

Roteiro de ficção “31 de setembro”¹

Flávia CASSIAS PEREIRA²
Marcelo Giovanni NOGUEIRA³
Paula MORO⁴
Fábio HANSEN⁵

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo: “31 de setembro” é um roteiro de ficção que foi construído durante as aulas da disciplina de Redação Publicitária II, no curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UFPR. A proposta era criar um roteiro criativo e bem estruturado que mencionasse algum dos temas dos vídeos criativos anteriormente construídos pela turma. Esse roteiro conta a história de um homem cansado de sua rotina infeliz e de um palhaço que ama o que faz. A história é narrada em terceira pessoa e tem características dramáticas e poéticas.

Palavras-chave: roteiro; ficção; palhaço; dualidade.

1 INTRODUÇÃO

O roteiro de ficção “31 de setembro” nasceu a partir de uma proposta de trabalho em sala de aula colocada pelo professor Fábio Hansen durante a disciplina de Redação Publicitária II. Ele foi pensado para ser um roteiro de curta-metragem de cinco a seis minutos de duração, contendo cinco páginas no total.

O título, “31 de setembro”, foi escolhido ao final da criação do roteiro. Por ser uma história imaginada na cabeça do personagem principal, ele a torna inverossímil, um sonho. Da mesma forma que o dia 31 de setembro: inexistente, uma ideia paralela a realidade.

Optou-se pela construção de uma narrativa dramática e melancólica, contrapondo a realidade infeliz do personagem Homem com a felicidade de amar o que faz, do personagem Outro Homem.

O roteiro foi inspirado fortemente na Teoria das Ideias, do filósofo grego Platão. Ele buscava resolver os problemas universais por meio do mundo das ideias ou formas

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Roteiro de Ficção CA05.

² Aluna-líder e estudante do 5º período do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na UFPR, e-mail: cssflavia@gmail.com

³ Estudante do 5º período do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na UFPR, e-mail: marcelogiovanni.mkt@gmail.com

⁴ Graduada no ano de 2015 no curso de Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: paulafermoro@gmail.com

⁵ Orientador e professor do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: fabiohansen@yahoo.com

abstratas. Para ele, o mundo material e mutável - conhecido pelos humanos como mundo das sensações - teriam um grau de realidade inferior ao mundo inteligível. E este mundo, criado pelo filósofo, é o universo paralelo em que a história se passa.

2 OBJETIVO

O objetivo geral era criar um roteiro criativo após as aulas teóricas de narrativa e roteiro ficcional durante a disciplina de Redação Publicitária II. O roteiro criado precisava ter algumas características básicas repassadas pelo professor da disciplina, Fábio Hansen:

- Ser imaginativo (criar acontecimentos imaginários).
- Levar os outros a vivenciarem a história.
- Desenvolver uma tensão.
- Mostrar e não apenas narrar a história.
- Comunicar com características específicas (som, voz, cor, trilha sonora).

Segundo McKee, o que um roteirista deve procurar em seu texto não é apenas desenvolver personagens e diálogos, mas principalmente eventos, o desenrolar de sua história. “Um filme não é apenas momentos de conflito ou atividade, personalidade ou emoção, conversas sagazes ou símbolos. O que um escritor procura são eventos, pois os eventos contêm tudo isso e mais.” (McKEE, 2006, p. 44)

3 JUSTIFICATIVA

A proposta de escrita deste roteiro se tratava principalmente de trabalhar a criatividade dos alunos. Já que a redação publicitária se trata resumidamente de criar narrativas curtas, era necessário que os alunos desenvolvessem a técnica para criação de roteiros e histórias.

Não é por acaso que a mais antiga forma humana de troca de experiências tornou-se a quase-novidade que tanto interesse tem despertado em gente de tão variadas profissões. Criadores e produtores de conteúdo de entretenimento e cultura, profissionais de marketing, de publicidade, de vendas, de jornalismo, de ensino, de política, de qualquer atividade que lide com apresentações de ideias ou projetos de repente percebem no storytelling uma questão de fundamental importância. (XAVIER, 2015, p. 14.)

