



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
COLEGIADO DOS CURSOS DE CINEMA

ANTÔNIO ELIAS ROSSET EGLIOR

A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA NO CINEMA CONTEMPORÂNEO
REFLEXÕES SOBRE O FILME *LATITUDES*

Pelotas/RS

2016

ANTÔNIO ELIAS ROSSET EGLIOR

A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA NO CINEMA CONTEMPORÂNEO

REFLEXÕES SOBRE O FILME *LATITUDES*

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema de Animação no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Orientadora: Prof. Carla Schneider

Pelotas

2016

ANTÔNIO ELIAS ROSSET EGLIOR

A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA NO CINEMA CONTEMPORÂNEO

REFLEXÕES SOBRE O FILME *LATITUDES*

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema de Animação no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Aprovado em seis de julho de dois mil e dezesseis.

Banca Examinadora:

Professora Carla Schneider (orientadora)

Professor Guilherme Carvalho da Rosa

Professor Bruno Leites

Resumo

O presente trabalho procura refletir sobre o uso e emprego do caráter transmidiático em produções audiovisuais, mais precisamente, através de uma análise da obra *Latitudes* (Felipe Braga, 2014) e como ela utilizou os elementos pesquisados em referências bibliográficas sobre *Transmedia Storytelling*.

Palavras-chave: narrativa, transmídia, produções audiovisuais, *Latitudes*

Abstract

The following paper intends to reflect on the use and employment of the transmedia feature on audiovisual productions, more precisely, through an analysis of the work *Latitudes* (Felipe Braga, 2014), and how it used the elements researched on the ‘transmedia storytelling’ bibliography.

Key-words: storytelling, transmedia, audiovisual productions, *Latitudes*

INTRODUÇÃO

O século XXI vem introduzindo e popularizando uma significativa mudança na forma do contar cinematográfico. Em razão disso, a narrativa sofre mudanças e adaptações conforme a mídia (meio), seja para uma expansão da obra ou um diferente olhar sobre ela. Isso decorre do fato da difusão das plataformas e da forma como estamos interagindo cada vez mais com elas.

Em vista disso, este trabalho pretende compreender o conceito de narrativa transmidiática e identificar os elementos que a constituem, além de transcorrer acerca da narrativa no contexto contemporâneo com a presença das mídias digitais, tendo como objeto de estudo a produção audiovisual *Latitudes* (2014), idealizada e dirigida por Felipe Braga. A escolha deste objeto de estudo justifica-se pelo fato de ter sido promovido como um dos primeiros projetos brasileiros a considerar a narrativa no contexto transmidiático¹. Para tanto, recorreremos a: 1) revisão bibliográfica sobre os conceitos ‘narrativa transmidiática’, ‘cultura da convergência’ e ‘mídias digitais’; 2) entrevista-sondagem, via internet, com o diretor Felipe Braga (ver transcrição no ANEXO 1), 3) análise de como o conteúdo da narrativa se desenvolve nas mídias distintas quando da observação da produção *Latitudes*.

A metodologia geral deste trabalho fundamenta-se na análise que tem com base os princípios considerados essenciais à narrativa transmidiática segundo Henry Jenkins (2010): ‘potencial de compartilhamento x profundidade’; ‘continuidade x multiplicidade’; ‘imersão x extração’; ‘construção de universos’; ‘serialidade’; ‘subjetividade’ e ‘performance’. Primeiramente fez-se uma descrição do conceito, seguido de uma exemplificação, após, uma aplicação de cada um deles no objeto de estudo e sugestões do que poderia ter sido feito, quando pertinente.

Na revisão bibliográfica identificamos os seguintes livros e autores: *Cultura da Convergência* de Henry Jenkins, *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço* de Janet Murray, *Roteiro para as Novas Mídias* de Vicente Gosciola, *Televisão, Cinema e Mídias Digitais* organizado por Paulo Roberto Figueira Leal, *Caminhos Transmídia* organizado por Rodolfo Oliveira e *Narrativa transmídia: a arte de construir mundos* de João Carlos Massarolo.

¹STIVALETTI, Thiago; LEITÃO, Gustavo. **Novos caminhos do VOD**. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/sites/default/files/revista/revista/revista-rcm-web-filmeb.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2016 p.19

Além da atualidade do tema, ele vem sendo aplicado continuamente na indústria e se mostra promissor, dadas as condições em que o público e os meios se encontram. Eram raros os estudos brasileiros sobre estes conceitos mas, recentemente, já encontramos bibliografia. Além da percepção do aumento de estudos sobre estes conceitos verificamos um crescente uso na indústria das produções audiovisuais em um contexto internacional e que agora se apresenta no panorama brasileiro, conforme indica a experiência do *Latitudes*. Para tanto, faz-se necessário o estudo da narrativa no contexto da convergência midiática, fundamentada a partir do uso do computador e potencializada pela internet e pelas mídias digitais.

1. A NARRATIVA NO COMPUTADOR

Iniciando a revisão dos conceitos, no contexto do computador, Janet Murray (2003) auxilia na compreensão de que a narrativa acaba por se desdobrar em uma série de ramificações, tais como os *softwares* de jogos e de programas. Com advento da internet é identificada em *websites*, hipertextos e o próprio conteúdo de trailers, séries e curtas. Nas palavras da autora:

O cultivo técnico e econômico desse fértil e novo meio de comunicação gerou muitas variedades novas de entretenimentos narrativos. Esses novos formatos para contar histórias variam dos videogames do tipo “fogo neles!” (*shoot-‘em up*) e das masmorras virtuais dos *role- playing games* (RPG) da internet até os hipertextos literários pós-modernos. Essa abrangente gama de arte narrativa traz consigo a promessa de um novo meio de expressão tão diversificado como os livros impressos e o cinema. (MURRAY, 2003, p.41)

Uma das mudanças nessa adaptação é a interação. O computador tem um caráter mais informal e casual na sua utilização, esta que é convencional e conveniente ao usuário. Conforme indica Murray (2003), além de localizar-se em um ambiente familiar e conhecido, o usuário tem total domínio das funções da máquina.

