltiplas narrativas, histórias paralelas e inter-relacionadas.

A intenção de trabalhar com a narrativa para mídias digitais é justamente a de explorar o potencial no desenvolvimento de atividades curriculares de distintas áreas do conhecimento do curso. No entanto, pensando em uma narrativa para um dispositivo de

fácil acessibilidade, pensou-se em uma linguagem mais descontraída, onde de qualquer lugar de acesso a interatividade e a imersão fosse de fato acontecido, assim optou-se pela comédia, pela ampla gama de possibilidades para utilizar personagens e eventos caricatos visando o humor.

A escolha do nome Tendência a Patadas e Murros vem da leitura pejorativa da sigla TPM, que significa tensão pré menstrual. Na história, Heloísa inicia uma busca por um desejado chocolate, se colocando em diversas situações que fazem uso de estereótipos do universo feminino na narrativa, não de forma subversiva, mas sim os exacerbando para que beirem ao ridículo – atitude típica de ser vista em produtos de comédia, pois assim como explica Nogueira (2010) a comédia costuma usar de alguns artifícios em sua narrativa, as quais seguimos como base para construção da história.

Em termos discursivos, são diversos os recursos de que se socorre. Uma breve descrição das estratégias humorísticas permite-nos identificar: o exagero, o qual assenta na lógica da hipérbole e tende a despertar o espectador uma sensação de incredulidade; [...] o absurdo, que se designa frequentemente por *non-sense*, o qual tende a acentuar a vulnerabilidade da lógica causal dos acontecimentos; o insólito, através do qual se nega qualquer desfecho vislumbrado ou previsível para uma situação; [...] o agravamento, em que as peripécias se sucedem numa lógica de desconcertação crescente [...] (NOGUEIRA, 2010, p. 20)

As situações vividas pela personagem, apesar de fictícias, podem ser espelhadas com diversas facetas e ocorrências que permeiam pelo dia a dia brasileiro, em especial do universo feminino, pois como refere Nogueira (2010, p20) “a comédia tende a fazer resaltar as fragilidades do ser humano: o vício, a negligência, a pompa, a presunção ou a insensatez”. Vemos o porteiro que é apaixonado pela protagonista, interações com figuras de autoridade, decepções e contratemplos que aparecem de forma inesperada, uma desilusão amorosa e também a própria mudança drástica de humor – exagerada para fins de comédia – proporcionada pela TPM na qual a personagem se encontra.

O trabalho é considerado como um programa para as mídias digitais por que, apesar de ser possível ser apresentado como um curta metragem, ele foi feito com o intuito de ser assistido de forma interativa, abordagem mais comum em um âmbito digital. O fácil acesso e distribuição do produto também possibilita que várias histórias sejam vivenciadas e compartilhadas pelo maior número possível de espectadores, relatando assim uma verdadeira interatividade, ou mesmo uma nova realidade, assentando a afirmativa de

Tarkovski “Um filme é uma realidade emocional, e é assim que a plateia o recebe – como uma segunda realidade” (Tarkovski, 1990, p. 211).

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a elaboração do projeto, foram feitos estudos mais aprofundados em produtos para mídias digitais, para que o desenvolvimento do trabalho, que até o momento era um formato inédito para o grupo, ficasse no seu melhor resultado. Fora as bases teóricas, alguns vídeos em formatos interativos, como o vídeo clipe da banda Capital Inicial, O Lado Escuro da lua, realizado em 360°, e o vídeo clipe de Bob Dylan, Like a Rolling Stone, que se passa em 16 canais de televisão distintos, possibilitando a quem assiste mudar de canal através dos controles na tela e até aumentar o volume, foram fontes importantes para conhecimento da funcionalidade e espacialidade de um produto interativo. Contudo, para a composição do gênero comédia, usou-se varias obras do meio audiovisual e cinematográfico que tem como peça chave a figura de uma mulher, como por exemplo, as série de televisão Os Normais e Divã, e filmes como De Pernas pro Ar (2010) e S.O.S Mulheres ao Mar (2014).

Nas gravações foram utilizadas duas câmara DSLR Canon T3I, lentes 18-55 e 50mm, a última para dar mais possibilidades de profundidade de campo, desfoque e principalmente registro de planos mais fechados (para mostrar reações). Para a iluminação foram usados equipamentos fornecidos pela própria instituição de ensino: fresnel, *soft*, *set light*, luzes de led, rebatedor, tripés para iluminação e câmara. Foram fornecidos também os materiais para captação de áudio – microfone *shotgun*, gravador Tascam e receptor – sendo que a captação foi realizada de forma direta, sem a necessidade de *foley*<sup>9</sup> ou mesmo de ADR<sup>10</sup> na pós.