Durante a carreira de redator publicitário, a criação de histórias se faz presente em todos os trabalhos. Na criação de spots, títulos, cases, branding, e principalmente filmes publicitários, o redator precisa contar uma história interessante e que não só venda o produto, mas que divirta o público. Isso pode ser chamado de storytelling e o redator, neste caso, o storyteller. "Percebemos que a publicidade tem interagido de forma crescente com o entretenimento com a finalidade de atingir os consumidores, acarretando na emergência do que alguns chamam de *advertainment*, ou outros de *branded content*." (COSTA, 2013, p. 213).

Por este motivo, a criação desse roteiro foi tão importante durante o aprendizado de redação publicitária ao longo do semestre.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O ponto de partida para ter alguma ideia é pensar na vivência individual do ser humano. É ela que dá embasamento para a criatividade e para as opiniões de cada um. A partir disso, antes mesmo do professor orientador pedir o trabalho de roteiro para a turma, foi necessário que cada aluno fizesse um vídeo de narração criativa (de criação livre) que tentasse responder a pergunta: "o que é criativo na minha vida?". Depois de todos os vídeos prontos e assistidos pela turma, o professor separou os alunos em grupos de três pessoas, para a realização do roteiro.

Os vídeos do primeiro trabalho foram fundamentais na criação do roteiro e também serviram de inspiração para criação da história. Essa foi a técnica de criatividade passada do professor aos alunos: ele separou três vídeos do trabalho de criatividade de outros alunos para cada equipe recém-formada e assim, determinou os pré-requisitos para a história a ser feita. Era preciso, então, o roteiro ter pelo menos um elemento (ou tema, objeto) de cada um dos vídeos dos colegas de sala destinados à equipe.

Além disso, o roteiro tinha de não somente contar a história em si, mas também precisava descrever as situações com maiores detalhes, como por exemplo expressões faciais, características dos personagens, dos cenários e sugerir trilha sonora ou efeitos sonoros. Assim, a história a ser montada não deveria acontecer apenas no texto, ela deveria conter bases fortes e de características que não necessariamente estariam descritas. Qual é o nome do personagem principal? Qual o estilo de música preferida? Ele prefere o frio ou o

calor? Essas informações fazem a diferença na hora da criação de uma história. A partir de uma informação adicionada surgem ligações com outros tipos de características, criando uma rede de possível caminhos para se contar essa história.

O trabalho exige a invenção de muito mais material do que você pode usar, e em seguida a seleção astuta dessa quantidade de eventos de qualidade, momentos de originalidade que são verdadeiros para o personagem e para o mundo. Quando atores cumprimentam um ao outro, por exemplo, dizem frequentemente “eu gosto das suas escolhas”. Eles sabem que se um colega teve uma bela atuação em um momento, é porque, durante os ensaios, o ator experimentou vinte maneiras diferentes de encarar a cena, e então escolheu o momento perfeito. O mesmo é verdadeiro para nós. (McKEE, 2006, p. 83)

Para a equipe do futuro roteiro "31 de setembro", foram separados os vídeos dos colegas de turma José, Karen e Bruna. José criou um vídeo de uma pequena história linear, encenada por ele e outro colega. O vídeo conta a história de dois amigos que tinham um trabalho audiovisual para entregar no final do semestre da faculdade e que descobrem a falta de uma cena no último dia antes da entrega. Os dois acabam precisando ficar a noite acordados para terminar a cena, o que deixa um deles muito irritado e faz com que eles criem essa cena com os objetos comuns que possuem em casa.

Já a interpretação de Karen sobre a pergunta "o que é criativo na sua vida" foi muito diferente. Com apenas um papel, ela faz uma linha do tempo que começa com o papiro no Antigo Egito (três mil anos antes de Cristo) e passa pela história da escrita e de grandes pensadores como Platão e Paulo Leminski, finalizando sua linha de raciocínio na redação publicitária atual. Ela comenta que a criatividade na sua visão é uma mistura da simplicidade de colocar ideias no papel com a complexidade de computadores e programas.

Bruna também cumpriu a tarefa de sala de aula de forma muito divergente dos outros dois colegas. Utilizando sua própria narração, ela conta a história dos sonhos que tinha na própria infância, por volta dos sete anos. Ela sonhava com a sua vida de adulta: tinha casa própria, duas filhas, fazia faculdade de psicologia e também era casada. Logo, ao final do vídeo, ela conclui que suas fantasias criativas do passado permitiram que ela pudesse ser quem quisesse no presente.