Assim como a propriedade de representação primária da câmera e do projetor de cinema é a reconstituição fotográfica da ação no tempo, a propriedade de representação primária do computador é a reconstituição codificada de respostas comportamentais. É isso o que, na maioria das vezes, se pretende afirmar quando dizemos que os computadores são interativos. Significa que eles criam um ambiente que é tanto procedimental quanto participativo. (MURRAY, 2003, p.80)

Em contrapartida, no cinema somos mais submissos à tela do que no computador. O ato de sair de casa para assistir a um filme, caracteriza-se como atividade social, tem presença de mais pessoas que compartilham junto daquela experiência. O ambiente fechado e

escuro da sala de cinema direciona nossa atenção ao filme e ficamos induzidos à inércia corporal em função da imersão. Temos uma hora marcada de início e término e a reprodução é contínua e sem possibilidade de ser interrompida; a linha narrativa vai do começo ao fim.

Segundo Murray (2003), a interatividade do computador nos permite aumentar essa experiência. A história segue de acordo e depende das ações do jogador, o que pode fazer com que chegue a finais diferentes. A intercalação de *gameplay*, o tempo de jogabilidade, e *cutscenes*, as cenas animadas sem interferência do jogador, faz com que ele seja jogado e assistido ao mesmo tempo. Em jogos como *Indigo Prophecy* (Quantic Dream, 2005) o foco é maior na história e em instigar o jogador a resolver os desafios. O *gameplay* é apenas um complemento para impedir o avanço do enredo. Ao assumir o papel de herói da história, ao usuário são dadas as escolhas e as ações, as consequências vão aparecer no decorrer do tempo e aquela experiência se torna própria do jogador. Diferente do filme onde o espectador pode apenas torcer pelo sucesso, não acontece à mesma identificação com o personagem.

Essas diferenças nas mídias vêm a complementar uma a outra como quando Murray diz que (2003, p.90) “o ambiente narrativo virtual amplia o universo ficcional dos filmes e programas televisivos de um modo que é consistente com a versão canônica da história, mas que a personaliza para cada um dos jogadores”.

Essa interação é vista na hipermídia e se desdobra num sentido muito mais amplo do que no ‘texto’, (este definido por Roger Laufer e Domenico Scavetta como “um conjunto de parágrafos e, geralmente, lido linearmente do começo ao fim” e por George P. Landow e Paul Delany como tendo “três atributos cruciais: linearidade, demarcação e estabilidade” PRIMO, 2007, p.30) e quanto ao potencial interativo da tecnologia informática Arlindo Machado defende que (1997, p. 251) “com os mais recentes formatos de armazenamento das informações computacionais, o receptor pode entrar no dispositivo textual a partir de qualquer ponto, seguir para qualquer direção e retornar a qualquer 'endereço' já percorrido”.

Podemos perceber então, que essa interação transforma a obra, concluindo um trabalho não necessariamente acabado, como o próprio Machado afirma. Segundo Andrew Lippman (PRIMO, 2007, p.31), essa caracterização como interativo se faz quando o sistema apresenta interruptibilidade, granularidade, degradação graciosa, previsão limitada e não-default, ou seja, sem padrão.

O computador, como uma ‘plataforma-mãe’ e definidora, deu origem a outros dispositivos disponíveis atualmente. Sua linguagem e terminologias foram transferidas e adaptadas aos sistemas de consumo midiático atuais. Seu uso foi difundido e de várias formas está presente no nosso dia a dia, não só como meio de entretenimento, mas ferramenta básica de uso geral.

2. NARRATIVA E AS MÍDIAS

Dados os devidos meios com que o espectador poderá encontrar determinada obra, no caso da televisão, o público é classificado por Jenkins como: ‘zapeadores’, que constantemente mudam de canal; ‘fiéis’, que escolhem seus programas a dedo, os gravam e falam sobre; e os ‘casuais’ que se encontrariam no meio termo. Ainda segundo Jenkins, os fiéis são quem têm mais probabilidade de buscarem conteúdo em outras mídias. Visto que a televisão e computador caminham para uma mescla de ambas as partes, o público fiel é o mesmo que hoje acessa a internet enquanto assiste à sua série na segunda tela².

As séries mais cultuadas por suas tramas complexas se veem obrigadas a se apoiarem em outras mídias, como é o caso de *Babylon 5*, citado por Murray (2003, p.89) e que “contém imagens do elenco e resumos dos roteiros que documentam as várias histórias entrelaçadas exibidas ao longo de múltiplas temporadas”. Isso possibilita a entrada de mais recursos que a narrativa pode dispor como coloca Vicente Gosciola.

