



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL- AUDIOVISUAL
MEMORIAL DESCRITIVO DO PRODUTO

PEDRO HENRIQUE NUNES DUARTE

VÍDEO ENSAIO

A INFANTILIZAÇÃO DO CINEMA CONTEMPORÂNEO

BRASÍLIA-DF

2023

PEDRO HENRIQUE NUNES DUARTE

VÍDEO ENSAIO

A INFANTILIZAÇÃO DO CINEMA CONTEMPORÂNEO

Memorial descritivo do produto apresentado à Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Gomes da Silva Fonteles

BRASÍLIA – DF

2023

PEDRO HENRIQUE NUNES DUARTE

VÍDEO ENSAIO

A INFANTILIZAÇÃO DO CINEMA CONTEMPORÂNEO

Memorial descritivo do produto apresentado à Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Gomes da Silva Fonteles

BRASÍLIA – DF
2023

BANCA EXAMINADORA

PROF. DR. MAURICIO GOMES DA SILVA FONTELES

ORIENTADOR

PROF. DR. LUCIANO MENDES

EXAMINADOR

PROF. DR. MIKE PEIXOTO

EXAMINADOR

PROF. EMÍLIA SILBERSTEIN
SUPLENTE

Ninguém ignora tudo. Ninguém sabe tudo. Todos nós sabemos alguma coisa. Todos nós ignoramos alguma coisa. Por isso aprendemos sempre. (Paulo Freire)

AGRADECIMENTOS

O projeto que se segue não é só um rito de passagem, um trabalho de fim de curso. É, antes de tudo, a realização do sonho de um garoto de poder estudar e trabalhar com a sétima arte, de poder conversar e expressar seus gostos e opiniões sobre os filmes, programas, e da animação que é estar numa sala de cinema.

Primeiramente agradeço a Deus. Sei que ele sempre cuidou e cuida de mim. Sem sua ajuda minha formação não seria possível.

Agradeço também à minha mãe, que lutou por meus sonhos, e que, mesmo por vezes questionando minha escolha, sempre acreditou em mim.

Ao meu querido tio Alcides, que desde cedo me acompanhou, mentorou, apoiou e foi meu grande amigo dentro e fora da universidade.

Ao professor Maurício, cujo trabalho admirei mesmo antes de entrar na universidade e a quem agradeço por, desde cedo, ter aceito me orientar e auxiliar nesse processo dramático que é o trabalho de conclusão.

Aos meus amigos e às pessoas que estiveram presentes na minha vida universitária, aos amigos de vida pessoal a quem sempre estive mostrando o progresso desse trabalho. E aos amigos da minha antiga faculdade de cinema, em especial ao Rômulo, que não só me cedeu alguns equipamentos para a execução desse trabalho, mas por seu companheirismo ao longo desses anos.

E a todos que não citei mas me ajudaram indiretamente com esse projeto, obrigado por tudo.

Você fica mais velho e para de ler contos de fadas, mas nunca supera seu amor por eles. Por isso as pessoas gostam de super-heróis.
(Stan Lee)

RESUMO

O seguinte trabalho discute os dispositivos para o desenvolvimento de um vídeo ensaio sobre a infantilização no cinema contemporâneo. O objetivo é criar um vídeo dinâmico com as características de um ensaio crítico que explique o porquê e quais são as ferramentas de infantilização que a indústria cinematográfica utiliza em seus filmes. Como embasamento teórico recorri aos conceitos de Arlindo Machado, Francisco Elinaldo Teixeira; para a definição do que consiste um vídeo ensaio, aos argumentos de Benjamin R.Barber sobre como o mercado infantiliza adultos; para a abrangência de mercado, aos conceitos de Gilles Lipovetsky sobre telas globalizadas e as transmitidas; aos conceitos de David Bordwell e Kristin Thompson para a compreensão dos momentos históricos do cinema que compreendem o trabalho. A partir do vídeo espera-se entender de onde surgiram tais ferramentas e suscitar reflexão sobre os dispositivos de infantilização nos filmes e sua relação com a audiência.

Palavras-chave: Vídeo Ensaio, Infantilização, Cinema, ,Comunicação

ABSTRACT

The following project discusses the devices for the development of a video essay on infantilization in contemporary cinema. The objective is to create a dynamic video with the characteristics of a critical essay that helps explain why and which are the infantilization tools that the film industry uses in its products. As theoretical references, I used the concepts of Arlindo Machado, Francisco Elinaldo Teixeira; to define what a video essay consists of, Benjamin R.Barber's arguments on how market infantilizes adults for a better market coverage; I resorted to Gilles Lipovetsky's concepts about globalized and transmitted screens, to the concepts of David Bordwell and Kristin Thompson to understand the historical moments of cinema comprised by the project. From the video, it is expected to understand where such tools came from and to generate a reflection on infantilization devices in films and their relationship with the audience.

Sumário de imagens e quadros

Quadro 1- Lista das 10 maiores bilheterias mundiais _____	11
Figura 1- O guia prático do herói de mil faces _____	20
Figura 2- Hulk em ira _____	23
Figura 3- Hulk e She Hulk praticando Yoga _____	23
Figura 4- Homem aranha _____	26
Figura 5- Pilli News _____	29
Figura 6- Pipocando, Figura 7- Omelete _____	30
Figura 8- Luz principal, Figura 9- Luz de recorte _____	31
Figura 10- Luz de preenchimento, Figura 11- Luz e enquadramento Final _____	31
Figura 12- Cenário final _____	32
Figura 13- Homem de ferro , Figura 14- Claquete , Figura 15- wall-e _____	32
Figura 16- Fonte Tenebras na vinheta, Figura 17- Fonte Caustic na vinheta _____	34
Figura 18- Fonte Caustic nas transições, Figura 19 -Exemplo de inserção de imagem _____	34
Figura 20 -Timeline do vídeo _____	35
Figura 21 - Audio, Figura 22- Antes da cor, _____	36
Figura 23- Depois da cor, Figura 24- Escopos antes Figura 25- Escopos depois _____	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 PROBLEMA DE PESQUISA	13
3 OBJETIVOS	14
3.1 Geral	14
3.2 Específicos	14
4 JUSTIFICATIVA	15
5 REFERENCIAL TEÓRICO	16
5.1 Vídeo ensaio como forma	16
5.2 Os Instrumentos que infantilizam filmes	17
5.2.1- As Técnicas Fílmicas	18
5.2.1.1 A magia da infantilização	20
5.2.1.2 O Universo Cinematográfico da Marvel como amostra	21
5.2.2 - As Técnicas Mercadológicas:	24
6 METODOLOGIA	28
6.1 A Pré Produção	28
6.1.1 Concepção inicial do projeto	28
6.1.2 A escrita do roteiro	28
6.1.3 Referências de vídeo ensaio	29
6.1.3 Locação e equipamentos	30
6.2 A Produção	30
6.2.1 Fotografia	30
6.2.2 Direção de arte	31
6.2.3 As filmagens	32
6.3 A Pós produção	33
6.3.1 Identidade visual	33
6.3.2 Edição e montagem	34
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
8 REFERÊNCIAS	40
9 ANEXOS	43

1 INTRODUÇÃO

Ao fim da década de 60, Hollywood passou por sérias dificuldades. Com o fracasso de filmes de elevados custos financeiros, o código *Hays* - um conjunto de normas morais aplicadas aos filmes em vigor- e a desistência das redes de televisão em solicitar filmes, redes estas que haviam pago altos preços para transmissão de filmes após seu lançamento no cinema, a indústria cinematográfica norte americana passou a enfrentar grandes dificuldades.

Com a crise, grandes estúdios, como Paramount e Universal, foram vendidos para grandes conglomerados que, não muito interessados na dimensão criativa, entregaram filmes a novos produtores que, por sua vez, deram chances à voz mais autoral de novos diretores. Filmes de contracultura, projetados para um público mais geral e jovem, deram início a grandes franquias como O Poderoso Chefão (*The Godfather*, 1972) de Francis Ford Coppola, Tubarão (*Jaws*, 1975) de Steven Spielberg , *Taxi Driver* (1976) de Martin Scorsese, e Guerra nas Estrelas (*Star Wars*, 1977) de George Lucas. Esses diretores produziram filmes pessoais mas conscientes sobre a atuação da indústria no mercado. Muitos haviam frequentado escolas de cinema e possuíam vasto conhecimento sobre filmes e a tradição clássica de Hollywood.

Curioso foi ver diretores com tanta liberdade perderem por conta de seus sucessos. Os estúdios insistiram e fortaleceram fórmulas e ferramentas criadas para os sucessos de bilheteria. Ao longo dos anos os *BlockBusters*, filmes com uma estratégia mais bem definida e de alcance mundial, se tornaram maioria nos cinemas, fortalecendo a indústria e mantendo os estúdios e distribuidores até mesmo no cenário pandêmico.

A princípio os estúdios apostaram na aquisição de direitos de histórias de sucesso, em narrativas mais seguras e na continuidade do que já havia dado certo com os diretores da nova Hollywood. De acordo com Joseph Epstein, em sua análise *The Perpetual Adolescent*, todo o movimento da propaganda e o mercado de cultura, desde o imediato pós-segunda guerra mundial, têm atuado continuamente no sentido de abaixar o padrão da juventude e estender a possibilidade de parecer jovem a pessoas cada vez mais velhas. À luz disso, não é difícil entender que, em sociedades em que a desigualdade oriunda do capitalismo não permite que pessoas mais pobres se tornem consumidores, os adultos da classe média e alta estejam expostos e incentivados à infantilização para assegurar continuem comprando e consumindo propostas e produtos de um mercado global destinado à juventude .

Em reportagem publicada no *New York Times*, Lynn Hirschberg ¹ comenta que “enquanto outros países entendem o advento da globalização como uma oportunidade de interpretar suas psiques e circunstâncias nacionais por meio de filmes, os EUA estão mais interessados em atrair o maior público possível”. Benjamin Barber (2007), em seu livro *Consumido*, também comenta que os publicitários quando não estão infantilizando explicitamente os adultos dedicam-se a capacitar crianças como consumidores adultos sem permitir que elas abram mão de seus gostos infantis.