Figura 1 - parte de "31 de setembro"

INT. ESCRITÓRIO - DIA

(Som ambiente, ruídos de escritório)

O **HOMEM** está sentado em sua mesa em frente ao computador. Com o olhar perdido, digita rápido e automaticamente.

NARRAÇÃO EM OFF:

Ele é um homem. Vive relativamente 50 por cento do seu dia por isso e para isso. Acorda e se coloca dentro de uma roupa que parece idêntica a todas as outras vestidas por aqui. Sai de casa, pega um metrô.

Ele continua com o mesmo olhar, cansado, fazendo a mesma tarefa sem parar de digitar.

NARRAÇÃO EM OFF:

(Trilha levemente melancólica, num grande fade-in, algo como Yann Tiersen - First rendez-vous)

Coincidentemente, abarrotado de outros homens e mulheres também se sentindo abarrotados. Depois de mais ou menos uma hora debaixo da terra, ele finalmente sai e consegue exercitar as suas pernas (contra a sua vontade) por mais 10 minutos, até finalmente chegar no clímax do dia, que termina normalmente cinco minutos depois das seis. Ele é um palhaço.

Fonte: os autores, 2015.

Na figura acima se observa os detalhes do roteiro em relação ao que está acontecendo no espaço da história. O roteiro também menciona ideias para a trilha sonora e efeitos sonoros, sugerindo o clima da narrativa. Há também uma carga melodramática em relação a fala do narrador, presente em todo o texto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para escrever esse roteiro, os alunos separam palavras-chave de cada vídeo (dos colegas de turma) selecionado para eles. Eles escolheram as seguintes palavras para embasar o roteiro:

- Vídeo Bruna: sonhos, fantasia, vida dupla.
- Vídeo Karen: Platão.
- Vídeo José: Estresse, irritação e cotidiano.

Depois de um *brainstorm* de ideias, surgiu a primeira versão da história, que foi se modificando ao longo de duas semanas, até chegar ao resultado final.

"31 de setembro" conta a história de apenas um homem, dividido em dois personagens: o personagem do cotidiano real do homem e o personagem do sonho deste homem. Por meio da narração em terceira pessoa, o roteiro retrata a angústia e tristeza que é viver na pele do primeiro personagem contrastada com a leveza e alegria do segundo personagem. O clímax acontece quando o primeiro personagem, já infeliz no final de um dia comum, chega em casa e descobre seu peixinho de estimação morto. A responsabilidade de dar comida para o peixinho era do segundo homem, que chega logo depois do primeiro, muito mais alegre. Os dois brigam e o Homem acaba se machucando com o aquário quebrado que foi jogado no chão. Após acordar, percebe que nunca foi apenas um personagem, mas sempre foi os dois.

De forma geral, "31 de setembro" trata da história de um homem confuso com a própria identidade. Ele é fraco, dramático e não tem coragem de ser aquilo tanto sonha. Mas que de tanto sonhar, acaba tornando essa outra vida perfeita em realidade e se perde sem saber quem ele realmente é.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criatividade na hora de escrever uma história se mostra tão importante na disciplina e na carreira de redator publicitário. Logo, o processo de elaboração desse roteiro foi essencial no aprendizado dos alunos, pois colocou em prática as teorias da sala de aula e exercitou a inventividade, que foi a florada ao longo do roteiro de diversas maneiras.

Além disso, ver o roteiro pronto ao final da disciplina (assim como outros trabalhos) é muito gratificante para os alunos. Ele demonstra como a criatividade é um processo consciente e não apenas intuitivo. Ela é um exercício que pode ser melhorado a partir de diversas técnicas específicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Marcela. Narrativas traNsmidiáticas como estratégias publicitárias. **Cadernos de Comunicação**, v. 17, n. 1, 2013.

McKEE, Robert. Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiros. **Curitiba: Arte & Letra** (2006).

XAVIER, Adilson. **Storytelling: Histórias que deixam marcas**. Editora Best Seller, 2015.