As novas tecnologias de comunicação e de informação, ou as novas mídias, abriram-se também para as possibilidades de contar histórias. Assim como no caso do cinema, no período inicial do contar histórias através das novas mídias, as histórias eram mais simples. Porém, agora, elas são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentadas por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa, com opções de continuidade ou descontinuidade da narrativa e muito mais. (GOSCIOLA, 2010, p.17)

A descontinuidade da narrativa muda, muitas vezes, a cronologia com que os fatos nos são apresentados. A primeira consequência acarretada seria ao instigar o público à montagem do quebra-cabeça que se apresenta diante dele: associar fatos, personagens e o próprio estilo. O estilo estético das obras é reconhecido através da repetição, como colocado por Gosciola:

Fator plenamente previsível pelo roteirista, a repetição de determinado link promove certa identificação entre as telas; o usuário experimenta um tipo de ritmo durante a utilização; assim, a utilização que o usuário faz da obra constrói a unicidade, torna a

²Segunda tela: conceito que envolve o uso de um segundo dispositivo simultâneo ao principal, comumente para interagir online com o conteúdo que se está assistindo.

obra hipermídia una, coesa, um feito que é muito almejado por obras que possuem um número quase incontável de conteúdos e que não é garantido apenas pelo cuidadoso trabalho de coesão da arte gráfica e dos textos entre todas as telas da hipermídia. (GOSCIOLA, 2010, p.230)

Neste caso, repetição refere-se à identidade visual de cada obra e relações entre ela e demais segmentos. Uma vez que é escolhido o conteúdo a ser apresentado, ele cobrirá determinada parte da totalidade da narrativa.

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia. (JENKINS, 2009, p.161)

Cabe então fazer a escolha de qual conteúdo será representado, em que meio e de que forma se apresentará. Tomando por base as classificações de interação de Alex Primo (2007, p.20), temos as interações mediadas e quase mediadas. O ato de assistir a um filme poderia ser classificado como uma ação monológica dadas as características de espaço-tempo serem separadas contextualmente. Ressaltamos que apesar deste ponto de vista apresentado pelo autor, compreendemos que no contexto atual (2016), no que diz respeito às mídias que servem de suporte aos produtos audiovisuais, ações monológicas e dialógicas são revistas, uma vez que não são mais excludentes. Essa distância é consideravelmente contrastante ao uso do computador, que possui um poder interativo maior e caráter dialógico. Esse imediatismo nas relações torna, também, o ambiente mais tangível ao usuário como reforça Murray:

O computador captura processos e, portanto, está sempre nos sugerindo processos, mesmo quando está apenas exibindo informações. Tudo o que vemos em formato digital – palavras, números, imagens, animações – torna-se mais plástico, mais suscetível a mudanças. (MURRAY, 2003, p.153)

A passagem do tempo se faz de maneira diferente, tanto pela interatividade quanto pelo contexto. Essa noção de espaço-tempo pode fazer a transição para a narrativa como visto nos exemplos de Gosciola.

Por sua vez, nesse mundo virtual, o espaço é “orgânico, não tem fronteiras, não é estável”, como diz Derrick de Kerckhove ao analisar a internet como um moto-contínuo. George P. Landow cita a observação de Georges Poulet de que na obra *Em busca do tempo perdido*, de Marcel Proust, o tempo não se manifesta como uma duração bergsoniana, mas sim como uma “sucessão de momentos isolados”. Se para o cinema o tempo é um grande instrumento narrativo audiovisual, para a hipermídia ele também é. (GOSCIOLA, 2010, p.155)

Diante dessas duas plataformas distintas temos então visões diferentes de uma obra audiovisual, conforme compreendido por Roland De Wolk (2001), “contar por narrativa direta uma história multimídia é diferente de tudo aquilo que se edita nas mídias tradicionais,

porque a história é construída de diversas maneiras e considera diferentes pontos de vista” (apud GOSCIOLA, 2010, p.18).

3. A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA

Histórias sempre foram contadas e, conforme o período, de diversas maneiras e meios: oral, visual, pessoal, informal, encenadas, escritas, etc. Seja por meio de conversa ou meios tecnológicos disponíveis (televisão, rádio, computador) a narrativa e seus elementos sempre estiveram presentes.

Como ressalta Rodolfo Oliveira (2014), falar sobre narrativas transmidiáticas sempre implica em uma pré-noção de que o termo é de recente uso e criação e que se encontra em constante mudança. Uma das mais citadas características dessas narrativas pelos autores é a não repetição, quanto à adaptação para outras mídias, ao contrário, deve haver uma complementação e cada parte fazer sentido por si só. Esta repetição é a redundância em sua apresentação, ou seja, conteúdos com pouca ou nenhuma diferença entre si. O produto deve ser planejado e relacionar o que é contado somando uma grande história, um ‘universo’, segundo Jenkins (2009). A história se desdobra em plataformas distintas, assumindo cada uma, uma nova trama, que no final irá de encontro, contribuindo para o todo.

Além disso, a interatividade vem ao caso quando discutimos plataformas com acesso à internet. Cabe ao público, investido na história, ir atrás das informações distribuídas nos diferentes meios. Característica fundamental, a participação online é de constante e crescente relevância atualmente, quando temos fácil acesso a opiniões, desejos e tendências de diferentes públicos e que é levado em conta pelo produtor de conteúdo.

Transmídia é um modelo de narrativa em que várias plataformas são utilizadas ao mesmo tempo para contar uma história. No entanto, as plataformas são utilizadas de “forma inteligente”, sincronizadas, sem cair na redundância de conteúdo e com alto índice de participação das pessoas (DÓRIA, 2010).

