

ERRO 404¹

Amanda SILVA²
Andressa NYITRAY³
Bruno de ARAUJO⁴
Carina BRAVIN⁵
Flávia FERREIRA⁶
Geisa LINDOLFO⁷
Luiz da SILVA⁸
Maikel GARROSSINO⁹
Mario JUNIOR¹⁰
Tatiana UCHINA¹¹
Vinícius ROMAY¹²
Marcelo MOREIRA¹³
José Augusto De Blasii¹⁴
Universidade Metodista de São Paulo

RESUMO

Este trabalho consiste no planejamento, desenvolvimento e produção de uma dramaturgia televisiva do gênero comédia (*sitcom*), integrando os módulos do 4º período do Curso de Rádio e TV. Com a finalidade de discutir sobre o conflito de gerações e relações pessoais e impessoais geradas pelo surgimento da internet, o grupo baseou-se nas seguintes etapas: planejamento técnico, produção efetiva e análise da teledramaturgia, levando em consideração o conteúdo dos módulos estudados em aula. Para tanto, foi necessária a realização uma intensa e extensiva pesquisa de campo. Concluiu-se, portanto, que a dramaturgia televisiva é fundamental na estruturação da televisão brasileira, bastante presente no cotidiano das pessoas e principal produto de venda das emissoras.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Dramaturgia Televisiva; Comédia; *Sitcom*.

1 Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Programa laboratorial de TV.

2 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: mand_bcs@hotmail.com

3 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: dessa_nyt@hotmail.com

4 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: bruno_bda@hotmail.com

5 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: carinabrain@hotmail.com

6 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: fla.yui@gmail.com

7 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: geisalindolfo@ig.com.br

8 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: luiz_t_silva@hotmail.com

9 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: mgarrossino@hotmail.com

10 Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: juniormoj@hotmail.com,

11 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: tatianauchina@gmail.com

12 Estudante do 5º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: davidromay@ig.com.br

13 Orientador do trabalho. Professor do Curso Rádio e TV, email: marcelo.moreira@metodista.br

14 Orientador do trabalho. Professor do Curso Rádio e TV, email: blasii@cbsp.com.br

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho é resultado do Projeto Integrado do curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, como avaliação final do 4º período, desenvolvido entre agosto e dezembro de 2011, que consiste em pesquisar e desenvolver uma dramaturgia televisiva, com especial olhar ao gênero Comédia. Nele, elaboramos, desenvolvemos e executamos um projeto de microssérie de TV e Internet com a produção de um piloto ficcional dividido em dois episódios.

O projeto buscou realizar experimentação teórica e prática dos processos de criação, pré-produção, roteirização, produção e pós-produção. O produto final apresentou características de uma ficção unitária, em que a narrativa apresenta uma estrutura de roteiro clássica, em três atos-apresentação, primeiro ponto de virada, desenvolvimento com uma grande virada de meio e uma finalização com virada final. No piloto, a virada de meio se torna um gancho de um episódio para o outro. Nesse sentido, observou-se a importância da dramaturgia na televisão, bem como o registro das gravações e dos processos de produção.

O projeto foi estruturado com base nas técnicas de encenação dramática, por meio de uma linguagem dinâmica que facilitasse a compreensão do público-alvo, criando o ambiente necessário para o gênero de comédia em relação ao seu espectador, além de elementos de áudio e edição que garantiram a construção do estilo e da linha de raciocínio adotada pelo grupo.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Realizar uma dramaturgia televisiva seriada do gênero Comédia e subgênero *Sitcom*, por meio de recursos audiovisuais.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dominar as linguagens e gêneros de criações audiovisuais, assimilando conceitos que permitam a compreensão de teorias e práticas de produtos audiovisuais;
- Conceber projetos audiovisuais em formatos adequados para veiculação, bem como seu planejamento e orçamento;

- Compreender e exercer aspectos éticos, culturais, emocionais e educacionais da produção audiovisual;
- Integração com outras mídias.

3 JUSTIFICATIVA

A dramaturgia está inserida desde seu nascimento na programação televisiva brasileira e permanece até hoje como uma de suas principais atrações. Segundo Borelli, do ponto de vista cultural, a dramaturgia conquistou seu espaço sobretudo ao se tornar assunto recorrente dos debates em torno da cultura brasileira (BORELLI, 2001).

