

Me Dá Um Dinheiro Aí: Desafios da Produção Documental Expositiva Durante o Isolamento Social no Contexto da Pandemia¹

Eduardo Melo MOURA²
Camila Da Silva MARQUES³
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Este artigo abordará a explicação detalhada de aspectos da produção documental remota “Me Dá Um Dinheiro Aí”, dividida em etapas acerca das técnicas e métodos audiovisuais escolhidos, as influências e inspirações para a sua concepção estética e as providências tomadas durante sua execução. Partindo-se dos conceitos da temática audiovisual elaborados por Comparato (2009), Puccini (2009), Rodrigues (2007), a pesquisa contempla a experimentação dos procedimentos metodológicos que envolvem a produção audiovisual e suas etapas, da ideia à distribuição, com o intuito de difundir alternativas para a produção em meio aos desafios provenientes do distanciamento social causado pela pandemia do coronavírus (SARS-CoV-2), a mais importante da história mundial recente.

Palavras-chave

Produção audiovisual; Documentário; Produção remota; Carnaval; Carnaval interiorano.

1. INTRODUÇÃO

A priori, durante o desenvolvimento do pré-projeto de pesquisa, ainda no penúltimo ano de graduação, objetivava-se captar os depoimentos e entrevistas pessoalmente. Todavia, o advento da pandemia e as recomendações de restrição de locomoção pela Organização Mundial da Saúde para o Brasil e o consequente estado de quarentena resultaram em uma reflexão sobre o formato do filme. Por conseguinte, obteve-se um aporte referencial que contribuiu para a persistência em continuar utilizando a metodologia experimental.

¹ Trabalho apresentado no IJ04 - Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Recém Graduado do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: eduardommoura@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora substituta do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: camila.markes@yahoo.com.br

Sem dúvidas, o consumo cultural modificou-se drasticamente nesse período, com o cancelamento de eventos, shows, cinemas e peças de teatro, por exemplo. Por outro lado, o conteúdo audiovisual disponível online ajudou a amenizar efeitos como estresse, frustração e a preocupação de diversas pessoas.

2. O DOCUMENTÁRIO

A produção documental, enquanto gênero cinematográfico autoral - sobre algo, feito por alguém e para alguém - é o retrato intencional de dada realidade. Bill Nichols (2005, p. 26) considera que “todo filme é um filme documentário”, pois até mesmo a maior das ficções representa a cultura e os elementos que participam dela. O autor ainda afirma que o oposto é igualmente aplicável, ou seja, mesmo que os documentários estejam atrelados a ideias de representação ou reprodução de realidade, também existe uma parcela de ficção.

Entre os seis principais tipos de documentários definidos por Nichols (2005), identifica-se o modo de representação expositivo, que “ênfatiza o comentário verbal e uma lógica argumentativa” (NICHOLS, 2005, p. 62) e preocupa-se mais com a defesa de argumentos do que com a estética e subjetividade.

Apresenta, portanto, determinada dependência de uma lógica informativa verbalizada, evidenciando fatos, argumentos e pontos de vista para aquilo que o filme está narrando. As imagens desempenham papel secundário e têm a finalidade de ilustrar, afirmar ou contrapor aquilo que é falado. O documentário expositivo “Me Dá Um Dinheiro Aí”, dirigido diretamente ao espectador, possui argumentos e histórias logicamente organizados pela mediação realizada pelo autor deste trabalho.

2.1. O tema e o público

A fim de contextualização, o filme tem como tema “Publicidade, Criatividade e Sustentabilidade Carnavalesca”, visando apresentar as ligações e intercâmbios entre os objetos apresentados e propondo uma indissociabilidade entre eles, na busca pela valorização da festividade e pelos resultados financeiros. Com isso, o documentário demonstra a valorização da Indústria Criativa e o conhecimento da publicidade em hibridização como soluções para a sustentabilidade carnavalesca.

Por se tratar de uma produção documental interiorana, o filme dá visibilidade aos recortes de regiões não-centrais e a gestão carnavalesca nessas regiões, com abordagens

positivas e negativas sobre o investimento em comunicação e criatividade em carnavais interioranos e das capitais, servindo de inspiração aos atores sociais que envolvem.