Vemos, então, dois tipos de convergência, tecnológica e cultural. A narrativa transmidiática é um fenômeno cultural, quem faz o trânsito e a expande são os fãs, como ressalta Jenkins:

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de

comunicação, em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. (JENKINS, 2009, p.325)

Diante destas ideias “os grandes conglomerados de mídias encontram-se diante de uma situação na qual o fenômeno da transmidialidade exige um repensar de suas práticas tradicionais.” (MASSAROLO, 2016, p.62), estas práticas, intencionalmente ou não, aparecem em diversas obras. Neste artigo, a metodologia se dará por exemplos e aplicações de alguns dos conceitos de Jenkins sobre o assunto no item “5. Latitudes e os Princípios da Narrativa Transmidiática”.

4. LATITUDES

O filme *Latitudes* (2014), de Felipe Braga foi um projeto lançado para diversas plataformas, cinema, televisão a cabo, YouTube e Netflix. Dividido por oito capítulos, cada um deles passando em uma cidade diferente, começou a ser veiculado, um episódio após o outro, simultaneamente no YouTube e na TV (TNT e Glitz), sendo que este último articulava imagens em locações cenografadas da narrativa ficcional com momentos de discussão dos dois protagonistas na mesa de ensaio. A edição e junção dos segmentos ficcionais foi exibido posteriormente nas salas de cinema.

Latitudes conta a história de encontros e desencontros de um casal moderno, Olivia (Alice Braga), uma editora de moda e José (Daniel de Oliveira), um fotógrafo. Ambos viajam o mundo e passam tempo juntos quando estão na mesma cidade, em um relacionamento contemporâneo descrito pelo diretor como de encontros em que a intimidade demora pra surgir, muito fragmentado, e ‘antirromântico’.

Felipe destaca³ que obteve “uma visibilidade de imprensa muito maior do que qualquer filme brasileiro independente desse mesmo padrão e a custo zero”. Isso por causa da divulgação entre as plataformas e pela ideia de que as audiências e promoções se retroalimentam, reforçando o que diz Jenkins (2009, p.148) “Há fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia. A convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdo pelas múltiplas plataformas de mídia”.

Com uma intenção de criar um debate sobre a democratização do acesso ao conteúdo e, também, sobre como esses novos formatos de narrativa ficcional permitem que histórias sejam contadas de outras maneiras, *Latitudes* foi lançado entre 2013 e 2014 e

³Anexo 1, p.03.

segundo Felipe, atingiu seus objetivos. O projeto foi tendo seus capítulos lançados durante o ano de 2013, primeiramente disponibilizados no YouTube e na televisão, e, após completo, foi exibido em formato longa-metragem nas salas de cinema em 2014.

Devido a sua natureza episódica, em que cada capítulo se passa em uma cidade diferente, ou, ‘latitude’ diferente, o início de cada um começa mostrando onde estão os personagens, situando-nos, inserindo o nome do lugar estilizado, isto é, substituindo letras por números e acrescentando aspas. Essa opção visual remete a maneira de se escrever latitudes e longitudes de um determinado ponto em um mapa, fazendo uma referência ou brincadeira com o título do filme, conforme observamos na Figura 1:

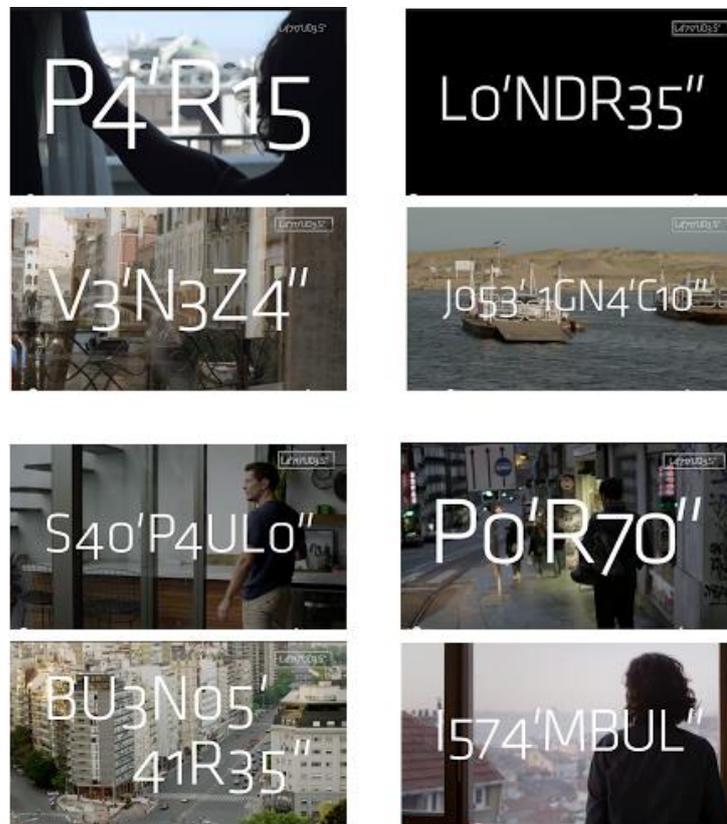


Figura 1- Frames do filme *Latitudes*

Fonte: <http://circuitoemserie.blogspot.com.br/2013/10/latitudes-1x01-08-paris-instambul.html>

Acesso em: 02 mai. 2016.

Após assistir ao filme *Latitudes*, analisar seu desempenho em cada plataforma e conversar com o diretor Felipe Braga, foi possível constatar que a intenção e o foco desde o princípio foi em termos de distribuição e exibição. As estratégias usadas foram com finalidade de uma abrangência maior em termos de público e não tanto no que tange a narrativa. No

entanto, acreditamos que o filme pode e deve ser analisado no ponto de vista narrativo, por ser pertinente e relevante na forma de se pensar distribuição e exibição.