Como reflexo de uma sociedade que prega e comercializa a jovialidade, logo se iniciou uma forte produção de filmes de temática infanto-juvenil. Aventuras intermináveis, ações em uma escala estratosférica e com o impulso da tecnologia, mundos, poderes e realizações nunca vistas nas telas. Hoje esses filmes, infantilizados e com o objetivo de entreter a maioria, dominaram e compõem a lista das maiores bilheterias nos últimos anos, como se vê no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1-Lista das 10 maiores bilheterias mundiais

<i>Ranking</i>	Ano	Filme	Distribuidor	Bilheteria (US\$)
1	2009	<i>Avatar</i>	20th Century Fox	2,847 bilhões
2	2019	<i>Avengers: Endgame</i>	Walt Disney Studios Motion Pictures	2,797 bilhões
3	1997	<i>Titanic</i>	Paramount Pictures / 20th Century Fox	2,201 bilhões
4	2022	<i>Avatar: The Way of Water</i>	20th Century Studios	2,075 bilhões,
5	2015	<i>Star Wars: The Force Awakens</i>	Walt Disney Studios Motion Pictures	2,069 bilhões

¹ What Is an American Movie Now? Lynn Hirschberg, disponível em: <https://www.nytimes.com/2004/11/14/movies/what-is-an-american-movie-now.html>

6	2018	<i>Avengers: Infinity War</i>	Walt Disney Studios Motion Pictures	2,048 bilhões
7	2021	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	Sony Pictures Releasing	1,892 bilhões
8	2015	<i>Jurassic World</i>	Universal Pictures	1,671 bilhões
9	2019	<i>The Lion King</i>	Walt Disney Studios Motion Pictures	1,662 bilhões
10	2012	<i>Marvel's The Avengers</i>	Walt Disney Studios Motion Pictures	1,518 bilhões

Fonte: <<https://www.omelete.com.br/filmes/10-maiores-bilheterias-globais-da-historia#46>> Acesso em 30 de Janeiro. 2023

Comentários recentes, como os de Martin Scorsese à revista *Empire*, sobre *blockbusters* e, especificamente, filmes da *Marvel* não serem cinema, mas sim filmes de entretenimento, chocaram a muitos. Scorsese, após a controvérsia, escreveu um artigo no *New York Times* onde procurou explicar melhor: “Esses filmes são feitos para satisfazer uma série de demandas específicas, e são planejados como variações de uma finita quantidade de temas.”² Então, é possível concordar que, mesmo com uma visão etnocêntrica, Scorsese está correto ao afirmar que se trata de entretenimento, de uma estratégia, de uma receita para a produção desses grandes filmes.

2 Martin Scorsese: I Said Marvel Movies Aren't Cinema. Let Me Explain., disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/11/04/opinion/martin-scorsese-marvel.html>

2 PROBLEMA DE PESQUISA

A curiosidade/desejo de me aprofundar no comportamento da indústria cinematográfica e a vontade de produzir um produto audiovisual foi o que me incentivou à produção deste trabalho.

A escolha do vídeo ensaio como forma foi inspirada em canais no *youtube* que já produzem conteúdo similar, ao que se somou o interesse de produzir um espaço onde pudesse opinar e consolidar uma identidade própria. Me interessava também conhecer o que é um vídeo ensaio, sua construção, seus processos de pré, como a roteirização, a construção de identidade visual, entre outros elementos, sendo a produção o espaço de gravação em si, e a pós-produção o trabalho de edição e de montagem que dão forma e estruturam o vídeo.

Além da produção de um vídeo, e considerando a produção massiva de filmes que procuram um cinema mais infantilizado, com narrativas simplificadas, e considerando também a transmidificação, a pesquisa procura entender as estratégias e ferramentas às quais a indústria cinematográfica norte-americana recorre para a infantilização nos filmes.

Com um olhar técnico em direção a grandes estúdios, como a *Disney*, procuramos entender como se consolidaram estruturas e receitas para a infantilização, observando narrativas e os elementos que compõem a estrutura fílmica. Também se almeja entender o filmes comercialmente, analisando o marketing e ações nas redes promovidas em prol desses projetos.

Posto isso, assumimos as seguintes questões como problemas de pesquisa: O que é um vídeo ensaio? Qual a estrutura de um vídeo ensaio? Porque o cinema contemporâneo infantiliza? Quais são e como são usados os mecanismos aos quais a indústria recorre para a infantilização e mercantilização do cinema contemporâneo?

3 OBJETIVOS

3.1 Geral

Este TCC tem como objetivo produzir, roteirizar, apresentar e editar um vídeo ensaio, com o propósito de identificar e analisar tecnicamente a origem, a forma fílmica e os mecanismos publicitários e mercadológicos empregados pela indústria cinematográfica para a infantilização e as características desta.

3.2 Específicos

- Apresentar um vídeo ensaio, como produto finalizado e totalmente embasado não apenas para análise teórica mas também para fins de entretenimento.
- Oferecer referenciais que demonstrem o impacto da infantilização nos filmes.
- Analisar filmes que apresentam características de narrativas infantilizadas.
- Levantar referências que colaborem para a forma do vídeo dando suporte ao argumento da infantilização nos filmes.

4 JUSTIFICATIVA

A ideia de criar um vídeo que investigue e discuta a influência da publicidade e do mercado em prol da infantilização dos filmes atuais, surge de dois grandes motivos. O primeiro, a inquietação e a curiosidade de saber como esses filmes, em sua grande maioria norte americanos, dominaram o cinema de cultura popular. A segunda motivação vem da minha formação como espectador desses filmes. Lembro-me que, desde muito novo, fui apresentado a filmes da *Disney*, *Marvel*, *Harry Potter*, entre outras narrativas, dos quais me tornei fã ao longo da vida, graças ao apelo emocional e nostálgico consolidado ao longo das inúmeras sequências dessas franquias. Percebi que, ao longo dos anos, mesmo ao crescer, aquelas histórias sempre estavam presentes no meu dia a dia, seja com o novo trailer do filme x, seja sob a forma de um novo jogo etc.

O papel das redes na imersão desses conteúdos foi de extrema importância. Antes de iniciar os estudos superiores, já acompanhava *youtubers* tratando de filmes, séries, quadrinhos e cultura pop em geral. O meu desejo de estudar, me formar e trabalhar com cinema muito se deve a essas referências.

Uma análise que iniciei na disciplina de Comunicação e Sociedade, lecionado pelo professor Sérgio de Sá, sobre a manipulação social da publicidade na indústria cinematográfica, foi um primeiro passo nessa descoberta. Na análise em questão, pude discutir como a manipulação de trailers, com cenas inexistentes nos filmes ou elementos de apelo visual e sonoro ocorriam para aumentar as expectativas de fãs e críticos sobre determinado filme. Acredito que destrinchar esses projetos e entender as ferramentas utilizadas para a contínua infantilização do público é uma forma de contribuir para uma mais ampla reflexão sobre o mercado e também para o desenvolvimento de senso crítico apurado sobre os produtos que nos são apresentados.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 Vídeo ensaio como forma

Com a escolha do vídeo ensaio como produto desta pesquisa pretendo ajudar a ampliar a compreensão do espectador sobre o tema por meio de exemplos e imagens e também compartilhar, de forma mais clara, a subjetividade de minhas opiniões e as descobertas de pesquisa.

Pouco antes do ingresso na faculdade, iniciei meu interesse pela área cinematográfica. À época, a internet, mais especificamente o *youtube*, continha diversos vídeos nesse formato que já era amplamente difundido. O vídeo ensaio, como forma de análise crítica sobre algum objeto, seja ele música, livros, ou filmes, por meio de uma linguagem mais informal, pessoal e uma edição não linear, se tornou muito popular entre fãs, críticos e acadêmicos .

Antes de me aprofundar nas teorias e técnicas para um cinema mais acriançado, gostaria de conceituar e contextualizar o vídeo ensaio à luz de alguns autores como Arlindo Machado (2003), Francisco Elinaldo Teixeira (2015), pesquisadores nacionais, e da pesquisa de monografia do egresso do curso de cinema da Universidade Federal do Rio Grande Do Norte, Jefferson Cabral.

O que é o vídeo ensaio? O vídeo nada mais é que uma linguagem que abrange toda a tecnologia envolvida na gravação, produção, edição, processamento e reprodução de uma série de imagens que compõem cenas com movimento. Já o ensaio se qualificaria como uma avaliação crítica sobre os adjetivos de algo; uma peça argumentativa com o objetivo de desenvolver ideias sobre o objeto de estudo. Para Arlindo Machado:

Denominamos ensaio uma certa modalidade de discurso científico ou filosófico, geralmente apresentado em forma escrita, que carrega atributos amiúde considerados “literários”, como a subjetividade do enfoque (explicitação do sujeito que fala), a eloqüência da linguagem (preocupação com a expressividade do texto) e a liberdade do pensamento (concepção de escritura como criação, em vez de simples comunicação de idéias). (MACHADO, 2003, p. 3).

Com os termos definidos separadamente, o vídeo ensaio se caracteriza então como um conteúdo adaptável e independente em forma visual, apresentado por meio da reprodução de imagens. Machado enfatiza em seu argumento que a forma e a veracidade do vídeo ensaio

não se fundamentam em um pensamento cartesiano, do tipo “penso, logo existo”, mas sim em um pensamento em movimento, não concreto, livre.

Pensemos o filme-ensaio hoje. Ele pode ser construído com qualquer tipo de imagem-fonte: imagens captadas por câmeras, desenhadas ou geradas em computador, além de textos obtidos em geradores de caracteres, gráficos e também materiais sonoros de toda espécie [...] “[...] a sua verdade não depende de nenhum “registro” imaculado do real, mas de um processo de busca e indagação conceitual. (MACHADO, 2003, p. 15-16).

Jefferson Cabral relata que é necessário observar que os vídeos-ensaio caminham num limiar que envolve de tradições da escrita ligadas à literatura, ao jornalismo impresso e à crítica filmica especializada, ao mesmo tempo em que desenvolve novas posturas no campo das imagens, como no documentário e no vídeo digital.

A estrutura do vídeo ensaio é constituída e teorizada por Francisco Elinaldo Teixeira por meio de quatro elementos: a ideia/conceito como base para o ensaio; o referencial do autor como objeto subjetivo da obra; o contexto sonoro como ponte entre a imagem; e o som e a atuação/participação do autor como cinema ao vivo, com presença de corpo e voz.

5.2 Os Instrumentos que infantilizam filmes

Como comentado na introdução deste memorial, muito da popularização desse cinema, visto com o intuito de simplificar e infantilizar narrativas, veio ao fim da nova Hollywood com filmes como: *Star Wars*, de George Lucas. Mas sua origem precede em muito esse lançamento: vem da literatura e antecede narrativas audiovisuais. Os contos de fada são um ótimo exemplo, histórias de conto popular que foram difundidas por todo o mundo e que foram se transformando de acordo com o contexto em que eram introduzidas.

A Bela Adormecida, como demonstra mais profundamente Bruna Cardoso em sua dissertação de mestrado, conto originário de 1634, escrito por Giambattista Basile, se chamava Sol, Lua e Talia. A estória continha traição, estupro e antropofagia. Em 1819 os Irmãos alemães Jacob e Wilhelm Grimm, com a intenção de reunir contos perdidos, os direcionaram para família, o lar e as crianças e retiraram toda a parte violenta e adulta da estória original e introduziram uma atmosfera de pureza e simplicidade. Em 1959, Walt Disney produziu a primeira animação, e não só a estória foi simplificada com a retirada dos

atos violentos; houve também uma idealização da estética e uma rasa abordagem dos personagens.