Além disso, este filme documentário objetiva contribuir para o avanço dos estudos sobre os conceitos, “abordando questões, examinando situações, envolvendo os espectadores de formas as quais continuarão a instruir e agradar, comover e convencer” (NICHOLS, 2005, p. 209). O título “Me Dá Um Dinheiro Aí” faz referência a clássica marchinha carnavalesca, de mesmo nome, composta por Homero Ferreira, Renato Ferreira e Ivan Ferreira e interpretada, originalmente, por Moacyr Franco. No entanto, essa frase ganha novos sentidos, servindo como um pedido da festividade às instituições envolvidas, que invistam e valorizem a sua existência.

À produção, dividiu-se o público-alvo entre os responsáveis pela execução dos eventos carnavalescos (profissionais do Estado, representantes políticos e populares), agentes da comercialização e consumo no carnaval e componentes de setores que se beneficiam dele - profissionais criativos e da comunicação, principalmente.

Entende-se, também, que a produção atingirá indivíduos que se interessam por produções audiovisuais, sobretudo documentais - como estudantes e profissionais de áreas da Comunicação Social e Cinema - e demais simpatizantes carnavalescos.

2.2. A pesquisa

O início da concepção de um documentário compreende a etapa de pesquisa, a fim de garantir um aprofundamento do processo de filmagem e dos propósitos da pré-produção. Trata-se, portanto, de um instrumento fundamental para a organização da produção documental. Entre as fontes de pesquisa para a execução dessa etapa, encontram-se materiais impressos, materiais de arquivos (filmes, fotos, arquivos de som), entrevistas e pesquisa de campo nas locações de filmagem. (ROSENTHAL apud PUCCINI, 2009).

Para este trabalho, foi realizada uma pesquisa buscando os principais autores, pesquisadores e entendedores dos diferentes objetos abordados no projeto, como a publicidade híbrida, o carnaval e as festividades carnavalescas interioranas, por exemplo. A partir desta pesquisa foram encontrados diversos possíveis entrevistados, entrando-se em contato com 17 pessoas via e-mail, Facebook Messenger, mensagens diretas do Instagram, Twitter e LinkedIn. Obtivemos 12 respostas, porém um dos convidados decidiu cancelar sua participação, finalizando em 11 pessoas.

Optou-se pela realização de entrevistas em profundidade, visto que seus objetivos estão relacionados à “aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas” (DUARTE, 2009, p. 63), acima do que a busca por conclusões definitivas sobre determinado assunto. Elas também possibilitam a identificação de características, problemas e detalhes menores de temas ou fenômenos (DUARTE, 2009), fatores que estão alinhados aos objetivos do projeto.

A experiência subjetiva das fontes também foi buscada na aplicação de perguntas semiestruturadas, que, para Triviños (apud MANZINI, 2004), são questionamentos principais apoiados em teorias e hipóteses relacionadas ao assunto da pesquisa, que servem de base e possibilitam novas hipóteses oriundas das respostas dos informantes durante a entrevista. Para o autor, as informações trazidas por essa modalidade interrogatória surgem de forma mais livre e de forma desvinculada a uma padronização de alternativas. (MANZINI, 2004)

3. PRÉ-PRODUÇÃO

3.1. Storyline

Seguindo a estrutura de storyline, que condensa o maior interesse da história em poucas linhas, deve-se englobar o essencial que, em sua concepção, abrange três itens: a apresentação do conflito, o desenvolvimento do conflito e a solução do conflito, sendo esses “os três pontos-chave da história, durante os quais: alguma coisa acontece; alguma coisa deve ser feita; alguma coisa se faz” (COMPARATO, 2009, p. 59).

Aqui, desenvolveu-se o seguinte texto: “Profissionais da comunicação e carnavalescos de diversas regiões do Brasil argumentam sobre a sustentabilidade carnavalesca interiorana, dissertando sobre entrave e soluções à folia e a sua valorização como um produto que, com o apoio da publicidade e de profissionais criativos em seus bastidores, movimenta o capital em todos os níveis nacionais”.