5. LATITUDES E OS PRINCÍPIOS DA NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA

Pensar transmídia pode ter várias aplicações e entendimentos. Esta lógica pode se estender para marketing e *branding*, intertextualidade, modelos de ensino, etc. Estas lógicas são intercambiáveis em algumas características e em outras não, assim como na narrativa transmidiática. Henry Jenkins propõe⁴ sete princípios essenciais à *Transmedia Storytelling* que neste texto acadêmico utilizamos como abordagem metodológica, isto é, como categorias de análise. A seguir descrevemos esses princípios, para os quais apresentamos exemplos relacionados a conteúdos audiovisuais e literários, além disso, realizamos um comparativo do que identificamos no *Latitudes* e indicamos sugestões do que poderia ter sido explorado em alguns deles:

5.1 Potencial de compartilhamento x profundidade

O potencial refere-se à habilidade que o produto tem de ser compartilhado, o nível e o quanto ele de fato é, além da motivação que o espectador tem em se engajar. Já, a habilidade do espectador de explorar e ir a fundo no conteúdo que ele encontra e é atraído, parte do referido, quando uma obra chama-lhe a atenção. Esse potencial da obra desperta no fã um desejo de catalogar e ‘escavar’ informações.

Um exemplo de onde isso acontece é na internet através de sites criados por fãs para este propósito, como *Wikis*, páginas feitas por e para quem acompanha determinado livro, filme, série. O *A Wiki of Ice and Fire* (Figura 2) é um desses sites em que é possível acessar e navegar pelo universo dos livros de George R. R. Martin: *A Song of Ice and Fire*, adaptada em 2011 para a televisão sob o nome *Game of Thrones*.

⁴JENKINS, Henry. **Transmedia Education: the 7 Principles Revisited**. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html>. Acesso em: 25 mai. 2016



Figura 2- A Wiki of Ice and Fire

Fonte: http://awoiaf.westeros.org/index.php/Main_Page

Acesso em: 04 jun. 2016.

No site encontramos conteúdos como: relação de livros, resumos de capítulos, ficha de personagens, as casas a que cada um pertence, história e eventos passados (*backstory*), entre outros. Por se passar em um universo ficcional, a série constantemente se desenvolve em função da incomum geografia do mundo e da localização e locomoção de seus personagens. Topografia e mapeamento dos lugares ajudam o telespectador/leitor a se situar onde se passa a história, já que cada núcleo de personagem se encontra em diferentes regiões.

Analisando *Latitudes*, sua distribuição através de diversas janelas abrange vários consumidores. Sua divulgação contou com uma página no Facebook onde era possível acompanhar o projeto, as repercussões, compartilhar o conteúdo postado, ver fotos, vídeos e saber aonde é possível assistir (Figura 3).



Figura 3- Facebook do filme Latitudes

Fonte: <https://www.facebook.com/Latitudesfilme>

Acesso em: 04 jun. 2016.

Com mais de 31 mil curtidas (visualizadas em 05 de junho de 2016), o site continua sendo atualizado de tempos em tempos, sendo que a mais recente postagem é de 06 de maio de 2016. Os fãs que curtem a página recebem as atualizações no seu Facebook, e se quiserem podem interagir com as postagens: curtindo, compartilhando ou comentando, o que pode gerar discussões com outros usuários (Figura 4).

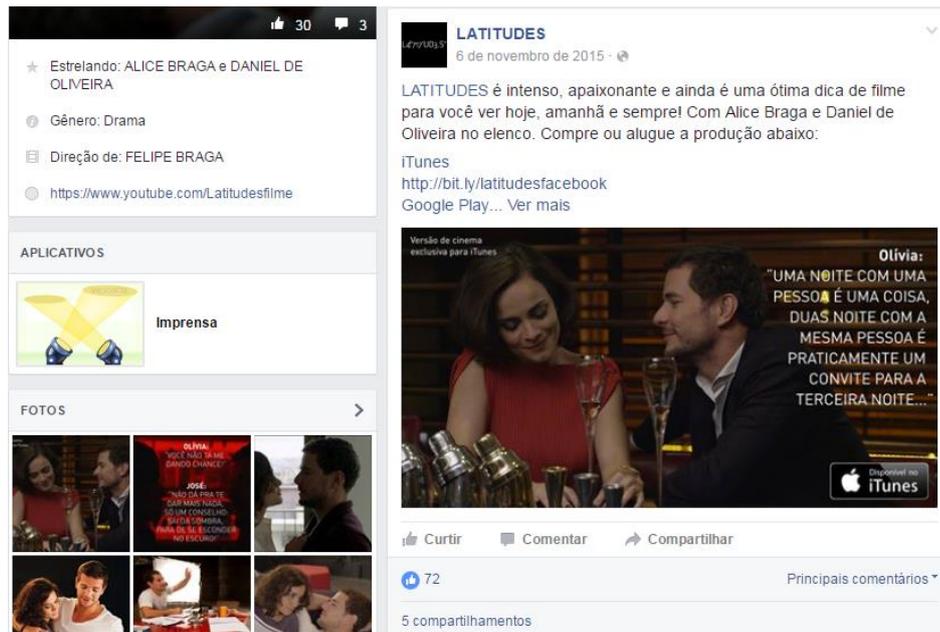


Figura 4- Facebook do filme Latitudes

Fonte: <https://www.facebook.com/Latitudesfilme>

Acesso em: 04 jun. 2016.