Erro 404 tem como proposta utilizar o humor negro, subgênero da comédia que utiliza situações de mau gosto ou politicamente incorretas para construir piadas. Os temas retratados dentro desse subgênero são passíveis de vários assuntos: morte, suicídio, questões familiares e sociais (TRAVAGLIA, 1991).

Erro 404 aborda temas do cotidiano brasileiro, principalmente questões envolvendo o aumento de usuários na Internet e suas principais consequências, como pessoas que podem ser *fakes*, fingindo ser o que não são e, portanto, mascarar beleza, idade, *status* social e felicidade. Segundo Antonioli (2007), o crescimento econômico e a ascensão financeira da classe C trouxeram um *boom* na compra de computadores e aparelhos com acesso a Internet. Outro fator relevante são as facilidades de acesso nas *lan houses*. Segundo o Ibope/Nielsen, são 78 milhões (a partir de 16 anos – setembro/2011) de internautas:

45,4 milhões de usuários acessam regularmente a Internet no trabalho ou em casa, aumento de 10% em um ano. A maior parte acessa de casa (37 milhões), com alta de 15% em um ano. 38% das pessoas acessam a web diariamente; 10% de quatro a seis vezes por semana; 21% de duas a três vezes por semana; 18% uma vez por semana. Somando, 87% dos internautas brasileiros entram na internet semanalmente. Segundo Alexandre Sanches Magalhães, gerente de análise do Ibope/NetRatings, o ritmo de crescimento da internet brasileira é intenso. (Antonioli, 2007, p. 33)

Outro ponto relevante em *Erro 404* são os conflitos de gerações e a necessidade dos *Baby Boomers*, pessoas nascidas pós-segunda guerra mundial até 1963, e a geração X, pós- *Baby Boomers* até final dos anos 1970, adaptarem-se às novas tecnologias e, portanto, configurando-se

como migrantes digitais, e como esses se comportam nas relações e encontros virtuais com as gerações posteriores, Y e Z, as quais já estão relativamente inseridas nesse universo.

Olário, protagonista do projeto piloto de *Erro 404*, é um migrante digital que, após a morte de sua esposa, inicia uma nova vida na Internet, acessando *chats* de bate-papo e, quando possível, marcando encontros com essas pessoas. Esse mundo tecnológico é algo que sua geração ainda está se adaptando, diferente de sua filha Catarina, geração Y, que nasceu junto com a criação do computador e Internet.

Tendo em vista a evolução da dramaturgia no Brasil e as relações contemporâneas do sujeito com as novas mídias, *Erro 404*, por meio do humor, retrata as relações fluídas na *modernidade líquida* (BAUMAN, 2007) que se expressam na forma como se dá a socialização dos indivíduos no universo cibernético. A intenção desse trabalho é promover a problematização das relações sociais construídas diante do projeto societário da pós-modernidade que incidem diretamente na dinâmica familiar e nas perspectivas de subjetivação do sujeito (AMARAL, 2003).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os métodos e técnicas utilizados para a realização do *Erro 404* foram desde o roteiro, direção de fotografia, direção de arte e sonoplastia. Cada etapa será explicada a seguir.

4.1 ROTEIRO

Um dos principais objetivos de um roteiro é, segundo Rodrigues (2007, p.26), ser o eixo que norteia todo o percurso da criação fílmica. Nesse sentido, um roteiro se constrói como ferramenta estrutural da indústria do audiovisual, tanto no cinema quanto na televisão.

A realização de qualquer audiovisual requer investimentos e gestão de vários fatores necessários para levar adiante a sua proposta, por isso que um roteiro, além de possibilitar a pré-visualização da obra, também minimiza eventuais riscos de investimento. Do ponto de vista comercial, um roteiro permite reconhecer todos os aspectos artísticos necessários para compor o projeto.

Todo roteiro precisa possuir uma estrutura verbal que crie um dinamismo o qual deve ser traduzido com recursos técnicos, seguindo um discurso narrativo-dramático com palavras descritivas, que será aliado à cenografia, iluminação, atuação dos atores, enquadramento e

movimentos de câmera, sonorização e demais elementos técnicos.