3.2. Argumento

Para muitos autores, o argumento equivale à sinopse, sendo a primeira forma textual de um roteiro, especificando os acontecimentos da história de forma sucinta e indicando os principais elementos da história e das personagens. (COMPARATO, 2009). À produção documental, para Sérgio Puccini (2009, p. 93), o argumento deverá responder a seis questões principais: 1. “O que?” (assunto, desenvolvimento e curva de tensão

dramática); 2. “Quem?” (personagens sociais ou de ficção e seus papéis); 3. “Quando?” (tempo histórico do evento); 4. “Onde?” (locações de filmagem e espaço geográfico do evento abordado); 5. “Como?” (organização da estrutura discursiva por meio da ordenação de sequências e estratégias de abordagem) e 6. “Porquê?” (justificativa para a realização e importância da proposta).

Para melhor entender a estrutura, criou-se um argumento para cada ato do documentário, estruturados com referência ao clássico samba-enredo do Grêmio Recreativo Escola de Samba Império Serrano, “Samba, Suor e Cerveja”, de 1985:

- **ATO I (SAMBA):** O primeiro ato do documentário aborda a história do Carnaval desde os festejos da antiguidade até a plataforma midiática e social visualizada atualmente. Por ser um ambiente de ideais e valores, apresenta-se suas relações diretas e indiretas com a Comunicação. As dimensões da Publicidade Híbrida, que substitui mensagens estandardizadas pelo foco no entretenimento e na diversão do público, são apresentadas como opções oportunas e pertinentes para relacionar marcas aos temas aderentes aos festejos. Também se expõem os entraves para esse elo, a importância de investir em criatividade começa a ser abordada como uma das soluções para a sustentabilidade carnavalesca e a necessidade de compreender-se o samba pelos comunicólogos;
- **ATO II (SUOR):** O segundo ato apresenta os setores criativos que participam dos bastidores do Carnaval, muito além da mídia e da propaganda. O fluxo de trabalho dessas equipes é demonstrado do ponto de vista interiorano e das capitais, de forma a tecer uma relação entre festas com amplitudes diferentes, porém com processos similares. Alguns pontos são levantados como problemas para a qualificação desses profissionais e, conseqüentemente, do evento, como a visão escassa sobre os benefícios do carnaval à gestão pública e, dessa forma, inicia-se a defesa do carnaval como produto;
- **ATO III (CARNAVAL!):** O último e mais longo ato demonstra, de maneira didática, solução para a sustentabilidade carnavalesca interiorana, pontuada pelos grupos de entrevistados da comunicação e da gestão carnavalesca, com exemplos de capitais e interioranos. Por fim, os personagens trazem reflexões

sobre a relação entre tradição e comercialização e, defendem, mais uma vez, por que o carnaval merece ser visto como investimento e não como custo.

3.3. Personagens

A produção “Me Dá Um Dinheiro Aí” acompanha as características documentais ao explorar o recurso da entrevista como principal ponto de sustentação de sua estrutura discursiva. Para Puccini (2009, p. 100), “grosso modo, poderíamos dizer que a entrevista está para o documentário assim como a encenação está para o filme de ficção”.

Os personagens podem ser construídos no momento da entrevista, na interação com o entrevistador. Para a construção dos personagens deste projeto, levou-se em consideração a ligação dos indivíduos com os conceitos que seriam abordados e, se possível, com mais de um dos temas. As onze entrevistas foram gravadas via Google Meet, entre os meses de dezembro de 2020 e janeiro de 2021. Perguntas-base foram efetuadas de forma a, posteriormente, compor a narrativa dramática do projeto.

3.4. Locações

Encaminhando-se para o processo de produção, realizar uma pesquisa de campo, por meio do mapeamento e estudo cauteloso das locações é de grande utilidade para a prevenção de problemas técnicos, relacionados à iluminação e captação de som e à fotografia. (PUCCINI, 2009).

O presente trabalho foi realizado de forma remota, sendo um produto da coletividade e do esforço conjunto. Desse modo, processos que contemplam o estudo das locações, como as visitas antecipadas, a definição da equipe e equipamentos necessários para cada ocasião teve que ser reconfigurada.

Aqui, itens levantados por Puccini como a incidência de “obstáculos naturais, resistência de comunidades locais, risco à integridade física da equipe[...]” (PUCCINI, 2009, p. 88), foram levados em consideração para a defesa e permanência de um modelo virtual de filmagem, ou seja, a captação de entrevistas pela internet. Procurou-se, posteriormente e pelos diálogos com os convidados, conseguir uma maior familiaridade com os cenários de filmagem disponibilizados por eles, porém, na totalidade dos casos, os enquadramentos de câmera desejados tiveram de ser memorizados e levados em consideração para as orientações prévias enviadas aos convidados e durante as entrevistas.