Uma das técnicas utilizadas foi a escolha dos próprios enquadramentos, onde Deleuze explica em seu livro Cinema 1: A imagem – movimento (1983) sobre os três tipos de imagem em movimento: imagem percepção (plano geral, dando ideia do todo), imagem ação (onde a ação é o elemento principal) e imagem afecção (plano detalhe, representação

---

<sup>9</sup> Foley: criação de sons, geralmente através da percussão de objetos, que correspondem fielmente a situações específicas que fazem parte de uma cena de filme, video ou espectáculo teatral.

<sup>10</sup> ADR (Automated dialogue replacement): dublagem das falas das personagens.

do sentimento). Foram utilizados enquadramentos que ajudassem a difundir esses tipos de imagens conforme a ênfase necessária.

A direção de arte foi trabalhada para ajudar a dar a estética ao filme, como também para firmar as características das personagens. Algumas cores foram introduzidas como artifício de linguagem, pois como afirma LoBrutto (2002) as cores muitas vezes vem com um significado simbólico e auxiliam na caracterização das personagens e ambientação da narrativa.

Cor desempenha muitas funções em design de produção. A cor é não só utilizada para alcançar verosimilhança nas imagens; cor pode se comunicar tempo e lugar, definir personagens, e estabelecer emoção, humor, atmosfera, e uma sensibilidade psicológica. [...] Você não está apenas apresentando cores bonitas ou que chamem a atenção, você está contando uma história e definindo os personagens. Um cenário, locação, ou ambiente é interpretado pelo seu uso das cores. Cores são poderosas ferramentas de design que frequentemente trabalham subliminarmente. (LOBRUTTO, 2002, p. 77)<sup>11</sup>

A edição foi feita através do programa Adobe Premiere CS5.5. Na finalização e colorização do curta metragem, filtros de cor foram aplicados para manter a identidade visual do projeto, as cores estão presentes desde os créditos iniciais no produto audiovisual, os quais foram previamente estudados pela direção de fotografia no processo de pré produção. Filtros que também aplicassem ao filme uma textura de película e cinema também foram usados, uma vez que a captação das imagens é feita com câmera fotográfica e não com uma filmadora de cinema. Também no processo de pós produção foram utilizados templates em vídeo com luzes e flares solares que também auxiliaram na construção da identidade do produto, aderindo uma característica de lembrança e sonho em algumas nas cenas do filme.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

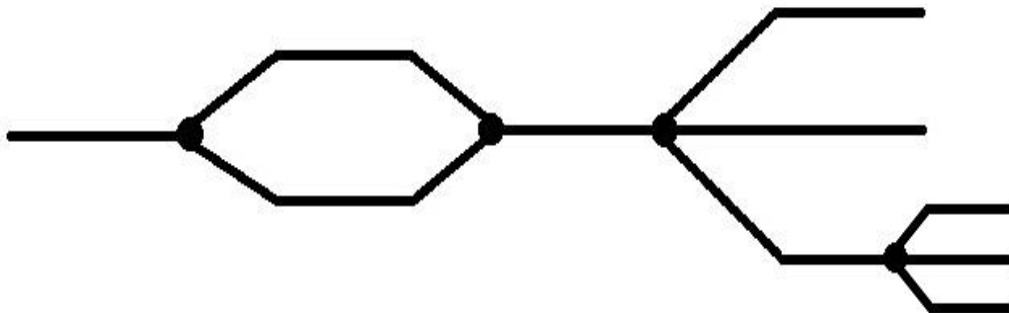
---

<sup>11</sup> Color performs many functions in production design. Color is not only used to achieve verisimilitude in the images; color can communicate time and place, define characters, and establish emotion, mood, atmosphere, and a psychological sensibility. [...]. You are not just presenting pretty or eye-catching colors; you are telling a story and defining the characters. A set, location, or environment is interpreted by its use of color. Color is a powerful design tool that often works subliminally. Many colors come with an intrinsic symbolic meaning. (LOBRUTTO, 2002, p. 77 – tradução nossa)

Tendência a Patadas e Murros é um curta metragem interativo que narra a saga de Heloísa em busca de um chocolate, na história o espectador acompanha a personagem, que no auge de sua TPM descobre que seu chocolate acabou, então ela entra numa aventura em busca do seu desejo, passando por situações inusitadas. Com a estrutura de um curta metragem interativo, o espectador tem o poder de decidir as escolhas de Heloísa dentro das opções fornecidas, podendo levar a finais diversificados.

Como ponto de partida para a elaboração do projeto foi realizado um brainstorming, onde a estrutura do produto teria que ser definida, ou seja, decidir os possíveis caminhos a serem seguidos, assim foi então definida a estrutura do trabalho. Dentro das propostas dadas pelos orientadores, o formato do produto se compôs da seguinte maneira: duas histórias de 4 trechos, uma história de 7 trechos, uma junção, um nó triplo e 5 finais diferentes.