O contexto no qual *Disney* produziu a animação era o da forma, da estética e do aprimoramento da técnica como o principais focos da produção, numa época em que a televisão predominava e os estúdios precisavam industrializar o cinema de animação, focando em quantidade e não qualidade. Walt focou no desenvolvimento da tecnologia e na contratação de mais animadores, na qualificação da técnica por eles utilizada, promovendo cursos e recursos que melhoram suas artes. Junio Barbosa (2011) comenta que, desde o início, *Disney* buscou o mundo idealizado nas telas. O ideal seria o mundo que imaginamos como o melhor; o mundo mágico, não o real, perseguindo sempre a perfeição do método.

Em sua incansável busca do progresso da animação, Disney lançou o primeiro filme colorido, *Flowers and Trees*, em 1932, com um sistema de combinação de três cores, sendo que, até aquele momento, os filmes (mesmo os de ação ao vivo) utilizavam uma combinação de apenas duas cores. Esse foi o primeiro desenho animado a ganhar o Oscar (BARBOSA JÚNIOR, 2011).

Gabler (2009, p. 12) comenta que “Disney atingiu o que pode ser a essência do entretenimento: a promessa de um mundo perfeito que se ajusta aos nossos desejos”, vendendo sonhos e um mundo ideal numa década de depressão econômica, os anos 1930, o pós-crise de 29. Glauber retrata como Disney teve sua importância em “capturar e, depois, apaziguar a enfermidade nacional”.

5.2.1- As Técnicas Fílmicas

Considerando um cinema abrangente, de massa, os *blockbusters*, filmes que na contemporaneidade atingem todo o mundo, optou-se, para a análise deste estudo, por separar as ferramentas utilizadas pela indústria cinematográfica para infantilizar os filmes em (a) elementos da construção fílmica e (b) ações mercadológicas.

Dentro das ações técnicas de filme serão analisados os efeitos da tecnologia e dos métodos narrativos de roteiro. Quanto às ações mercadológicas, serão consideradas ações de marketing, propondo-se também discussão sobre as tecnologias transmidiáticas. É importante ressaltar, e isso se tornará mais claro na análise, que ambos os instrumentos são interdependentes.

Considerando o empenho da *Disney*, e da indústria em geral, para com a técnica, a preocupação com a estética e o aumento do realismo para a imersão do público, torna-se patente que o cinema de atrações, presente desde o primeiro cinema e que procurava atrair o público com ilusões e truques, nunca acabou. Aqui aponta-se a primeira ferramenta, a tecnologia.

O progresso da tecnologia foi essencial para atrair o público, desde o avanço descomunal da computação gráfica, às câmeras de maior resolução, com ótimos padrões de cores e câmeras que captam em três dimensões.

Robin Wood tem argumentando convincentemente que o cinema Americano recente tem geralmente tendido a construir o espectador como infantil, escravizado pela ilusão. Em ficção científica especificamente, a sensação de maravilhoso [sense of wonder] do gênero, e por extensão a posição do espectador, tem sido circunscrita à imagem de uma criança de olhos esbugalhados. (GRANT, 1999, p. 25)

Grant conclui:

Muito do cinema contemporâneo de ficção científica tem sido substituído pela sensação de maravilhoso [sense of wonder] pelo encanto da mistificação. Filmes populares de ficção científica como *O Exterminador do Futuro* (1984) e *Predador* (1987), oferecendo ação espetacular quase ininterrupta, parecem ter sucumbido quase inteiramente ao canto da sereia do espetáculo sensual. (GRANT, 1999, p. 28).

A fala de Grant faz muito sentido, quando olhamos para a tabela das maiores bilheterias mundiais apresentada na introdução deste memorial. A maior parte dos filmes que lá constam são aventuras, filmes de ação e filmes de super herói, histórias que, sem a tecnologia, pareceriam inverídicas e quebrariam a crença cinematográfica.

Ao fim dos anos 80 a *Disney* atravessava uma fase delicada: havia produzido alguns fracassos de bilheteria e, em resposta, decidiu focar no que sempre lhe dera resultado: a qualificação de seu pessoal para que lhe gerasse inovações. Christopher Vogler, ex-estudante da Universidade do Sul da Califórnia, e funcionário da *Disney* era um entusiasta de Joseph Campbell, autor do livro “*O Herói de Mil Faces*”. Vogler se prontificou a estudar Campbell e com base nisso, escreveu um memorando de sete páginas, “*O guia prático do Herói de Mil Faces*”, uma fórmula de como as histórias poderiam ser escritas, como se vê na figura 1 abaixo. Eis aqui a segunda ferramenta utilizada para infantilizar adultos e engajar histórias infantis, o roteiro.

Figura 1- O guia prático do herói de mil faces



Fonte: montagem do autor³

5.2.1.1 A magia da infantilização

Após a implantação do memorando de Vogler na empresa, foi consolidado o paradigma narrativo *Disney*. Filmes animados a traço de 1989 até 1998 possuíam a mesma estrutura e se modificavam apenas para a mudança de contexto.

Esta não deixa de ser uma versão mais concisa (e sarcástica) do Paradigma Disney, mas ignora a questão de a estrutura narrativa não ter sido criada apenas dentro da Walt Disney Pictures a partir do memorando de Vogler. Historicamente, ela é fruto de um processo de confluência de diversas técnicas de construção da narrativa, como demonstraram Vladimir Propp e A. J. Greimas, que por sua vez é inserido nas particularidades da cultura de narração de histórias, tanto ocidental quanto oriental. Dentro do universo cinematográfico e dos roteiristas (assim como no teatro, no e até no ritual religioso), narração e história são produto de uma construção narrativa. Assim como a estrutura observada por Syd Field, o paradigma

³ Montagem realizada a partir do documento The Memo That Started It All. disponível em <<https://livingspirit.typepad.com/files/chris-vogler-memo-1.pdf>> acessado em 17 de janeiro de 2023.

narrativo dessa produtora foi resultado de décadas de aprendizagem, experiências e inovações de linguagem. É possível encontrar traços da gênese dessa estrutura em filmes como “*Branca de Neve*”, “*A Gata Borralheira*” e “*Mogli*”. Mas é apenas a última década do século XX que vê o paradigma pronto e consolidado disponibilizado para produtores independentes externos ao esquema das grandes majors de distribuição.- Wikipedia Memorando de Vogler ⁴

Em 2006, Bob Iger CEO (*Chief Executive Officer*), Presidente da *Disney*, viu a necessidade de investimento em novas propriedades intelectuais. Em sua gestão foram adquiridas a Pixar em 2006, a Marvel em 2009, em 2012 a Star Wars e em 2019 houve a aquisição da *21st Century Fox*, que detém diversas obras como *Avatar* (2009), a franquia *Alien* (1979), *Predador* (1987), *Duro de Matar* (1988), *Planeta dos Macacos*(1968), *A Era do Gelo* (2002), *Kingsman* (2014), dentre outros. Essas aquisições foram importantíssimas para o futuro financeiro da empresa nos cinemas e fora deles.

Com tais estúdios e séries de filmes já sendo passado, analisá-las fora e dentro da política do mundo ideal criado por Walt nos dá a percepção de como esses filmes foram direcionados para a política de simplificação, apelo à nostalgia e infantilização e de como a Disney criou uma tendência na indústria.

5.2.1.2 O Universo Cinematográfico da Marvel como amostra

Mais profundamente, a estrutura dos filmes da *Marvel* também contém uma fórmula. O filme de origem do Universo Cinematográfico da Marvel, *Homem de Ferro* (2008), dirigido por Jon Favreau e produzido por Kevin Feige, precede a compra realizada pela *Disney*. No filme acompanhamos um bilionário, herdeiro de um magnata da indústria armamentista, Tony Stark. Ele sofre um atentado em uma de suas viagens ao Oriente Médio, sendo sequestrado por terroristas a mando de seu então mentor e Presidente da empresa Obadiah Stane. Stark constrói uma armadura, tornando-se um super herói, e consegue fugir do cativeiro. Sobrevivendo, Stark volta para casa e anuncia que sua empresa não irá mais fabricar armas. Obadiah o aconselha ao contrário e se rebela contra Stark. No fim, Tony derrota Obadiah em uma luta de armaduras tecnológicas e revela em uma coletiva de imprensa ser o Homem de Ferro.

Para um filme com indicação de censura 12 anos, parece tudo menos um filme para crianças. A estória, por mais fantasiosa e obediente `a jornada do herói, aborda diversos

⁴ Wikipedia Memorando vogler disponivel em : https://pt.wikipedia.org/wiki/Memorando_de_Vogler

temas como sexo e exibe uma violência superficial, o que, à época, surpreendeu a muitos fãs pela fidelidade aos quadrinhos. Mesmo com as contradições da política da Disney, boa parte dos elementos que se seguiram e que prosseguem ainda nos filmes da Marvel, foram consolidados nesse filme.

A fórmula Marvel, é um ótimo exemplo das ferramentas de infantilização e do cinema de atrações que foram listados. Consiste em elementos que a indústria já utilizava previamente como:

- A tecnologia, segundo Joe Russo, importante diretor do estúdio, e para quem “*A ascensão da Marvel coincide com o desenvolvimento dos efeitos visuais, que se tornaram mais fotorrealistas*”.
- Sendo esse um cinema de atrações, as lutas épicas e os planos de ação mega realistas estão presentes, mas ainda sim tem se uma leveza e um descompromisso com grandes arcos dramáticos.
- Um novo *Star system*, ou seja, contratos duradouros com os atores, um ótimo casting. “*É uma combinação da tecnologia e da narrativa e, claro, a coisa mais importante foi Robert Downey Jr. A contratação dele o tornou a espinha dorsal de toda essa jornada, influenciando o tom da direção de muitos filmes e da escalação de outros personagens*”, diz Favreau em uma mesa redonda, disponibilizada nos extras de Guerra Infinita (2019), junto a outros diretores do estúdio. Com o passar dos anos isso mudou, hoje as pessoas não vão mais ver o *Robert Downey Jr.* mas sim o homem de ferro.
- A construção dos roteiros e a humanização que é dada aos personagens são um enorme diferencial. Dois ótimos exemplos são Thor e Hulk. Thor, nos dois primeiros filmes, segue a jornada do herói, e mesmo com piadinhas e um humor duvidoso, os filmes se encontram na lista de filmes mais desaprovados pela audiência. A virada de chave foi a entrada do diretor Taika Waititi que deu um referencial diferente ao personagem, retirando-o do estereótipo do príncipe filhinho de papai e colocando-o como alguém que sofre diversas perdas, dentre as quais, a de sua família e de seu mundo, perdas estas que colocam o espectador no lugar do Herói. Hulk, por sua vez, interpretado por Mark Ruffalo, em sua primeira aparição possuía uma personalidade mas tímida, raivosa por vezes boba, com frases como “Hulk esmaga”. Transforma-se em um tipo descontraído, e com certa profundidade. Sofre suas perdas em Vingadores

Ultimato (2019), e se torna um mentor para a personagem principal em sua última aparição que se deu no seriado *She Hulk* (2022). Em contraponto, ao ser aprofundado, o personagem se torna muito mais infantil. Sua aparência física mais rude, como mostra a figura 2, foi modificada para conferir um tom carismático ao personagem, com o rosto do ator cada vez mais perceptível, graças ao avanço da tecnologia, como ilustra a figura 3. Outra característica é a sua demonstração de força, que se tornou mais amena nas últimas aparições, revelando um Hulk mais carinhoso, que faz yoga e é carismático com os demais, o oposto do ideal inicialmente concebido por Stan Lee.