Para essas instruções, também foi essencial guiar os convidados sobre elementos como a iluminação do local de filmagem (recomendações para o uso de luz artificial e a incidência de luz natural) e as fontes de internet para evitar a queda de conexão virtual. Foi importante também ressaltar o cuidado às condições de som ambiente, que poderiam prejudicar a captação do som de entrevistas. Para isso, recomendou-se a escolha de ambientes que fugissem das fontes de ruído e também a utilização de fones de ouvido para evitar barulhos externos.

3.5. Referências estruturais

A web-série “Diary of a Song” do jornal americano The New York Times foi a principal referência incluída. Do início da série, em 2015, para cá, o repórter cultural Joe Coscarelli passa de entrevistador para apresentador, em frente câmera (do celular) e o bate-papo passa a ocorrer pelo FaceTime, aplicativo de videoconferência.

A história continua sendo contada pelas pessoas com quem o público “está falando”, mas o resultado parece ser mais direto. Agora, de uma forma mais íntima, parece que também passamos a conhecer outras facetas dos artistas, na cozinha, na estrada ou onde quer que estejam. Outro ponto importante é o fato do vídeo-selfie ser algo totalmente presente na vida pública e privada das pessoas, além de permitir que o número de assuntos (pontos da história ou de vista) possam ser aumentados.

Luiz Alberto Cassol, diretor de cinema e publicidade santa-mariense, em entrevista para o Jornal do Comércio sobre a produção “Deborah! O Ato da Casa” (2020), totalmente produzido durante o isolamento social. Este desafio, para o cineclubista, contribui para a narrativa por se tratar de um processo em aberto durante as filmagens. (CASSOL, 2020). Ou seja, a pluralidade e os elementos externos de filmagem, em um “documentário remoto”, dão ainda mais sentido aos depoimentos e à realidade do filme, em vez de atrapalharem o seu andamento. Essa naturalidade, por exemplo, é evitada na maioria dos filmes de ficção e buscada em produções documentais. Um trabalho realizado de forma coletiva, em meio à essa situação, contemplando uma festividade que tem em sua origem a celebração das pessoas, compila ainda mais significados e sentimentos.

3.6. O roteiro de gravação

O documentário é uma obra aberta e, diferente da ficção, compreende um caminho que se modifica e, por isso, não deve ser fechado (condição sine qua non de uma produção

documental). Desse modo, a importância de um mapeamento de sequências previstas na etapa de pré-produção serve como orientação para as situações de filmagem desejadas ou exigidas para a produção, a serem executadas pelos operadores de câmera.

Para Doc Comparato (2009), uma estrutura clássica é dividida em três movimentos que possuem um começo, um meio e um fim. O primeiro ato é responsável por apresentar o problema, o segundo contempla a escolha e desenvolvimento da ação e o terceiro traz a solução do problema (o desenlace). (COMPARATO, 2009). Os atos desta produção, já mencionados anteriormente, tiveram como elementos norteadores perguntas-base elaboradas previamente, de modo a compor-se, no roteiro técnico, uma narrativa que interligasse argumentos.

3.7. Equipe e equipamentos

Conforme enfatiza Chris Rodrigues (2007), uma equipe técnica deve ser como um relógio, em que cada peça é, individualmente, necessária para o funcionamento do coletivo. Neste projeto experimental, optou-se por trabalhar com uma equipe reduzida, pelas dificuldades provenientes do distanciamento social e da consequente sobrecarga de trabalho e emocional de muitos colegas e possíveis contribuintes. Ainda assim, o projeto contou com três participantes para algumas das suas principais tarefas, como direção de fotografia, direção de arte e som.

Tratando-se de um trabalho em que a “coletividade remota” é essencial, isso se demonstra ainda mais uma vez que todas as tarefas foram realizadas à distância entre a equipe técnica, desde as funções especializadas de cada um, até as opiniões e sugestões entre o desenvolvimento de cada etapa via WhatsApp. Ainda, os encontros via videoconferência foram essenciais, com a impossibilidade de estruturação de uma ilha de edição entre os participantes.