IMAGEM – ESTRUTURA INTERATIVO



Portanto, partindo das aulas teóricas das matérias já citadas – com ênfase em Desenvolvimento de Produtos para Mídia Digitais – a produtora engajou-se a criar uma cronologia para a narrativa que fizesse coerência ao aprendizado e estudo do material passado. Iniciando, então, com a cronologia não linear do produto, delinearam-se os percalços da personagem e os caminhos alternativos para a escolha do espectador.

Com o roteiro finalizado, foi iniciada a fase de pré produção – agora adentrando à disciplina de Organização e Planejamento de Produção –, iniciou-se a decupagem do roteiro e análise técnica de cada função para que todos os elementos do curta metragem pudessem gerar uma atmosfera substancial ao tema, decidindo assim toda a estética do filme e as necessidades que haveria no decorrer da produção, pois assim como afirma Rodrigues

(2007, p. 105) “um projeto do filme é então preparado e procuram-se os recursos para realizar o filme” como também foi feito um cronograma pra a organização da produção em si, sendo assim partiu-se em busca de locações, figurinos, objetos de cena, equipamentos, e *casting*, este que por sua vez levou cerca de duas semanas pra ser definido, onde foram feitos testes de elenco, na qual chegou aos interpretes das seis personagens da história.

Todo o processo de pré produção durou por volta de dois meses, nesse período foram realizadas visitas as locações, sendo em média sete locais diferente das cidades de Piracicaba e Cordeirópolis, nesta fase também foram feitos testes de fotografia, elaboração da produção de arte e figurino e todo o planejamento da fase de produção, assim como números de diárias de gravação e uma prévia de programação da ordem do dia, finalizada essa etapa, a próxima se deu pela fase de produção que teve cinco dias de filmagem, devido a complexidade e proposta do trabalho. Nesta fase a equipe, que se constituía em cinco pessoas, chegava duas horas antes do inicio das gravações, de acordo com a ordem do dia, para montagem de equipamentos de iluminação, câmera e áudio, e para dar os últimos retoques na direção de arte.

A preparação é a parte mais importante de um filme. Nessa fase, fazemos um levantamento minucioso de tudo que será necessário para que o filme seja feito de acordo com a visão e necessidades do diretor[...] (Rodrigues,2007 ,p. 105).

Já na fase da montagem, edição e finalização, na qual teve em torno de apenas duas semanas até a data da entrega, não diferente das outras fases de construção do produto, foi um trabalho minuciosamente cuidadoso, pois diferente dos outros produtos realizados pelo grupo, este necessitava de algumas peculiaridades por sua característica interativa, e assim estar hospedado em uma plataforma digital. Por fim o trabalho foi finalizado e entregue seguindo todas as propostas dadas.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

De um modo geral, é possível constatar que as mídias digitais têm causado grande impacto em praticamente todos os segmentos da nossa sociedade, da nossa vida e, sobretudo, no desenvolvimento do conhecimento. Neste sentido, é possível dizer que os meios de comunicação estão em constante mutação, certamente a linguagem de cada formato também mudou e, portanto, não pode ser tratada como antes. No entanto, com a



convergência dos meios de comunicação e as mídias digitais, o acesso a um conteúdo audiovisual pode ser feito por meio de diversas plataformas, e de forma interativa, como na internet mediada pelo computador, em DVDs, jogos e celulares. Esta interatividade pode depender das sensações despertadas pelo conteúdo e das possibilidades de manipulação do objeto dadas ao público.

Pensando desta forma, o curta metragem interativo *Tendência a Patadas e Murros* foi criado para que de forma divertida o espectador pudesse entender ou mesmo se entreter com os percalços de uma mulher de TPM e da mesma forma aqueles que a rodeiam, de fato a receptividade do público em geral foi positiva, superando o esperado, essa receptividade não só se deu ao tema, mas também formato, na qual a maioria ainda não conhecia.

Contudo todo o trabalho permitiu que a equipe colocasse em pratica o conteúdo das disciplinas estudadas, agregando além de conhecimento, um sentimento de que a missão fora cumprida, pois todos os envolvidos no projeto saíram satisfeitos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

DELEUZE, G. *Cinema 1: A imagem – movimento*. São Paulo: editora Brasiliense, 1983.

LEONE, Eduardo & MOURÃO, Maria Dora. *Cinema e Montagem*. São Paulo: Ática, 1987.

LOBRUTTO, V. *The Filmmaker's Guide To Production Design*. New York: Allworth Press, 2002.

NOGUEIRA, L. *Gêneros Cinematográficos*. Portugal: Livros LabCom, 2010.

RODRIGUES, C. *Cinema e a Produção*, Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

TARKOVSKI, Andrei. *Esculpir o tempo*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1990.