Figura 2– Hulk em ira



Fonte: Vingadores (2012)

Figura 3- Hulk e She Hulk praticando Yoga



Fonte: Mulher Hulk (2022)

- A liberdade dada aos diretores para colocarem suas visões criativas e suas personalidades nos filmes foi outro fator importante no desenvolvimento do universo cinematográfico. Cada diretor consegue imprimir sua assinatura sem comprometer o personagem em questão, construindo um universo compartilhado onde a história de um complementa a do outro. Porém, essa liberdade vem sendo limitada recentemente. Esse aspecto será abordado ao se tratarmos das ferramentas de mercado e da atualização mais recente da fórmula.
- Por fim a Marvel tem o trunfo de ter um ótimo planejamento e controle por parte do Presidente do estúdio, Kevin Feige. Ele é a liga que une a mente criativa e executiva, centralizando as estratégias individuais e coletivas de cada filme ou série produzida.

5.2.2 - As Técnicas Mercadológicas

O mercado cinematográfico global já se encontra dependente do *ethos* infantilista para sua sobrevivência e para o incentivo ao consumismo. Reformula instituições, educacionais e civis para ajudar a vender mais mercadorias uniformes em todo mundo, como aponta Barber. Hollywood e a indústria cinematográfica tiveram, e têm um papel importantíssimo nessa unificação de culturas com o intuito de massificar o mercado em nível global. Barber discorre que

A ideia de um *ethos* infantilista é tão provocativa e controversa quanto a ideia do que Weber chamou de ética protestante. A infantilização é ao mesmo tempo um termo vago e confrontador, uma metáfora forte que aponta por um lado para a estupidificação dos bens e dos compradores numa economia global pós moderna que parece produzir mais bens do que as pessoas necessitam; (Barber, 2007,p .15)

Em 1946, 100 milhões de americanos iam ao cinema por semana (numa população de 160 milhões). Barber comenta que, ao longo dos anos, esse número foi decaindo até chegar à marca atual de 25 milhões. Comenta também que o mercado de filmes para tv e vídeos sob demanda, bem como o mercado externo se tornaram ainda mais importantes para a estratégia de adaptação de Hollywood. Benjamin Barber completa:

Por volta de 1993 a renda das bilheterias estrangeiras haviam superado a renda doméstica e hoje mais de 60% vem do mercado externo. Hollywood portanto precisa de blockbusters exportáveis cujo alvo principal são pessoas com uma capacidade subdesenvolvida de gratificação posterior ou seja crianças. (Barber, 2007,p 38).

Em um ensaio sobre sociedade de hiperconsumo, Gilles Lipovetsky discorre que “O consumo emocional, aquele que apela aos sentidos estéticos e à satisfação emocional e corporal, tomou o lugar do consumo puramente ostensivo, criando uma produção de massa personalizada”

Barber também explica que os mercados tendem a criar formas de infantilização de baixo para cima, ou seja, dos consumidores para o mercado. O mercado busca inspirar os consumidores a uma dependência infantil, como filhos pedindo por seus desejos aos pais. Aqui a tecnologia faz o papel fora das salas de cinema e se torna a principal ferramenta para a infantilização mercadológica.

Surge, a transmídia, ou seja a produção e interligação do contato constante de fãs com as propriedades intelectuais e os produtos, sejam eles uma continuação da estória contada por séries, livros, quadrinhos, redes sociais, jogos, parques de diversão e ou sites/apps. Em sua obra *Tela Global*, Lipovetsky aponta como o mercado migrou e se voltou a telas individuais. Ele diz:

Todas as antigas exigências de espaço(a sala escura),de programação e tempo (os horários) foram pelos ares. Pode se ver um filme em qualquer lugar em qualquer momento do dia e da noite. Com as ofertas na Internet, cada um ao menos em princípio pode construir sua própria cinemateca em função de seus gostos. (Lipovetsky,2009,p.63,64)

Voltamos a comentar o monopólio de mercado da *Disney* e a adaptação da fórmula *Marvel* apresentada no contexto das redes sociais e das tecnologias transmidiáticas, muito bem percebida e descrita pelo crítico PH Santos em um de seus vídeos ensaios no *youtube*. Pedro diz que: “Em resumo, a nova fórmula consiste em fazer filmes mais focados no grupo de heróis e não mais em produtos solos”, e, de fato, se olharmos para o futuro, mesmo os filmes solos não possuem só um herói. Tudo se tornou referência para outro filme, outro personagem, outra aventura interligando tudo na *Marvel*.

Outro ferramenta importante apontada por PH são as notícias. Hoje elas vendem mais que trailers e posters. “Antes a notícia não era bem quista pelos filmes, atores e membros da indústria, pela preservação da experiência cinematográfica. Hoje a indústria não só abraça essas notícias, mas também gera uma mistura de peças publicitárias e especulações. A regra é encher as pessoas com várias informações criando e desmentido fatos, negando até o final para depois entregar nas telas tudo o que foi negado.”comenta PH. Isso também funciona como uma espécie de teste prévio de audiência, fazendo com que os estúdios apostem sempre em decisões seguras.

A mesma estória é contada várias e várias vezes com referências previamente apresentadas ou apelos nostálgicos dos famosos, *fanservices*. E claro, com tantas desinformações, desejos e promessas a serem cumpridas, com o controle criativo na mão dos estúdios, a importância dos diretores diminui e, mesmo a visão e controle do chefe da *Marvel*, Kevin Feige, vem a ser questionada.

Distanciar-se da grande mídia e focar em *influencers* e redes também é parte da estratégia das indústrias para promover a longa vida dos filmes. O filme recente que melhor

representa essa estrutura é *Homem Aranha Longe de Casa* (2021). Previamente havia diversas especulações sobre se os atores que já haviam interpretado os personagens estariam presentes ou não no novo filme. No fim, as especulações se concretizaram e o filme se tornou a sexta maior bilheteria mundial

Figura 4- Homem aranha.



Fonte: Imagens de divulgação pela Sony Pictures de *Homem aranha sem volta pra casa* (2021)

A canais no *youtube* que vivem de pautas diárias sem ter pauta, e cansados de só dissecarem trailers, acham interessante especular e teorizar sobre o que a *Marvel*, e a indústria em geral vai fazer, funcionando como um marketing gratuito para os filmes.

Uma outra façanha da indústria é desassociar os seus personagens aos atores, em uma entrevista, Anthony Mackie, o intérprete do falcão, e agora atual capitão américa nos filmes da *Marvel* diz que: “*Não Existem mais filmes de estrelas como antigamente, o Anthony não é uma estrela de cinema, o falcão é, você ia ao cinema ver o filme do Stallone, do Tom cruise agora você vai ver os x-men , a evolução dos filmes de super herói significou a morte do filme de estrelas*”.

A indústria de trailers, que foi construída ao redor desses filmes, simplifica essa cultura de *hype*, ou seja, da criação de expectativas, explicando a grande influência desses *trailers*. Uma pesquisa do National Research Group mostrou que as pessoas tendem a confiar mais em trailers do que na opinião de amigos ou mesmo em plataformas de críticas especializadas, como o Rotten Tomatoes. Para Mark Wollen, fundador da Mark Wollen e Associates - empresa especializada na produção de *trailers* - em entrevista para a *Vice News*, os *trailers* tornaram-se eles próprios, uma forma de entretenimento.

Dois ótimos exemplos da manipulação dos *trailers* são os dos filmes *Star Wars Os Últimos Jedi* (2017), em que a protagonista Rey (Daisy Ridley) levanta seu sabre de luz para Luke Skywalker (Mark Hamill), indicando que ela o mataria. No filme, porém, ela abaixa o sabre, o oposto do mostrado no trailer. Em “Esquadrão Suicida” o *trailer* possui uma roupagem de videoclipe, usando a música “Bohemian Rhapsody”, da banda Queen, retratando um filme super animado e divertido. Na realidade, o filme em si foi péssimo ao olhar da crítica e do público.

Os efeitos colaterais dessa nova fórmula, da cultura de *hype* e da massiva quantidade de conteúdos sendo produzidos, exibe sinais de exaustão. A queda da qualidade dos efeitos especiais e dos roteiros tem sido expressiva, apesar dos números em bilheteria ainda se manterem estáveis. Em 2022 a Marvel Studios lançou sete produtos audiovisuais, entre séries e filmes. Em artigo recente para a *Vulture*, um ex-artista, relata, em anonimato, cargas horárias de trabalho abusivas de 64 horas de trabalho semanal, prazos curtos e cobranças descomunais, contradizendo os preceitos de qualidade em vez de quantidade que Walt Disney pregava, e entregando produtos de qualidade técnica duvidosa.

6 METODOLOGIA

6.1 A Pré Produção

Na pré-produção iniciei o processo de concepção da pesquisa e revisão bibliográfica, da roteirização e estruturação a partir da busca por referências teóricas e visuais, por ideias para a fotografia, cenografia, e dos equipamentos necessários para a produção.

6.1.1 Concepção inicial do projeto

A ideia inicial do projeto no pré-TCC seria o desenvolvimento de um canal no *youtube*, um espaço pessoal, como um diário público onde eu manteria minhas opiniões e meu trabalho teórico e prático e onde minha relação com o cinema e a cultura pop seria mais aprofundada cotidianamente. Ao conversar com o professor orientador, chegamos ao consenso de que o projeto poderia seguir com a produção de um vídeo ensaio, se encaixando melhor no tempo de desenvolvimento do projeto e que o canal poderia ser produzido fora da universidade.

6.1.2 A escrita do roteiro

Com o norte do vídeo ensaio definido, minha primeira ação foi iniciar a pesquisa teórica e a escrita deste memorial. Tendo já reunido algumas referências bibliográficas previamente, pesquisei autores e pesquisadores que sustentassem os conceitos sobre a forma e desenvolvimento do vídeo ensaio, juntamente com autores que também contribuíssem para o argumento da infantilização.