Os desafios de cineastas do mundo todo, sendo uma tendência adotada por diversos setores de comunicação, como produtoras audiovisuais, e veículos de mídia e informação. O planejamento de uma videoconferência é mais simples, apesar de também ser meticuloso, e os custos são menores, oportunidades interessantes em meio aos prejuízos financeiros que impactaram o setor criativo em 2020.

De qualquer modo, alguns recursos são necessários para a captação audiovisual: bons equipamentos para a realização de videoconferências contribuem para a melhora dos resultados, para ambas as partes (entrevistador e entrevistado). Com uma boa nitidez de

áudio e imagem oferecidas pelos aparelhos, o processo é realizado com mais assertividade. Uma boa conexão à internet também contribui para a qualidade do material, evitando dificuldades e atrasos durante o diálogo e o contato.

Para este trabalho, os seguintes equipamentos físicos foram utilizados para a captação audiovisual das entrevistas:

- **Um notebook** da marca Dell, modelo Inspiron 5558;
- **Uma webcam** integrada ao notebook, com qualidade 720p (1280x720) e 30fps;
- **Um microfone** da marca Apple, originalmente adquirido com um celular iPhone, para garantir um desempenho melhor do que o microfone embutido no notebook.

Os entrevistados, em sua maioria, utilizaram webcams embutidas em seus computadores, com exceção das pessoas que participaram da chamada pelo celular. Em todas as ocasiões, uma lista de orientações quanto ao uso de fones de ouvido, melhoria da qualidade de saída de vídeo e outras indicações, foi enviada.

3.8. Providência de produção

As etapas de preparação de um filme, apesar de possuírem similaridades, diferem-se devido às particularidades de produção, tempo e orçamento, por exemplo. Nesta fase, para Rodrigues (2007, p. 106), “fazemos um levantamento minucioso de tudo que será necessário para que o filme seja feito de acordo com a visão e as necessidades do diretor”. O esquema abaixo resume todas as providências de planejamento do documentário:

- **SELEÇÃO DE ENTREVISTADOS:** Antes do convite para a participação do documentário, foram elaborados personagens os quais os possíveis participantes se encaixam, objetivos do trabalho e dúvidas pertinentes à produção e quais pessoas poderiam saná-las. Dessa forma, com a desistência ou negligência de determinados indivíduos à chamada, facilitou-se a busca por substituições.
- **CONVITES:** Os convites foram realizados por e-mail, Instagram, LinkedIn e WhatsApp, e geridos pela plataforma Trello.
- **PLANO DE FIGURINO:** Orientou-se, aos participantes, que utilizassem figurinos com as cores da paleta do projeto.

- **PLANO DE LUZ:** A iluminação dos depoimentos, definida pelos participantes, foi proveniente de fontes naturais e artificiais. Guiou-se para que, em ambos os casos, a luz fosse deixada a favor do rosto, seja de frente ou lateralmente. Também se pediu para não utilizarem iluminação fortes atrás de si -para evitar que imagem ficasse muito contrastada e com o fundo muito claro, apagando os detalhes do rosto e expressões - e em cima, para que não fossem formadas sombras na região dos olhos.
- **PLANO ESTÉTICO:** Para a composição dos planos, solicitou-se que os entrevistados evitassem ambientes com elementos muito chamativos ou que se mexessem ao fundo, para não tangenciar a atenção do espectador, principalmente no fundo. Por outro lado, sugeriu-se a utilização de plantas e objetos ou cômodos que apresentassem algumas das cores da identidade visual do trabalho, buscando compor uma padronização visual entre videoconferências.

Antes da produção, organizou-se um plano de produção, inspirado na concepção de Chris Rodrigues (2007, p. 116), que contemplou as etapas que culminaram na realização da captação das imagens e a estipulação de datas para os próximos processos, de produção e pós-produção e, por fim, finalização e distribuição.

Ainda, nessas etapas, foi realizado o contato com os entrevistados, a busca por pessoas substitutas às que não se interessaram e o registro de datas e horários para a realização das entrevistas. Na prática, algumas etapas acabaram se sobrepondo às outras, como a realização de entrevistas já no período de pós-produção, devido a conflitos de agenda dos convidados

3.9. Orçamento

Para este projeto, contou-se, principalmente, com uma ideia e uma equipe mínima. Todavia, mesmo que o trabalho tenha sido feito com recursos próprios, a elaboração do orçamento abaixo (Tabela 2) equivale à receita bruta do trabalho, isto é, o valor de entrada esperado para a execução do projeto por uma produtora audiovisual.