Apesar de ser a ordenação sintática discursiva que organiza a disposição de cada um dos elementos presentes na cena do roteiro, o arranjo lingüístico da composição da cena busca aproximar-se da sintaxe fílmica indicando planos, movimentos de câmera e até sugerindo uma possível montagem. Dessa forma, o encadeamento narrativo- dramático (...) estabelece não apenas a sucessão de cenas, mas propõe uma configuração do modo de composição e arranjo cênico de cada uma das cenas. Tudo concorre para propor uma diagramatização e, com isso, sugerir à encenação lingüística da cena a sua visualidade e sonoridade (RODRIGUES, 2007, p.28).

É importante dizer que do roteiro ao produto filmado, há vários tratamentos pelos quais a narrativa passa, uma vez que a mesma deve possuir uma ordenação lógica que possua objetivos imagéticos.

4.2 DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA

Erro 404 possui dois mundos: real e virtual. O grupo se preocupou em diferenciar visualmente os dois, pesquisando referência de cores e o que cada uma poderia sugerir subjetivamente aos espectadores da dramaturgia.

Em seguida, estudamos temperatura de cor: quentes e frias. As cores quentes são misturas do vermelho ou amarelo. Cores frias são misturas com a cor azul. As cores quentes são psicologicamente estimulantes e estão associadas à alegria e excitação. Essa sensação de cores quentes foi criada no mundo real para realçar a excitação dos personagens envolvidos na história. Em oposição, utilizamos as cores frias no mundo virtual que, psicologicamente, provocam uma sensação de frieza e distanciamento.

4.3 SONOPLASTIA E EDIÇÃO

Desde o início do projeto a equipe de sonoplastia já tinha em mente que a sonorização de um mundo virtual deveria fazer jus ao tema, então já no principio acumulou-se um banco de sons que remetesse a esta ideia de mundo virtual. Por este motivo, a pesquisa das trilhas foi muito trabalhada na seleção de músicas com remixes de sons da Internet e computadores.

Na pós-produção e montagem, surgiram ideias de aplicar ao projeto, em sua parte estética, muitos efeitos com referências de histórias em quadrinho, necessitando, assim, de uma pesquisa extra para enriquecer a parte sonora e que contemplasse ainda mais essas ideias.

Os efeitos sonoros e sons do ambiente foram muito bem captados com o microfone boom, o

que diminuiu quase que por completo a necessidade de se fazer *foley*, técnica que consiste em criar no estúdio sons diversos. Durante a edição e montagem, buscou-se unir todos os sons selecionados de forma que resultasse em uma junção harmônica e que combinasse com a proposta da série.

4.4 DIREÇÃO DE ARTE

Para definir o figurino dos personagens, o grupo teve acesso a um dos maiores guarda-roupas do Brasil: o da Universidade de São Paulo do Departamento de Artes Cênicas. A partir disso, antes mesmo de todos os figurinos serem definidos, realizou-se uma visita até o guarda-roupa que ajudou a compor, sobretudo, o perfil dos personagens.

O estudo da semiologia e semiótica foi essencial para compor toda a parte estética da série. Os mais utilizados foram os índices e símbolos, sempre remetendo a algum aspecto para a caracterização do personagem. Esses elementos auxiliaram e enriqueceram a parte estética do produto audiovisual, trazendo detalhes da personalidade dos personagens e compondo de maneira melhor a direção de arte.

A parte cenográfica de *Erro 404* apresentou três cenários construídos em estúdio e um construído em pós-produção. O cenário principal é o quarto do personagem Olário. Por ser um senhor de idade, buscou-se uma parede com estampas florais, que não são mais comuns atualmente, além de objetos de madeira antigos, como o criado-mudo, a penteadeira e o mancebo. Outro cenário é o quarto de Catarina que, por pertencer a uma jovem garota, apresenta uma parede lisa cor de rosa e com diversos objetos que ajudam a compor o perfil da personagem. No cenário da cozinha foram usados azulejos cenográficos nas paredes e, por fim, o cenário construído na pós-produção é o da sala de encontro no ambiente virtual. Por ser um ambiente que não existe, a referência foi utilizar cores que remetessem ao mundo virtual, que se relacionassem com a tela do computador e com artes abstratas para apresentar a ideia de que é algo irreal.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto audiovisual de teledramaturgia é composto por gravações em estúdio. Todas as imagens foram realizadas nos estúdios da Universidade Metodista de São Paulo, apresentando as seguintes locações: alegoria da sala de bate-papo da Internet, quarto do personagem Olário, quarto da personagem Catarina e cozinha.