A partir do referencial teórico, desenvolvi um roteiro bem simples, com os pontos principais que permeiam a análise. A ideia era tentar agir de forma mais natural e autêntica evitando que o vídeo, apesar de tratar de tema sério, mantivesse espaço para uma conversa mais despojada, informal. Com as referências de linguagem e montagem de alguns canais, achei importante essa maneira descontraída de se comunicar.

Contudo, realizei uma primeira tentativa de gravação na madrugada do dia 18 para dia 19 de janeiro de 2023, e ficou clara a falta de um roteiro mais detalhado. Por vezes, repetia algo dito ou mesmo me esquecia de aprofundar determinado ponto. Após uma reunião com o Professor Maurício, decidi produzir um roteiro bem mais preciso, mas, ainda assim, me baseando na estrutura do argumento que havia construído no referencial teórico deste memorial. O detalhamento do que eu iria falar facilitou muito a apresentação. No roteiro

deixei espaço para que na edição, eu pudesse trabalhar melhor com os espaços para transições e imagens que me auxiliassem a ilustrar e exemplificar minha fala.

Com o roteiro em tópicos pronto decidi ter um período para ensaios antes da gravação. No dia 17 de janeiro de 2023 realizei um teste prévio de minha fala com o auxílio de um cronômetro contabilizando um tempo, a princípio, de vinte minutos.

6.1.3 Referências de vídeo ensaio

Para a construção da linguagem do produto foi necessário analisar, em primeiro lugar, vídeos sobre a temática audiovisual e canais no *youtube* com temáticas semelhantes. Canais de Críticas/Vídeo Ensaio, como Entreplanos, Quadro Branco, Elementar, Caique Isoton e os de temática com as quais mais me identifico, os Canais Técnicos com Vídeo Ensaio como Gaveta, e a Lully de Verdade, que são minoria no meio audiovisual. Achei importante citar também canais que trabalham cultura pop de uma forma mais livre, noticiada e mais opinativa, sem muito embasamento teórico como o Thiago Romariz e da Huuro.

O público alvo do vídeo seriam pessoas de 15 a 35 anos e que são entusiastas, profissionais ou interessados em audiovisual. Diferente dos canais de vídeo ensaio citados acima, a linguagem que procuro será muito mais leve e informal, como o Gaveta.

Como referência para a fotografia, enquadramento e posicionamento de objetos no quadro busquei algo similar ao quadro pilli news do canal do Andre Pilli.

Figura 5- Pilli News



Fonte: Frame do vídeo pilli news do canal do youtuber Andre Pilli (2019)

Em relação à iluminação, uma tendência que observei foram vídeos com iluminação colorida, em RGB, geralmente para compor o fundo do cenário, com luz em quadro ou

mesmo como luz de recorte. Bons exemplos são os vídeos mais atuais do canal Omelete e do canal Pipocando.

Figura 6- Pipocando



Fonte: Canal do youtube pipocando (2023)

Figura 7- Omelete



Fonte: Canal do youtube omelete (2023)

6.1.3 Locação e equipamentos

Desde o início eu tinha em mente que gravaria em casa, um espaço interno, reservado com maior tranquilidade para realizar a gravação, sem interrupções ou barulhos externos. Observando os canais de vídeos de ensaios, é comum um cenário fixo e de espaço interno. No início cogitei gravar dentro do meu próprio quarto, mas, após analisar melhor, percebi que não teria tanta profundidade de campo e, muito menos, espaço para realizar a montagem dos equipamentos de luz e fotografia. Sendo assim, o único lugar com espaço suficiente em minha residência seria a sala de estar.

No que diz respeito aos equipamentos para a gravação, alguns eu já possuía e tinha conhecimento para usá-los. Foram eles: equipamentos de áudio, uma lapela da *boya*, uma câmera *mirrorless* da linha *alpha* da Sony, a 6400, juntamente com uma lente 16mm da marca *Sigma*. Para a iluminação precisei da ajuda do Rômulo Aires, amigo de longa data que já trabalha com audiovisual e que possui as luzes necessárias. Por fim, após a primeira gravação e a reunião com o Professor Maurício em que constatou-se a necessidade de regravar o produto com um roteiro detalhado, o mesmo me emprestou um *power proper* que me ajudou muito a ler o roteiro de uma maneira mais dinâmica.

6.2 A Produção

6.2.1 Fotografia

Ao pensar na fotografia no vídeo já sabia que necessitaria de um plano que fosse simples e prático e onde, sozinho, eu conseguiria realizar as filmagens me monitorando. Como comentei, utilizei a A6400 da *Sony* e a opção de uma lente 16mm foi exatamente para obter um enquadramento em que o campo de visão fosse suficiente para me movimentar em quadro. A lente também me daria a opção de ter um foco mais suave. Com o auxílio de um monitor externo e após o rec iniciar, consegue-se monitorar e observar a imagem.

Com a configuração da câmera pronta, o planejamento da luz foi meu próximo passo. Optei por realizar a clássica iluminação de três pontos: uma luz principal, uma luz de preenchimento e uma luz de recorte. Para a luz principal usei uma spot de 60w de potência da marca Godox, junto a um grid para ajudar a suavizar a luz. Como preenchimento, a luz escolhida foi P200 *luxceo*, um led de 6w que, próximo a mim, fez bem seu papel. E, por fim, usei um bastão da *sokani x25-rgb*, como recorte na coloração em azul. Ele também auxiliou na iluminação do fundo do cenário. Como luzes secundárias, utilizei ainda, uma fita de led e uma luz de serviço da sala para tornar mais interessante o quadro.

A fotos a seguir ilustram quadro a quadro a adição das luzes, as fotos foram tiradas na primeira gravação com exceção da última que é um frame do resultado final realizado na segunda gravação em que realizei uma mudança no enquadramento e nos objetos de cena.

Figura 8- Luz principal



Figura 9- Luz de recorte



Figura 10 - Luz de preenchimento



Figura 11- Luz e enquadramento Final



Fonte: Arquivo pessoal do autor

6.2.2 Direção de arte

A direção de arte do vídeo inicialmente seria composta pela montagem de um plano de arte detalhado, com o desenvolvimento do projeto e o curto período para seu desenvolvimento, entendi que o mesmo não seria viável para a execução. Optei por um único cenário fixo, para praticidade na hora da execução, levando em conta que teria de produzir tudo sozinho. A ideia final foi utilizar objetos de minha coleção pessoal de *actions figures*, e quadros que remetem à cultura pop, além de elementos como uma claquete, e um mini Oscar

que remetesse mais diretamente ao mundo do cinema. Após a reunião com o orientador e a exibição do primeiro corte, foi sugerida mudança em alguns dos objetos que estavam muito apertados no quadro como mostra a figura 10.

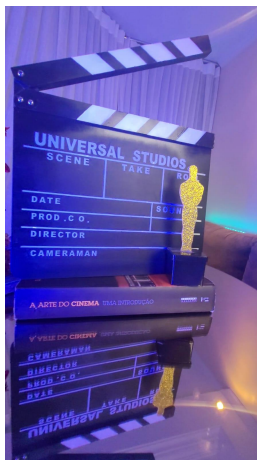
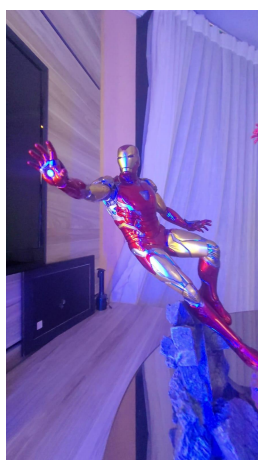
Figura 12- Cenário final



Figura 13- Homem de ferro

Figura 14- Claquete

Figura 15- wall-e



Fonte: Arquivo pessoal do autor

6.2.3 As filmagens

Com todo o processo de Pré produção concluído, parti para as filmagens em si. Como comentado anteriormente, decidi realizar uma primeira gravação na madrugada do dia 18 de janeiro, das 23 hrs até as 5 hrs do dia 19 de janeiro. Esse horário foi escolhido para que não houvesse interferências externas de som e luz. Toda a captação do áudio foi realizada por meio de uma única lapela que funcionou perfeitamente. Após a montagem de equipamentos e cenário, o rec foi iniciado, No início, com muita energia e disposição, as primeiras horas renderam, mas, sem o roteiro definido, eu repeti por vezes as mesmas falas, gaguejava e às

vezes me perdia. Ao final da gravação já me encontrava perdido e sem energia na fala. Nessa primeira tentativa, aproveitei também alguns takes para realizar chamadas para o *youtube*, sabendo que minha intenção é de, após a entrega desse projeto, postá-lo nas redes.

Dois dias após as filmagens e com uma montagem inicial realizada, tive uma reunião com o Professor Maurício que me sugeriu duas soluções: ou continuar com o material gravado e gravar uma narração em off juntamente com a inserção de imagens de suporte para complementar o que eu havia deixado passar na gravação, ou reestruturar o roteiro, dessa vez com mais detalhes em minha fala, e regravar todo o material, podendo até mesmo corrigir algumas falhas de fotografia relacionadas ao enquadramento e o reposicionamento de alguns objetos, aumentando assim a qualidade do produto final. Pelo aumento da qualidade final optei por regravar todo o material.

A segunda gravação ocorreu na noite do dia 23 de janeiro, dessa vez com o roteiro bem mais aprofundado e posto no teleprompter. Demorei quatro horas para realizar todas as gravações, duas a menos que anteriormente, sem o roteiro. Outra evolução de performance que percebi decorreu do horário. Dessa vez gravei mais cedo e a energia na fala foi mais constante. A única intercorrência foi em relação ao áudio: não havia me atentado, nos primeiros takes, ao fato de a câmera estar ligada à tomada, gerando um ruído no receptor da lapela. Após assistir aos primeiros takes, me atentei e desconectei a câmera da saída de energia.

6.3 A Pós produção

6.3.1 Identidade visual

Toda o conceito da identidade visual do vídeo foi baseado no efeito cáustica, que é um termo utilizado na área de iluminação, óptica e fotografia e que se refere ao efeito de luz que é refletida, refratada ou dispersa ao atravessar um meio transparente, como a água ou o vidro, produzindo padrões de luz e sombra distintos e sofisticados. Esse efeito é visível quando a luz brilha através de um objeto e é projetada na superfície oposta, criando uma imagem distorcida e invertida. É um recurso frequentemente utilizado em fotografia, cinema, iluminação de palco e *design* de interiores para criar efeitos visuais e dramáticos.