Tabela 2 — Orçamento de execução de um projeto audiovisual: "Me Dá Um Dinheiro Aí"

ORÇAMENTO DE EXECUÇÃO PROJETO AUDIOVISUAL		Custos Fixos	Orçado
Custos Variáveis	Orçado	Luz	R\$ 250,00
Receita Bruta	R\$ 4.500,00	Água	R\$ 130,00
Software	R\$ 240,00	Internet	R\$ 140,00
Direitos Autorais	R\$ 1.500,00	Aluguel	R\$ 1.200,00
Equipamento	R\$ 250,00	Transporte	R\$ 300,00
Margem Bruta	R\$ 2.510,00	Contabilidade	R\$ 350,00
ISS	R\$ 180,00	Telefone	R\$ 80,00
IR	R\$ 270,00	Materiais	R\$ 300,00
Receita Líquida	R\$ 2.060,00	Total	R\$ 2.750,00

Fonte: Próprio Autor (2020)

A criatividade é um ativo intangível e, por isso, não é possível elaborar um padrão a ser replicado, considerando que a precificação é uma tomada de decisão gerencial, que leva em consideração aspectos qualitativos e quantitativos muito particulares. O resultado total, sem esse valor, equivale a **R\$2.750,00**.

4. PRODUÇÃO

4.1. Execução, gravação e desafios

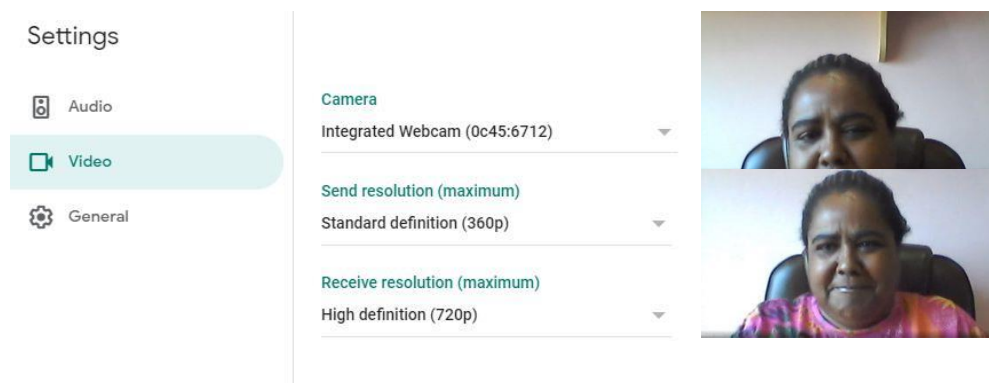
Em uma produção audiovisual, a câmera é como o prolongamento do olho, realizando movimentos e ampliando o alcance das imagens. Ademais, o equipamento não apenas torna palpável o imaginário do roteirista, mas também explora um mundo que o espectador não visualiza com frequência na vida cotidiana. (COMPARATO, 2009).

Para realizar todos esses trabalhos, utiliza-se de recursos como “*close ups*, afastamentos, cortes, tomadas isoladas, planos gerais, acelerações, ampliações e reduções” (COMPARATO, 2009, p. 59). O documentário “Me Dá Um Dinheiro Aí” proveu-se de câmeras embutidas em computadores e, em alguns casos, câmeras de celular para a filmagem e captação de imagens. Dessa forma, aproximou-se dos personagens para a ênfase de determinados argumentos e optou-se por *inserts* com planos gerais para contextualizar ambientes, ações e ambientes citados pelos entrevistados.

Alguns minutos antes do início da conversa, o plano de fundo do vídeo, isso é, os espaços em que realizei as entrevistas, eram configurados para evitar que o entrevistado se distraísse com quaisquer elementos do cenário. A qualidade da imagem e do áudio também eram importantes para o cinegrafista: a configuração de entrada de vídeo era

modificada para a melhor qualidade, assim o computador - que, pelo padrão, recebia a transmissão em 360 pixels, passava a captá-las em 720 pixels. Essa dinâmica, realizada no menu de configurações do Google Meet, e o reposicionamento dos entrevistados, podem ser visualizados na Figura 1. Os participantes que participaram da videoconferência pelo celular não podiam modificar os itens citados, pois o envio de imagens é feito de forma automática.