Erro 404 apresenta características de formatação que serão desenvolvidas a seguir, juntamente com as propostas de outros episódios dessa série.

5.1 CATEGORIA, GÊNERO, FORMATO E TEMPO DE DURAÇÃO

Erro 404 está enquadrado na categoria: dramaturgia ficcional e, por fazer o uso recorrente do humor, está inserido no gênero comédia.

Erro 404 é um produto audiovisual, a princípio, para ser apresentado em um mesmo programa televisivo do gênero Revista Eletrônica. O projeto piloto foi dividido em dois episódios. A primeira parte *Erro 404: No Cutuque* faz parte do início do primeiro bloco do programa, esta que apresenta os personagens e a situação em que se encontram, abordando o tema de conflitos de gerações e relações pessoais e impessoais causados pela internet. A segunda parte *Erro 404: Página Não Encontrada* dá sequência à situação criada no primeiro episódio, apresentando o desfecho da estória, com a reação dos personagens ao se descobrirem. Tal divisão foi realizada com o intuito de inovar na linguagem de teledramaturgias e de prender a atenção do espectador, conseqüentemente, sendo um ícone interessante para manter ou aumentar a audiência do programa.

Erro 404 é um produto híbrido com proposta de veiculação para todos os formatos audiovisuais existentes: canais televisivos (em especial TV Cultura, Canal Brasil e canais da rede HBO) e internet (Vimeo e YouTube), ou seja, o produto poderá ser assistido tanto em TVs, computadores, celulares ou tablets, formatando-se desta forma como um projeto transmídia.

5.2 PÚBLICO-ALVO

A dramaturgia abrange todos os públicos e seus formatos são criados com vários personagens, pertencentes a diferentes classes e idades. Segundo Pallotini (1998), o formato mais popular, as telenovelas, têm o maior público de pessoas com mais de 50 anos. Em contrapartida, os jovens assistem cada vez menos. O principal motivo da queda é a troca das telenovelas por seriados de TV por assinatura e pela internet.

Pelo seu formato e estrutura narrativa, *Erro 404* tem esse público-alvo, jovens de 15 a 30 anos, classes A, B e C que estão migrando para seriados ou *sitcons* de TV por assinatura e Internet, podendo, também, ser acessível e interessante a outros públicos, como a indicada para programas do gênero Revista Eletrônica.

5.3 PRÓXIMOS EPISÓDIOS

Partindo do princípio de que *Erro 404* é uma série com episódios unitários, que abordam o universo virtual, cada um desses é independente do outro e traz, a cada semana, personagens e situações diferentes. Abaixo, segue uma relação dos próximos episódios:

- Episódio 2: “*Erro 404- Webcelebridade Instantânea*”. Rita, uma garota de 19 anos, sonha em se tornar famosa e faz de tudo para se destacar em seu bairro, no subúrbio carioca. Depois de passar a noite com um dos garotos mais requisitados do bairro, descobre que o mesmo colocou um vídeo íntimo na internet da noite anterior, para o seu desespero. Porém, ao perceber que ganhou status no bairro e que todos a reconhecem, Rita tira a queixa na polícia e decide dar continuidade ao vídeo que a tornou popular.

- Episódio 3: “*Erro 404- Tensão de Mãe*”. Cacilda, mãe de Pedro, 15 anos, abre uma conta em um site de relacionamento para poder saber o que o filho anda fazendo e quem são seus amigos. Cacilda desenvolve um desejo incontrolável em perseguir o filho pelo mundo virtual. Certa vez, descobre que o filho irá sair com uma garota e decide ir atrás.