Uma outra página foi criada, não oficialmente, para que fãs interagissem postando quando, onde e como estão assistindo ao filme. Consta a informação de ela não possuir vínculo com os criadores do filme como reproduzido a seguir: “Esta página não oficial foi criada porque pessoas no Facebook demonstraram interesse neste lugar ou negócio. Ela não é afiliada ou endossada por nenhuma pessoa associada com Latitudes”. Visualizada em 05 de junho de 2016, conta com 200 curtidas e com postagens mais frequentes que a página oficial, sendo que a mais recente data de 02 de junho de 2016 (Figura 5).

FILME
Latitudes

200 pessoas curtiram isso

SOBRE

Latitudes is a 2014 Brazilian romance-drama film directed by Felipe Braga, starring Alice Braga and Daniel de Oliveira. The film tells the story of a couple who finds themselves in several places around the world, such as hotels, airports and train stations, in cities like Paris, London, Venice, Porto, Buenos Aires and Istanbul. The film is part of a transmedia project. Initially, it was exhibited on the Internet in several episodes. Later, went on television, and finally, it was released at the cinema. This was the intention of the director and producers since the beginning of the project. Plot The film follows the encounters and separations of a couple, who are always in high standard hotels, train stations and airports in Latin America, Europe and Asia. In the movie, Alice Braga is Olivia, a fashion editor who travels the world searching for trends, and Daniel de Oliveira is José, a renowned photographer who travels the world doing editorials.

PUBLICAÇÕES SOBRE LATITUDES

Principais histórias Friends' Stories

Hassan Malafaia assistindo Latitudes.
Há 2 dias · 🌐

Você sabe o que você quer, você sabe que precisa de alguém, só que essa pessoa não sou mais eu.
– Aline 🍷

Latitudes
Filme
200 curtidas

Compartilhar

3 pessoas curtiram isso.

Antonio Carlos Ribeiro estava assistindo Latitudes em Canal TNT.
Há 13 dias · São Paulo · 🌐

Latitudes
Filme

Figura 5- Facebook não oficial do filme Latitudes

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Latitudes/423920581076437?fref=ts>

Acesso em: 04 jun. 2016.

A prática de criação de sites no Facebook é comum na maioria das produções cinematográficas e de séries atuais. Devido à facilidade de uso da página, ela tem sido uma constante ferramenta de divulgação tanto por meios oficiais ou não. Essa característica transmidiática é presente e se faz quase que automaticamente em qualquer produto nos dias de hoje, sendo, então, não algo que possa ser relacionado como inerente a uma produção transmidiática. Porém, há de se ressaltar o levante dos fãs na criação da página não oficial e a atualização mesmo após dois anos da estreia do filme. Tal ação demonstra o potencial da obra em engajar seus espectadores.

Outra possibilidade que poderia ter sido explorada seria a criação de um blog com postagens de um dos protagonistas sobre seu trabalho. Com atualizações gradativas, conforme o lançamento dos episódios, e contendo detalhes ou pistas dos próximos destinos de viagem, engajaria conversas entre usuários tentando decifrá-los.

5.2 Continuidade x Multiplicidade

A continuidade é a coerência que a obra mantém, a sua canonicidade. A multiplicidade explora a história em contextos distintos, por exemplo, uma realidade alternativa. Estes conteúdos paralelos contribuem de diferentes formas para a narrativa.

Um exemplo que transita nesse conceito é a franquia *Tartarugas Ninja* (*Teenage Mutant Ninja Turtles*), um grupo de heróis ficticiais, com diversas encarnações midiáticas como quadrinhos, desenhos e filmes, cada qual, uma reinterpretação dos personagens. Surgindo nos quadrinhos, em 1984 (Figura 6), inicialmente como uma paródia de outros heróis contemporâneos, tiveram, após, uma adaptação animada para a televisão em 1987 (Figura 7), com um tom mais infantil e colorido apelando para um público mais jovem.



Figura 6- Quadrinhos das Tartarugas Ninja

Fonte: <http://www.recalledcomics.com/TeenageMutantNinjaTurtles1.php>
Acesso em: 06 jun. 2016.



Figura 7- Primeira adaptação animada das Tartarugas Ninja (1987)

Fonte: <http://www.dvdtalk.com/reviews/57983/teenage-mutant-ninja-turtles-complete-classic-series-collection-23-disc-dvd-set/>
Acesso em: 06 jun. 2016.

O sucesso do desenho levou à produção de filmes *live action*, jogos de videogame, brinquedos, entre outros. Em 2003, uma nova adaptação animada veio às telas, desta vez deixando mais de lado o humor para uma abordagem mais parecida com a dos quadrinhos (Figura 8).

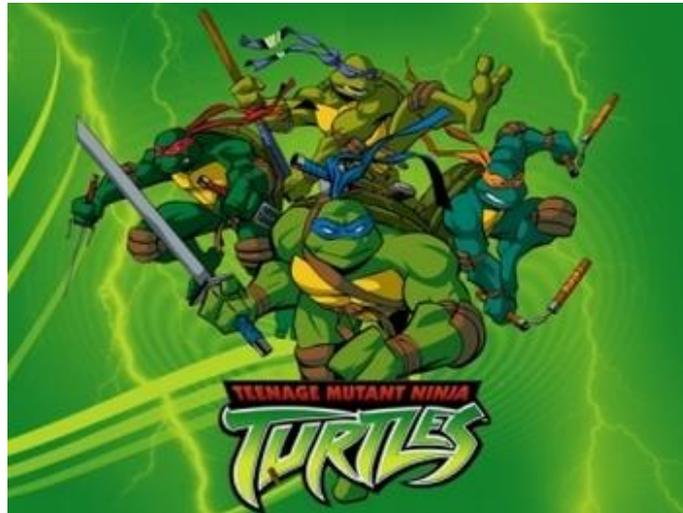


Figura 8- Adaptação animada de 2003

Fonte: <http://thecomicscode.weebly.com/teenage-mutant-ninja-turtles-2k3.html>

Acesso em: 06 jun. 2016.