Figura 1 — Configurações de envio e saída de vídeo no Google Meet e reposicionamento dos entrevistados.



Fonte: Próprio Autor (2020)

Com a finalização da produção, a saída do set é organizada. Com exceção do agradecimento aos convidados, “Me Dá Um Dinheiro Aí” não contou com processos de desprodução. Dessa forma, assim que as filmagens acabavam já se passava à decupagem dos planos da cena, definida no roteiro técnico, buscando facilitar a montagem preliminar finalizada na etapa de pós-produção.

5. PÓS-PRODUÇÃO:

5.1. Montagem

Em documentários de modo expositivo, segundo Puccini (2009), a montagem segue a lógica da argumentação, sem muita preocupação com a continuidade de tempo e espaço e sim de acordo com a unidade, fortalecimento e coesão de textos e falas. Também existe a possibilidade de demonstrar as discordâncias no assunto, fator importante a este trabalho por contar com entrevistados de diversas regiões e com diferentes vivências.

Apesar das providências de produção, “Me Dá Um Dinheiro Aí” teve alguns imprevistos em sua execução. Em determinados casos, a internet fazia com que a imagem do entrevistado fosse prejudicada, em outros os convidados não puderam participar e, por

esse motivo, realizaram a entrevista por áudio e pelo envio de vídeos com resposta. Tudo isso contribuiu para a noção de “coletividade remota” e de esforços múltiplos em prol de um produto que busca a valorização de uma festa igualmente coletiva e cheia de agentes que contribuem para a sua realização.

Já na primeira montagem do trabalho, desapegada de noções estéticas, foi possível verificar a linearidade da estrutura narrativa. Já na finalização, a mudança de enquadramento de algumas cenas minimizou o efeito de *jump-cut*, visualizado quando há o agrupamento de dois planos em situações diferentes, porém com o mesmo posicionamento de câmera. Como não haviam outros ângulos de filmagem, tornou-se impossível optar por *cut-ins* e *cutaways* para detalhes do ambiente. Sendo assim, as imagens ilustrativas adicionadas na etapa de finalização contribuíram para servir como ligação e camuflar planos descontínuos.

5.2. Finalização

Bill Nichols, entende que o documentário também pode ser “modificado” como uma fotografia, por exemplo, “pela adição de música para aumentar a força da história, exatamente como num filme de ficção”. (NICHOLS, 2005, p. 120).

Em “Me Dá Um Dinheiro Aí”, o principal desafio foi tornar uma produção cem por cento remota em um produto consumível. Acerca dos recursos gráficos, a inserção pode ocorrer por meio de muitas possibilidades. A utilização de animações (figurativas ou não) é bem recorrente. A inserção de intertítulos (ou informação textual) inscritas na tela e a ilustração de dados, que contribuem para a síntese das informações, algo que também foi buscado no filme, e realizado com os programas After Effects e Premiere.

O som direto é o mais utilizado no filme. Efeitos sonoros, sobretudo aqueles que simbolizam virtualidades, como o barulho de teclado e o som de notificação de sites de videoconferência, foram utilizados para reforçar os esforços à distância realizados para a execução do trabalho, experienciados por estudantes que tiveram um ano letivo online e equipes de trabalho que adotaram plataformas como o Zoom e o Google Meet.

Por fim, para Sérgio Puccini (2009), o material de arquivo (de órgãos de imprensa, museus, universidades e coleções particulares, por exemplo, auxilia na ilustração visual de eventos passados). O encontro desses materiais é facilitado, atualmente, com os computadores e a internet. A negociação, porém, pode envolver questões éticas e jurídicas e, por isso, requer cuidados especiais. Neste filme, as filmagens enviadas gratuitamente

por uma produtora rio-pardense, contribuíram aos planos de cobertura entre planos descontínuos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma ideia, uma vontade, um orçamento nulo e uma equipe mínima. A realização desse projeto foi, verdadeiramente, desafiadora. Se a estruturação de um Trabalho de Conclusão de Curso é uma tarefa difícil, assim como a criação de um documentário também é, o ano de 2020 tornou os dois processos ainda mais árduos. Foi necessário reorganizar-se, adaptar-se à nova rotina e proteger-se saudavelmente de uma situação inimaginável à sociedade antes das medidas públicas para evitar a proliferação do coronavírus.