Este efeito ganhou significado para mim em uma análise em fotografia feita por Roger Deakins, no filme *Blade Runner 2049* (2017). O filme usa de tal artifício para exprimir a sensação de movimento em cenas de câmera parada e de uma impressionante composição, cenas que me encantaram e alimentaram minha paixão por cinema.

O primeiro passo foi definir a tipografia e as cores que eu usaria no vídeo. Da tipografia ao longo do vídeo me utilizei de três fontes, a da vinheta conhecida como *Tenebras*

sendo modificada, e uma fonte conhecida como *Caustic* para as transições e que se assemelha às curvas do efeito cáustica. Essa mesma fonte foi utilizada para a produção das transições. Por questões de legibilidade, optei pela *Open Sans* nas descrições dos produtos e imagens que havia definido.

Quanto às cores, optei por escolher cores claras e mais azuis assemelhadas à cor da água. O contraste entre o azul e o branco também veio a calhar. Por fim, optei por inserir elementos que remetessem à textura de quadrinhos nas imagens inseridas, evocando um elemento da cultura pop.

Figura 16- Fonte Tenebras na vinheta



Figura 17- Fonte Caustic na vinheta



Figura 18- Fonte Caustic nas transições



Figura 19 -Exemplo de inserção de imagem



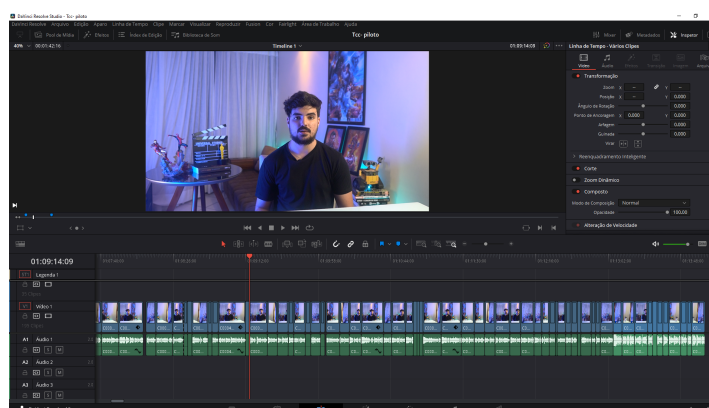
Fonte: Arquivo pessoal do autor

6.3.2 Edição e montagem

Com o material bruto do vídeo gravado e a identidade definida e chegada a hora da montagem e edição, recorri ao programa *Davinci Resolve 18* para realizar todo o processo de edição e montagem. Optei por este programa pela praticidade e pelo domínio que já possuía sobre o mesmo, o que traria agilidade e manteria a qualidade do produto final.

Meu primeiro passo aqui foi colocar todas as cenas em sequência. Em seguida, realizei os cortes removendo erros, momentos de respiração e gaguejos, otimizando assim o vídeo. Atentei-me a uma montagem mais dinâmica, dando um progresso energético e agradável ao conteúdo. Com o corte bruto, o vídeo alcança 15 minutos.

Figura 20 -Timeline do vídeo



Fonte: arquivo pessoal do autor

Após a consolidação do corte passei à pesquisa de imagens que dêem suporte ao falado no vídeo. Muitas das cenas inseridas de filmes ou exemplos vieram de *downloads* que realizei do *youtube*. Aqui meu trabalho foi olhar e olhar conteúdos e pegar trechos que exemplificasse bem o dito.

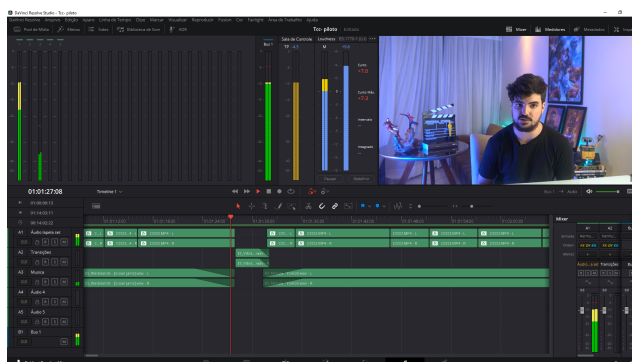
Nesse momento olhei muito para as referências de canais citados no item 6.1.3: suas montagens e edições, como aconteciam essas inserções. Algumas, como o Gaveta e o Omelete, as mesclavam com um fundo próprio; outros, como o canal Elementar e o Entreplanos, só inserem as imagens e mantêm a narração em off, revelando a fala somente ao fim do vídeo. Como a minha ideia, desde o início, era tentar trazer o vídeo como uma conversa e humanizá-la ao máximo possível, optei por realizar essa mesclagem valorizando também o trabalho que obtive nas filmagens.

A criação da vinheta e das transições vieram em seguida. Realizei o processo mantendo a identidade visual proposta, por meio de *keypoints*, pontos de memória de movimento que mapearam os títulos, suas entradas e saídas. Juntamente à ajuda de *presets* de transição nativos do *DaVinci*, consegui montar as vinhetas, transições, *lower thirds*, e as sobreposições gráficas colocadas na área inferior da tela.

Tendo finalizado as animações, iniciei o processo de pesquisa de sons e a inserção de músicas para a sonorização e mixagem do vídeo. Para a pesquisa de músicas e efeitos contratei um banco de sons chamado de *epidemic sound*. Nele selecionei as músicas de fundo e a música da vinheta. Iniciei as edições necessárias no som, como cortes, mixagem, e, em

alguns momentos, a redução de ruídos da lapela e a passagem de transições. Ao fim, inseri as músicas.

Figura 21 - Áudio



A correção de cor foi um dos processos que deixei por último, com a intenção de padronizar tudo, o *Davinci* me permite criar subgrupos dentro da aba de cor e realizar a correção uma única vez, aplicando-a a todos os outros *takes*. Realizei ali uma correção básica, subi um pouco o contraste da imagem e sua saturação sem utilizar nenhuma *preset* de cor, valorizando o azul do fundo e as diferentes iluminações.

Figura 22-Antes da cor



Figura 23- Depois da cor



Figura 24-Escopos antes

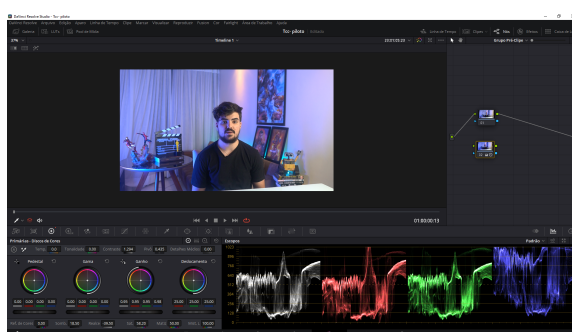
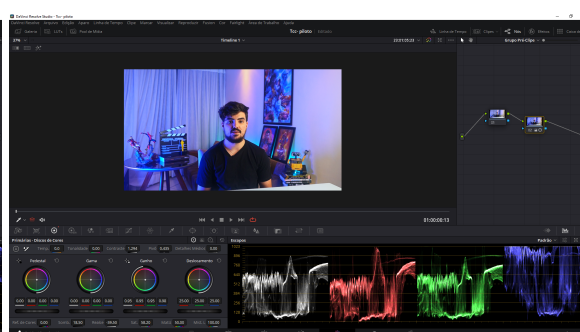


Figura 25-Escopos depois



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Ao fim, apesar de sempre olhar para o material final e querer melhorar ou inserir algo que tenha faltado, acredito que não finalizamos um vídeo. Só desistimos em algum ponto da edição que nos tenha agradado. Foram aproximadamente sete dias de trabalho corrido, mas essa edição foi fundamental para que eu conseguisse dinamizar, ilustrar e praticar uma pós que ilustrasse bem o conteúdo e o resultado da pesquisa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria norte-americana de cinema continuará a produzir e reproduzir as fórmulas descritas enquanto gerarem lucro. Esse cinema de exageros, que infantiliza e simplifica não vai morrer. Ele se comunica com algo intrínseco à sociedade contemporânea: o desejo e o mercado. Nos resta a educação, a busca e o entendimento do que está acontecendo na nossa cultura. O aprimoramento de nosso senso crítico, não só a produtos audiovisuais, mas a indústria contemporânea de hiperconsumo como um todo. A ação de infantilizar consumidores vem de fora do cinema. Os filmes infantilizados são reflexo do mundo capitalista em que vivemos.

Os filmes com temáticas juvenis vão saturar, se reinventar e se adaptar às demandas provindas do mercado e dos consumidores. Algo similar ao que aconteceu com o gênero de faroeste em Hollywood: alguns filmes vão se destacar e se tornar clássicos, seja pela sua forma narrativa, por elementos que revolucionaram a indústria ou somente pelo carinho de seus fãs.

A conclusão a que chego com minha pesquisa é a de que não é preciso que as pessoas deixem de gostar dessas narrativas, o gosto é pessoal. É necessário sim diferenciar um conteúdo que é fruto de cuidado maior e de maior aprofundamento em sua concepção e desenvolvimento, de simples histórias cujo intuito é enriquecer mais os estúdios. Pessoalmente sou grande fã dos produtos da *Marvel* e de muitos outros descritos neste trabalho, mas tenho o discernimento do que é meu gosto pessoal e do que, de fato, tem algo a mais, que tem a tal “revelação” que Scorsese e muitos outros cineastas tanto defendem.

Porém, não é apenas com conclusões que esse TCC se encerra. Um questionamento que me veio é o de como eu posso aprender com essas ferramentas da grande indústria e aplicá-las em minha realidade? Seja nas minhas produções, com o intuito de gerar narrativas mais acessíveis e intrigantes a uma audiência interessada, ou mesmo jogando com esses instrumentos ao executar uma prestação de serviços, gerando um produto que agrade o cliente e que contribua para sua marca. Essa análise pode vir a contribuir não só para esses entendimentos, mas até mesmo para um ótimo desempenho em minha carreira no campo do audiovisual.

O processo de escrever esse memorial, pesquisar, roteirizar, produzir, filmar e editar sozinho, foi uma bela aposta. Mesmo com os ensinamentos que obtive ao longo da universidade, foi um desafio lidar com o acúmulo de funções e com o curto período de

realização, para um desenvolver de modo profundo um tema que tanto me interessa e que incide em meu cotidiano.

Entretanto, há algum tempo, eu já sonhava em ir para frente das câmeras e conversar um pouquinho sobre algo que estudo e amo tanto, como cinema e seu mercado. Foi uma realização incrível poder deixar de só consumir o conteúdo de várias pessoas na rede e realizar meu sonho de apresentar o meu referencial, sintetizando a teoria e a prática.

Como já dito, a ideia desse projeto não se encerra aqui. Depois de entender melhor as dificuldades e os resultados de se produzir um conteúdo independente, meu plano é que esse vídeo ensaio seja apenas o início de uma série de conteúdos que continuarei difundindo nas redes. Entendo que o maior desafio, de fato, são a constância e a autodisciplina. Ao fim dessa trajetória, observo que minha afeição por quem produz vídeos, ensaios e conteúdos nas redes com ótima frequência e qualidade só aumentou.