Mais adaptações seguiram: um filme de computação gráfica em 2007, outra série, animada em 3D, em 2012, um filme misturando *live action* e *motion capture* em 2014, entre outros. Cada uma delas, tanto as exemplificadas quanto as demais, possuem características próprias, e demonstram diferentes encarnações dos mesmos personagens. Em 2009, *Turtles Forever*, um filme feito para a televisão, colocou frente a frente três fases dos personagens: os quadrinhos, a série de 1987 e a de 2003 (Figura 9).



Figura 9- Turtles Forever

Fonte: <http://turtlepedia.wikia.com/wiki/File:Turtles-forever.jpg>

Acesso em: 06 jun. 2016.

Por sua vez, no aspecto de continuidade, *Latitudes* possui uma linearidade quando assistido como longa-metragem. As cenas são exibidas em ordem cronológica e ininterruptas. Já quanto à sua exibição online no YouTube, os vídeos podem ser acessados na ordem que o espectador desejar. Como cada capítulo tem o nome de um destino, caso seja a opção, ele pode querer ‘ver’ Londres, ou Paris, por exemplo.

5.3 Imersão x Extração

A imersão ocorre quando o consumidor do conteúdo ingressa no mundo da história, como por exemplo, ambientes virtuais ou parques temáticos. Esta imersão impulsiona ao consumo de objetos deste mundo, aspectos da história que o fã irá levar para seu convívio, a extração.

Como exemplo de imersão, a série de livros *Harry Potter*, adaptada em diversos filmes para o cinema, teve um parque temático inaugurado em 2010 no *Universal Orlando Resort* em Orlando, Flórida, EUA. Chamado *The Wizarding World of Harry Potter*, ele possui diversas atrações inspiradas em eventos da saga (Figura 10).



Figura 10- The Wizing World of Harry Potter

Fonte: <http://orlandoinformer.com/universal/wizing-world-harry-potter-insiders-guide/>
Acesso em: 05 jun. 2016.

A extração, neste caso, é vista em lojas de souvenirs, localizadas no mesmo parque. Elas disponibilizam produtos que os personagens utilizam na série, como roupas, acessórios e brinquedos para a venda (Figura 11).



Figura 11- Loja em The Wizing World of Harry Potter

Fonte: <http://orlandoinformer.com/universal/wizing-world-harry-potter-merchandise/>
Acesso em: 05 jun. 2016.

A imersão, observada no nível deste exemplo, é uma característica mais visível em obras de sucesso internacional. Ela depende de uma divulgação massiva e abrangente, mais presente em *blockbusters*⁵, devido a seu maior retorno financeiro, além do apelo infanto-juvenil. O caráter mais sóbrio de *Latitudes*, porém, não permite essas criações. Sob um outro olhar, mais econômico em termos de produção e minimalista, uma das alternativas poderia ser a disponibilização de vídeos no YouTube, em um formato novo do site, o vídeo em 360°. Com um vídeo por cidade, posto online antes da exibição de seu determinado episódio, coloca-se uma câmera perto de locações onde as filmagens ocorreram. Através dela, o espectador poderia observar livremente onde se situa a história e se aclimatar com o lugar onde a história passará.

Outra opção, para o público que se encontra nos lugares das filmagens, seria convidar para visitar os locais em dias específicos, para conhecerem. Ou, também, o sorteio de estadas nos hotéis usados nos encontros de José e Olivia no decorrer de suas viagens. A extração pode ser trabalhada com a disponibilização de acessórios marcantes de cenário, roupas dos personagens, revistas fictícias dos trabalhos de José, ou até fotos tiradas por ele.

5.4 Construção de Universos

O universo diz respeito a elementos, nem sempre centrais na narrativa, mas que enriquecem o mundo onde a história se passa.

Esta é uma das bases para o desenvolvimento do MCU, sigla para *Marvel Cinematic Universe*, uma franquia de filmes e séries de televisão produzida pela *Marvel Studios* que utiliza e adapta os heróis de suas histórias em quadrinhos. Com todas suas produções passando-se no mesmo universo, ela teve início em 2008 com o filme *Homem de Ferro* (Iron Man, 2008). Divida por fases, a primeira ainda contou com *O Incrível Hulk* (The Incredible Hulk, 2008), *Homem de Ferro 2* (Iron Man 2, 2010), *Thor* (2011) e *Capitão América: O Primeiro Vingador* (Captain America: The First Avenger, 2011). Em cada filme, acompanhamos a história do herói do título, por seu ponto de vista, uma característica também do 6º princípio da narrativa transmidiática, segundo Jenkins, a ‘subjetividade’. As histórias, e cada um dos mundos e realidades dos protagonistas são particulares, porém, compartilhadas, e culminam no filme *Os Vingadores* (Marvel’s The Avengers, 2012), conforme ilustra o cartaz do filme na Figura 12:

⁵*Blockbuster*: produção artística de grande apelo popular e subsequente sucesso em vendas, também conhecido como ‘arrasa-quarteirão’.



Figura 12- Pôster do filme Os Vingadores – Heróis se encontram em universo compartilhado

Fonte: <http://www.imdb.com/title/tt0848228/>

Acesso em: 06 jun. 2016.

No ano de 2016, na terceira fase, o MCU continua produzindo filmes e séries com seus personagens separados e unindo-os no final.