- Episódio 4: “*Erro 404- Curtir ou Compartilhar?*” Josiele trabalha no caixa de um banco e é extremamente reservada no ambiente profissional. Certa manhã, descobre que seu nome está na boca dos colegas de trabalho por conta de uma foto sua que caiu na rede em que aparece bêbada, com maquiagem borrada e em poses sensuais. O chefe do banco decide demitir Josiele, mas no dia da demissão vaza um vídeo do mesmo dia em que a foto foi tirada, em que Josiele aparece se declarando para o chefe e dizendo que o ama muito. Josiele acaba sendo promovida.

- Episódio 5: “*Erro 404: O Fake*”. Katia e Augusto são recém-casados, mas desconfiam muito um do outro. Ele decide fazer uma conta *fake* em um site de relacionamento, colocando fotos de um ator de novela para tentar seduzir a esposa. Por outro lado, ela também decide abrir uma conta fake para tentar seduzir o esposo. Tudo fica mais sério quando eles se veem apaixonados pelos fakes e decidem acabar com a relação.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o surgimento da televisão na década de 50, a teledramaturgia foi se desenvolvendo conforme a demanda da época. No Brasil, a telenovela foi introduzida pela publicidade mercadológica que ajudou em sua consolidação com roteiros estrangeiros, sendo assim, grande parte das telenovelas eram compradas da América Latina trazendo uma forte característica dramática estrangeira. Os horários de exibição eram confusos e aos poucos o público foi se adaptando. Com a ditadura no Brasil, a estratégia das emissoras era trazer uma identidade nacional para a temática das telenovelas. Foi nessa época que a TV Globo se firmou na produção de telenovelas. A partir daí, a dramaturgia televisiva, titulada de “mania nacional”, passou por várias mudanças, modernizações e tecnologias que influenciaram no gênero narrativo e desdobrando-se, além da telenovela, em seriados e minisséries.

Para o desenvolvimento do projeto, todos os processos foram essenciais, desde a pré produção até a finalização do produto. A pesquisa foi uma das bases mais importantes para a compreensão dos demais processos. Através dela ficou clara a importância dramaturgic na vida e na televisão brasileira, quais seriam os processos necessários, as referências visuais e escritas de um produto como esse. A pesquisa sobre o gênero foi importantíssimo para entender o padrão narrativo, a pesquisa por figurinos, cenários, cores, iluminação, fotografia e enquadramentos foram decisivos para adaptar a teledramaturgia ao gênero.

O projeto proporcionou aos alunos uma compreensão maior de todos os processos de produção necessários para a criação de um produto audiovisual. Desse modo, os conteúdos aplicados em sala de aula foram essenciais para estruturar a base de conhecimento necessária para o desenvolvimento do projeto na prática. E com a liberdade de experimentação dada, juntamente com a orientação dos professores, os alunos puderam desenvolver técnicas reais utilizadas no mercado de trabalho, desenvolvendo o espírito de trabalho em grupo e o olhar profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, M. A adolescência na contemporaneidade – reflexões sobre a vida danificada. In: M. L. OLIVEIRA, **Educação e Psicanálise: história, atualidade e perspectivas**. São Paulo: Casa do Psicólogo. 2003.



ANTONIOLI, Leonardo, 2007. **Estatísticas, dados e projeções atuais sobre internet no Brasil**. Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php>. Acesso em: 20 set. 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Aprendendo a andar sobre areia movediça**. In: *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 2007.

BORELLI, Silvia. **Telenovelas Brasileiras balanços e perspectivas**. In: SCIELO, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392001000300005&script=sci_arttext>. Acesso em: 30 abr. 2012.

PALLOTTINI, Renata, 1998. **Dramaturgia de Televisão**. São Paulo: Editora Moderna.

RODRIGUES, Elisabete Alfed. **Roteiro: o projeto narrativo audiovisual**. Belo Horizonte: Mediação, nº 6, 1º semestre de 2007.

TRAVAGLIA, L. C. **O que é engraçado? - Categorias risível e o humor na televisão**. Minas Gerais, UFU, 1991. Disponível em: <http://www.mel.ileel.ufu.br/homepages/travaglia/artigos/artigo_o_que_e_engracado_categorias_de_risivel_humor_brasileiro_na_televisao.pdf>. Acesso em: 01 out. 2011.