O que me fascina, ao fim desse trabalho, é a imensidão do que posso continuar aprendendo para além da universidade; é a possibilidade da conexão e extensão desses assuntos a outras pessoas; é saber que, para além desses vídeos estão também as perspectivas de meu desenvolvimento pessoal e de meu desempenho e evolução na área.

8 REFERÊNCIAS

Bibliografia:

BARBOSA JÚNIOR, A. L. A arte de animação: técnica e estética através da história. São Paulo: Editora SENAC, 2011.

BARBER, Benjamin R., Consumido: como o mercado corrompe crianças infantiliza adultos e engole cidadãos. Rio de Janeiro, Editora Record, 2009

BERNADAZZI, Rafaela. COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. Produtores de conteúdo no YouTube e as relações com a produção audiovisual. Revista Comunicare: Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Casper Líbero. São Paulo

BORDWELL, David; Kristin Thompson; A ARTE DO CINEMA: Uma introdução, Campinas-Sp; Editora da Unicamp, 2013.

BURGESS, Jean. GREEN, Joshua. YOUTUBE E A REVOLUÇÃO DIGITAL: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Hebe Ester Lucas. São Paulo – SP: Aleph, 2009.

CABRAL, Jefferson. A ARTE DA APROPRIAÇÃO NO VÍDEO-ENSAIO- Universidade Federal do Rio Grande Do Norte. 2017.

COSTA, Toyo, REIS, Lúcio, SUPPIA, Alfredo; CINEMA DE FICÇÃO CIENTÍFICA E EFEITOS ESPECIAIS: UMA RELAÇÃO INTRÍNSECA E INSEPARÁVEL? -Universidade Federal de Juiz de Fora, Laboratório de Estudos em Ficção Científica Audiovisual. 2011 Disponível em: <<http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/514/509>>

GRANT, Barry Keith. “Sensuous elaboration”: reason and the visible in the science-fiction film. In: KUHN, Annette (Ed.). Alien zone II. London/New York: Verso, 1999. p. 16-30.

EPSTEIN, Joseph “The perpetual adolescent” *Weekly Standard*, 15 de março de 2003 <<https://www.washingtonexaminer.com/weekly-standard/the-perpetual-adolescent>>

LEE, Chris I’m a VFX Artist, and I’m Tired of Getting ‘Pixel-F-ked’ by Marvel. *Vulture*. 2022. Disponível em: <<https://www.vulture.com/article/a-vfx-artist-on-what-its-like-working-for-marvel.html>>

LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean ; A TELA GLOBAL: Mídias culturais e cinema na era hipermoderna, Editora Sulina, 2009

LIPOVETSKY, Gilles. A FELICIDADE PARADOXAL: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo, Companhia das Letras, 2007

HIRSCHBERG, Lynn, "Us & Them: What Is an American Movie Now?" *New York Times*, 14 de novembro de 2004.

Disponível

em: <<https://www.nytimes.com/2004/11/14/movies/what-is-an-american-movie-now.html>>

MACHADO, A. O Filme-Ensaio. In: Intermídias 5 e 6. Rio de Janeiro: Concinnitas/UERJ, v. 4, n. 5, p. 63-75, 2003.

SOUZA, Bruna Cardoso Brasil de. Estudo das categorias narrativas, variações e permanências nas versões de Basile, Perrault, Grimm e Disney de A Bela Adormecida. 2015. 104 f.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Ciências e Letras (Campus de Araraquara), 2015. Disponível em:

<<http://hdl.handle.net/11449/127837>>.

TEIXEIRA, F. E. (Org.). O ensaio no cinema: formação de um quarto domínio das imagens na cultura audiovisual contemporânea. São Paulo: Hucitec, 2015.

VOGLER, Christopher The Memo That Started It All-"A Practical Guide to Joseph Campbell's The Hero with a Thousand Faces", 1985

Disponível em: <<https://livingspirit.typepad.com/files/chris-vogler-memo-1.pdf>>

Wikipedia Memorando Vogler, Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Memorando_de_Vogler> Acessado em 07 de Fev 2023

SCORSESE, Martin. I Said Marvel Movies Aren't Cinema. Let Me Explain. *The New York Times*, 2019

Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/11/04/opinion/martin-scorsese-marvel.html>>

Filmografia

Bela Adormecida- Direção: Wolfgang Reitherman, Clyde Geronimi, Eric Larson, Les Clark .Disney.1959

Blade Runner 2049- Direção: Denis Villeneuve. Warner Bros.2017

Homem de Ferro- Direção Jon Favreau. Disney.2021

Homem Aranha sem volta para casa. Direção: Jon Watts. Disney. 2021

Extra-Mesa Redonda dos Diretores-Vingadores Ultimato-Direção Irmãos Russo. Disney. 2018

Tubarão- Direção Steven Spielberg, Universal Pictures. 1975

Thor Ragnarok- Direção Taika Waititi,Disney, 2017

Videografia

André Pilli News, 2019

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JG389G0RVnY>>

Omelete, DC vs Marvel 2023.2023

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2NMeJu8LpoY>

Vice News, ” How movie trailers manipulate you”, 2018.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=a_jjzzgLARQ&ab_channel=VICENews>

Ph Santos. A Nova Fórmula da Marvel.2022

Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=iZuLxU20Unk> >

Pipocando. 2023

Disponível em: <<https://www.youtube.com/@Pipocando>>

9 ANEXOS

Câmera cáustica, vídeo ensaio - Roteiro - piloto

Como o cinema infantiliza seu filmes

* Trilha leve

* voz em off

Imagens de cinemas e pré estreias.

Você já percebeu como o cinema pipoca e os blockbusters vêm a cada ano esgotando os mesmos assuntos? Narrativas mais simples e até mesmo infantilizadas. A lista de maiores bilheterias mundiais, têm como denominador em comum filmes de ação, super heróis e claro todos eles pertencentes ao mesmo dono a Disney.

Transição p/ cenário

Fala galera, meu nome Pedro Henrique e a ideia desse vídeo ensaio é entender porque Hollywood infantiliza seus filmes e como ela faz isso.

Fala galerinha Cáustica, meu nome é Pedro Henrique, e seja bem vindo ao primeiro vídeo do canal Câmera Cáustica, a ideia do aqui é podermos discutir filmes, séries e cultura pop, mas também trazer um pouquinho da realidade do filmmaker brasileiro, falar sobre nosso mercado e sempre trazer novidades da área.

entrada da intro

Transição p/ cenário

A origem da infantilização das narrativas precede em muito cinema, ela vem da literatura e antecede narrativas audiovisuais.

Transição p/ cortes

Os contos de fada, são um ótimo exemplo, histórias de conto popular que foram difundidas por todo o mundo e que foram se transformando de acordo com o contexto em que estavam sendo introduzidas.

Transição p/ cenário

A bela adormecida, foi escrita em 1634, por Basile, e se chamava Sol Lua e Talia, a história continha traição, estupro e antropofagia.

Transição p/ cortes

Em 1819 os Irmãos alemães Grimm, na intenção de reunir vários contos perdidos, os direcionando para família, para o lar e crianças, retiraram toda a parte violenta e adulta da história original por uma atmosfera de pureza e simplicidade.

Transição p/ cenário

Em 1959 a Walt Disney produziu a primeira animação, e não só a história se simplificou pela retirada dos atos violentos, mas também ela contribuiu para uma idealização da estética, e uma rasa abordagem dos personagens.

***imagens hollywood década de 60**

No fim da década de 60 Hollywood passava por sérias dificuldades. Com o fracasso de filmes de alto custo financeiro, o código Hays em vigor um código de ética e moral aplicado aos filmes em vigor, a desistência das redes

de televisão em solicitar filmes , e além, de tudo isso, os filmes perdendo bilheteria.

Com a crise, grandes estúdios, como Paramount e Universal, foram vendidos para grandes conglomerados , os executivos não muito interessados pela parte criativa entregaram os filmes a novos produtores, que por sua vez deram chances a uma voz mais autoral de diretores que haviam frequentado as escolas de cinema e tinham um vasto conhecimento sobre filmes e a tradição clássica de Hollywood.

*Animação com entrada de fotos dos diretores

Dentre eles, Martin Scorsese, Spielberg, Coppola e George Lucas. Esses diretores produziram filmes pessoais e conscientes da indústria.

Ao fim dessa era conhecida como a nova Hollywood, filmes como: Tubarão, e *Star Wars* deram os primeiros passos nesse caminho da popularização de filmes infantilizados,

Tubarão popularizou o formato de filmes blockbusters com uma exibição nacional simultânea e uma forte publicidade como mostra Max Valarezo em um de seus vídeos no canal Entreplanos.

Transição p/ cenário

Logo os estúdios insistiram, e fortaleceram as fórmulas e ferramentas criadas para os sucessos de bilheteria . Ao longo dos anos os *BlockBusters*, filmes com uma estratégia mais bem definida e de alcance mundial, se tornaram a maioria nos cinemas.

Transição

As Técnicas Fílmicas

Transição p/ cenário

O mercado mundial, o capitalismo, já se encontra dependente dessa cultura de infantilização para sua sobrevivência e incentivo ao consumismo,

A infantilização no mercado é ao mesmo tempo um termo vago e confrontador, é uma idolatria aos bens numa economia que parece produzir mais coisas do que as pessoas precisam,

Hollywood e a indústria cinematográfica tiveram, e têm um papel importantíssimo nessa unificação de culturas com o intuito de massificar o mercado mundial.

Em 1946, 100 milhões de americanos iam ao cinema por semana (numa população de 160 milhões), Ao longo dos anos esse número foi decaindo até chegar a marca atual de 25 milhões.

Por volta de 1993 a renda das bilheteiras estrangeiras haviam superado a renda doméstica e hoje mais de 60% vem do mercado externo. Hollywood então precisava de filmes exportáveis, cujo alvo principal são pessoas com uma capacidade subdesenvolvida de gratificação posterior ou seja crianças.

A jornalista Lynn Hirschberg, em um artigo ao *New York Times*, comentou que "enquanto outros países entendem o advento da globalização como uma oportunidade de interpretarem suas psiques e circunstâncias nacionais por meio de filmes, os EUA estão mais interessados em atrair o maior público possível"

Transição p/ cenário

O contexto no qual *Disney* produziu a animação da bela adormecida e de outras suas animações era o do aprimoramento

da técnica como o principal foco da produção, numa época onde a televisão dominava e os estúdios precisavam industrializar o cinema de animação, focados em quantidade e não qualidade. Walt focou no desenvolvimento da tecnologia e na contratação de mais animadores sem perder a qualidade.