A virtualidade permitiu com que pessoas de outras localidades fossem consultadas sem que houvessem grandes despesas para isso acontecer. A compreensão dos obstáculos a serem enfrentados pela situação pandêmica e a falta de conhecimento total das ferramentas que a internet proporciona aproximaram os entrevistados do documentarista, que compreenderam a importância do trabalho e, por isso, encheram-se de paciência e solicitude em cada um dos processos antes e depois dos bate-papos. Tudo isso em prol de um produto coletivo assim como a festividade, que permanece erguida, igualmente, pelo esforço de muitos.

Estas foram as principais adversidades notadas durante os meses de trabalho: 1) problemas de conexão à internet; 2) espaço limitado de armazenamento nos dispositivos celulares, para envio e recebimento de arquivos para avaliação, por exemplo; e 3) confusões que envolvem a cognição e a concentração da equipe em meio às diversas conversas que ocorrem paralelamente nestes aplicativos, com ou sem a participação ativa dos integrantes.

Tratou-se de um processo mais demorado, no que tange à impossibilidade de manutenção dos aparelhos fílmicos e à distância que se torna uma barreira para a direção dos atores, por exemplo. Houveram diversos imprevistos como a oscilação na qualidade e no recebimento de transmissão de imagem e algumas tentativas falhas de coordenar e realizar o reenquadramento de quadro e de detalhes do cenário. Mesmo assim, é difícil de levar esses itens como frustrações e arrependimentos quando se pensa em todo o contexto por trás do que se vê em cerca de trinta minutos de produção.

As eventuais falhas já eram previstas, o esforço realizado durante a preparação e todas as pesquisas sobre a criação de filmes foi feita de maneira dedicada e cuidadosa, com a

finalidade de criar-se um ambiente favorável ao convidado e à pós-produção. Tratando-se (a videoconferência) de uma maneira não convencional de filmagem, depois de toda essa experiência o processo foi um pouco melhor lapidado.

Em relação aos esforços para que as coisas saíssem da forma idealizada, entendeu-se que a priorização de elementos é ideal para o andamento constante de uma produção e para evitar antecipações de insegurança. Mesmo que um plano estratégico de circulação não tenha sido estruturado, pretende-se angariar recursos para a divulgação e circulação do produto nos próximos meses. Para isso, pretende-se construir o que Puccini (2009) considera como *proposta* e Rosenthal (apud PUCCINI, 2009), um instrumento de venda e reconhecimento do filme.

Finalmente, desejo que este relatório e o produto gerado e as considerações escritas em ambos sirvam como apoio para a defesa do Carnaval como potência social, econômica e criativa nacional, pelas entidades e gestores carnavalescas; e também como inspiração às produções remotas que ainda surgirão durante e após este período desolador.

7. REFERÊNCIAS

CASSOL, L. A. Cassol capta a potência criativa de Deborah Finocchiaro pela moldura da tela virtual. Entrevistadora: Caroline Zatt da Silva. **Jornal do Comércio**. Porto Alegre, 21 set. 2020. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/cultura/2020/09/757797-cassol-capta-a-potencia-criativa-de-deborah-finocchiaro-pela-moldura-da-tela-virtual.html>. Acesso em: 10 nov. 2020.

COMPARATO, D. **Da Criação ao Roteiro**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

GUZMÁN, P. **El guión en el cine documental**. Montreal, 1997. Versão em português disponível em <http://marcoareliosc.com.br/cineantropo/roteiro_guzman.pdf>. Acesso em 27 dez. 2020.136

MANZINI, E. J. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISA E ESTUDOS QUALITATIVOS, 2, **A pesquisa qualitativa em debate**, Bauru, 2004. Anais..., Bauru: SIPEQ, 2004. 1 CD.

NICHOLS, B. **Introdução ao documentário**. Tradução: Mônica Saddy Martins. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

PUCCINI, S. **Roteiro de documentário: Da pré-produção à pós-produção**. Campinas, SP: Papyrus, 2009.

RODRIGUES, C. **O cinema e a produção**. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.