Desde o início o *Disney* buscou o mundo idealizado nas telas, o mundo mágico, não o real, correndo sempre atrás da perfeição do método.

Em sua incansável busca do progresso da animação, Disney lançou o primeiro filme colorido, *Flowers and Trees*, em 1932, com um sistema de combinação de três cores, sendo que, até aquele momento, os filmes (mesmo os de ação ao vivo) utilizavam uma combinação de apenas duas cores. se tornando o primeiro desenho animado a ganhar o Oscar.

Transição p/ cenário

A Disney atingiu o que pode ser a essência do entretenimento: a promessa de um mundo perfeito que se ajusta aos nossos desejos.

Vendendo sonhos e um mundo ideal numa década em período de depressão econômica nos anos 1930, o pós-crise de 29. A Disney teve sua importância em "capturar e, depois, apaziguar a enfermidade nacional".

Transição p/ cenário

Para entendermos melhor as ferramentas de infantilização utilizadas pela indústria cinematográfica, eu vou separar aqui os dois modos pelos quais a indústria age: o filme em si, seus elementos e suas ações mercadológicas.

Vendo o esforço da *Disney* e da indústria em geral, para com a técnica, a preocupação com a estética e o aumento do realismo para nossa imersão, fica parecendo que o cinema de atrações, aquele presente desde o primeiro cinema, com o intuito de só atrair o público com ilusões, truques de mágica, curtas cômicos, nunca acabou.

A tecnologia se destaca em atrair o grande público. Desde o avanço descomunal da computação gráfica, às câmeras de maior resolução, com ótimos padrões de cores e câmeras que captam em três dimensões.

O cinema Americano recente, tem como função construir o espectador como infantil, escravizado pela ilusão e Ações espetaculares quase ininterruptas

E se a gente olhar para a tabela das maiores bilheterias mundiais a grande parte dos filmes que lá e sem a tecnologia pareceriam inverídicas e quebrariam essa crença cinematográfica.

Transição

Além da tecnologia outra ferramenta utilizada é o roteiro

Christopher Vogler, ex -estudante da Universidade do Sul da Califórnia, e funcionário da *Disney* era um entusiasta de Joseph Campbell, o autor do o herói de mil faces. Vogler se prontificou a estudar Campbell e tendo uma compreensão de seu estudo Vogler escreveu um memorando de 7 páginas " O guia prático do herói de mil faces" uma fórmula de como as histórias poderiam ser escritas.

Após a implantação do memorando de Vogler dentro da empresa foi consolidado o paradigma *Disney*, filmes animados de 1989 até 1998 possuíam a mesma estrutura e se modificavam

apenas para a mudança de contexto. É possível encontrar traços dessa estrutura em filmes como *Aladdin*, *Rei Leão* e *Mulan*.

Assim, o paradigma narrativo dessa produtora foi resultado de décadas de aprendizagem, experiências e inovações de linguagem

Em 2006, Bob Iger CEO (*Chief Executive Officer*), Presidente da *Disney*, viu a necessidade de um investimento em novas propriedades intelectuais,

Transição p imagens

Em sua gestão foram adquiridas Pixar em 2006, a Marvel em 2009, em 2012 *Star Wars* e em 2019 a aquisição da *21st Century Fox*. Essas aquisições foram importantíssimas para o futuro financeiro da empresa nos cinemas e fora deles.

A *Marvel* sendo um dos maiores exemplos dessa infantilização moldou a fórmula *Disney* e a adotou para seu universo.

O filme de origem do Universo Cinematográfico da *Marvel*, *Homem de Ferro* (2008), Para um filme com censura 12 anos, ele parece tudo menos um filme para crianças. A história por mais fantasiosa e obediente a jornada do herói, aborda diversos temas como sexo e uma violência superficial, o que pra época surpreendeu a muitos fãs pela fidelidade aos quadrinhos

Mas mesmo com as contradições da política da *Disney*, boa parte dos elementos que se seguiram e ainda seguem nos filmes da *Marvel*, foram consolidados nesse filme.

A fórmula *Marvel*, é um ótimo exemplo das ferramentas de infantilização e do cinema de atrações que comentamos,

Joe russo, comentou que a ascensão da Marvel coincide com o desenvolvimento dos efeitos visuais, que se tornaram mais fotorrealistas.

E sendo esse um cinema de atrações, as lutas épicas e os planos de ação mega realistas e ainda sim eles tem se uma leveza e um descompromisso com grandes arcos dramáticos.

A perda do *Star system*, ou seja, o elenco como foco do filme, hoje apesar dos altíssimos cachês que os atores recebem, as pessoas vão ver o Homem de Ferro e não *Robert Downey Jr.*

trecho entrevista falcão

Outro ponto é a construção dos roteiros e a humanização que é dada aos personagens. Dois ótimos exemplos são o Thor e Hulk. O Thor nos dois primeiros filmes segue a jornada do herói, e mesmo com piadinhas e um humor duvidoso, os filmes se encontram na lista de filmes mais desaprovados pela audiência.

A virada de chave foi a entrada do diretor Taika Waititi que deu um referencial diferente ao personagem, o tirando do estereótipo do príncipe filhinho de papai e o colocando como alguém que sofre diversas perdas, sejam elas a de sua família, e de seu mundo, que colocam o espectador no lugar do Herói.

Já o Hulk em sua primeira aparição tinha uma personalidade mas tímida, raivosa e bobona com frases como "Hulk esmaga", passando a ser um cara descontraído, e com uma profundidade. Ele tem suas perdas em *Vingadores Ultimato* (2019), e em sua última aparição no seriado *She Hulk* (2022) se tornou um mentor um para a personagem principal.

Em contraponto, o personagem ao ser aprofundando se tornar muito mais infantil, sua aparência física mais rude é

modificada para dar um tom carismático ao personagem, com o rosto do ator cada vez mais perceptível graças ao avanço da tecnologia.

Outra característica é a sua demonstração de força que se torna mais amena nas últimas aparições, demonstrando um Hulk mais carinhoso, que faz yoga e é carismático com os demais

Além de tudo a Marvel tem o trunfo de ter um ótimo planejamento e controle por parte do presidente do estúdio, Kevin Feige ele é a mente criativa e executiva, ele basicamente centraliza as estratégias individuais e coletivas de cada filme, série .

Os diretores , no início, ainda tiveram suas visões criativas e suas personalidades nos filmes mais presentes, esse foi outro fator importante no desenvolvimento do universo cinematográfico. Cada diretor conseguia dar a sua assinatura sem comprometer o personagem em questão construindo um universo compartilhado onde a história de um complementa a do outro. Mas recentemente essa liberdade vem sendo alterada.

Transição o Mercado

Lidando com produtos audiovisuais tão influenciáveis era previsível que os mercados criassem formas de infantilização onde os consumidores sabem exatamente o que querem do mercado.

O mercado busca inspirar os consumidores a uma dependência infantil, como filhos pedindo por seus desejos aos pais. Aqui é onde a tecnologia faz o papel fora das salas de cinema, e se torna a principal ferramenta para infantilização mercadológica. As transmídias, ou seja, a continuação e

expansão da história é contada por séries, livros, quadrinhos, redes sociais, jogos, parques de diversão e ou sites/apps.

Hoje existem diversos bens de consumo com a presença do super herói ou princesa favoritos, De maçã aos nuggets da turma da Mônica, dá escovas de dentes do filme Frozen até bens mais sofisticados como action figures dos super heróis da Marvel.

E falando do mundo digital linkando com o que falamos da Marvel, sua adaptação no contexto das redes sociais, e das tecnologias transmidiáticas, está modificando a forma que os filmes estão sendo feitos.

Numa análise que o PH Santos faz em um de seus vídeos ensaios no *youtube*. ele diz que em resumo a nova fórmula consiste em fazer filmes mais focados em no grupo de heróis e não mais em produtos solos , e de fato se a gente olha para o futuro mesmo os filmes solos não possuem só um herói, tudo se tornou uma referência para outro filme, outro personagem, outra aventura interligando tudo na *Marvel, transmídia*.

Outro ferramenta importante apontada por PH, são as notícias, hoje elas vendem mais que trailers e posters .” Antes a notícia não era bem quista pelos filmes, atores e membros da indústria, pela preservação da experiência cinematográfica. Hoje a indústria não só abraça essas notícias como gera uma mistura de peças publicitárias com especulações.

A regra como o ph diz é encher as pessoas com várias informações criando e desmentido fatos, negando até o final para depois entregar nas telas tudo o que foi negado.

O que pra mim também funciona como uma espécie de teste prévio na audiência, fazendo com que os estúdios apostam sempre em decisões seguras.

A mesma história é contada várias e várias vezes com referências previamente apresentadas ou apelos nostálgicos dos famosos, *fanservices*. E claro, com tantas desinformações, desejos e promessas a serem cumpridos a dificuldade dos diretores com o controle criativo na mão dos estúdios diminuiu e mesmo a visão e controle do chefe da *Marvel*, Kevin Feige, vem a ser questionada.

Se distanciar da grande mídia e focar em influencers para promover a longa vida dos filmes.

O filme mais recente do Homem Aranha uma ano antes de sua estreia já tinha tido diversas especulações se os atores que já haviam interpretado o personagem nos cinema estariam presentes ou não no filme. No fim as especulações se concretizaram e o filme se tornou a sexta maior bilheteria mundial

Os efeitos colaterais dessa nova fórmula, da cultura de *hype* e da massiva quantidade de conteúdos sendo produzidos, já está exibindo sinais de exaustão .

A queda da qualidade dos efeitos especiais e dos roteiros da *Marvel* tem sido expressiva apesar dos números em bilheteria ainda se manterem gigantes.

Em 2022 a *Marvel studios* produziu sete produtos audiovisuais dentre eles series e filmes, mas em um artigo recente para a *Vulture* um ex artista. anônimo, conta relatos de cargas horárias de trabalho abusivas, coisa de sete dias por semana, com uma média de 64 horas de trabalho semanal, prazos curtíssimos e cobranças descomunais contradizendo os preceitos de qualidade em vez de quantidade que o Walt pregava, e entregando produtos de qualidade técnica duvidosa.

Contudo a *Marvel* e a indústria não vão mudar seu comportamento afinal elas são empresas e precisam do seu

lucro, eu realmente acredito que aqui o desenvolvimento de um senso crítico e mais que fundamental para se ter o discernimento do que é realmente bom e do que é lixo massificado pela indústria para nos fazer consumirmos mais.

Transição p/ cenário

Bom Galera essa foi a minha análise sobre a infantilização do mercado cinematográfico. Queria Agradecer a todos pela audiência, agradecer aos que me ajudaram nessa empreitada, e também aos os meus professores que se disponibilizaram para a banca. Obrigado. Eu fico por aqui com um forte abraço e tchau.