No caso de *Latitudes*, quanto à sua exibição televisiva, procurou situar o telespectador da produção através de vídeos de *making of* e ensaios de elenco intercalados aos episódios.



Figura 13- Rotina de ensaios dos atores – Exibida na TV

Fonte: http://rhipipteran4.rssing.com/chan-3831305/all_p124.html

Acesso em: 06 jun. 2016.

Estes adendos não ficcionais, entretanto, não tinham fim de expansão narrativa, mas de se valer do tempo adicional que a televisão dispõe, preenchendo os 22 minutos padrão de séries. Em contraste ao YouTube, onde a duração dos vídeos costuma ser menor, o escolhido foi apresentar 12 minutos, em média, por episódio. A escolha por esta duração tem caráter mercadológico, para abranger maior público, visto que no site a probabilidade de que quem acesse assista a um vídeo depende diretamente de sua duração, como demonstra o gráfico desenvolvido pelo site ‘wistia.com’ e apresentado na Figura 14:

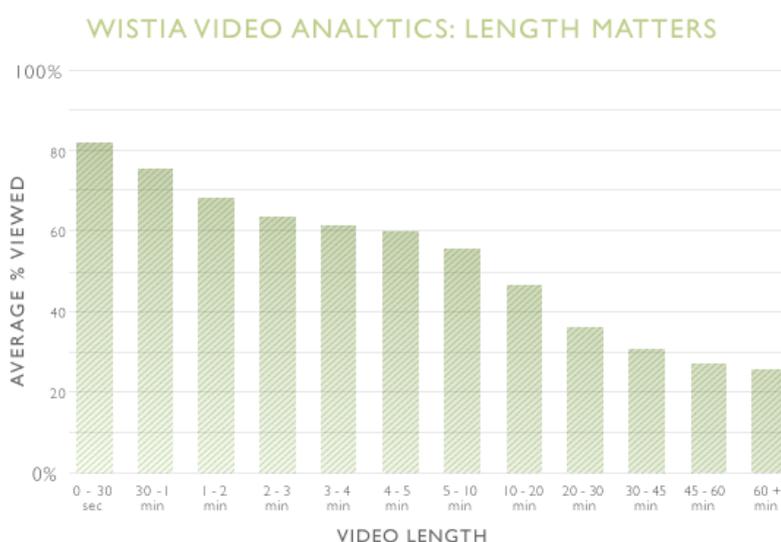


Figura 14- Relação ‘probabilidade de assistir x duração do vídeo’

Fonte: <http://thenextweb.com/socialmedia/2014/05/02/optimal-length-video-marketing-content-short-possible/>

Acesso em: 07 jun. 2016.

Observando o gráfico, notamos uma queda entre a duração 10-20 e 20-30 minutos, faz-se, então, necessária a produção de um conteúdo dinâmico dentro desse intervalo de tempo, além de uma maior agilidade na apresentação do mesmo, em função do perfil do usuário do site. Felipe Braga usou de uma montagem mais dinâmica na distribuição para YouTube⁶, cortando cenas mais contemplativas presentes na versão de cinema entre outras, a fim de uma edição impactante, segundo ele. O diretor também teve que se adequar às regras impostas quanto a cenas de sexo, removendo-as nesta janela.

5.5 Serialidade

É a divisão da narrativa em partes, para sua distribuição por diferentes plataformas de mídia, como: cinema, televisão, vídeo game, quadrinhos, etc. Esses ‘pedaços’

⁶Anexo 1, p.04.

da história são disponibilizados em diferentes meios e contribuem, cada qual da sua maneira, para o arco narrativo.

A serialidade é presença constante na franquia multimídia *The Matrix*, iniciada com o filme *Matrix* (*The Matrix*, 1999), e seguida pelas sequências: *Matrix Reloaded* (*The Matrix Reloaded*, 2003) e *Matrix Revolutions* (*The Matrix Revolutions*, 2003). Além dos filmes *live action*, foi lançada a antologia *Animatrix* (*The Animatrix*, 2003): nove curtas-metragens de animação ambientados no universo dos filmes contando histórias de origens de personagens e situações da trilogia. Da mesma forma, as histórias em quadrinhos lançadas da série continuam eventos e situações dos filmes. O vídeo game *Enter the Matrix* (Shiny Entertainment, 2003) acontece simultaneamente a *Matrix Reloaded*, *The Matrix Online* (Monolith Productions, 2005) continua a história de *Matrix Revolutions* e *The Matrix: Path of Neo* (Shiny Entertainment, 2005) reconta eventos dos filmes.

Latitudes possui a característica da fragmentação, sendo dividido em oito capítulos, porém a distribuição dos mesmos ocorreu de forma igualitária em todas as plataformas. Os oito diferentes vídeos estão disponíveis no YouTube, os episódios foram exibidos na TV e o corte inteiro na sala de cinema.

5.6 Subjetividade

Os múltiplos pontos de vista e olhares sobre a mesma trama caracterizam a subjetividade. Por ela temos outras versões contadas por personagens diferentes, secundários, por exemplo, sujeitas a reinterpretações.

Além do já citado exemplo de subjetividade no MCU (*Marvel Cinematic Universe*), na literatura, outras obras utilizam-se desta ideia. Na série de livros de Sir Arthur Conan Doyle, *Sherlock Holmes*, o personagem título é um detetive que desvenda novos casos a cada publicação. Seu companheiro, Dr. Watson é o narrador em primeira pessoa de suas aventuras, mostrando seu ponto de vista sobre os acontecimentos e sobre o protagonista e como o mesmo utiliza seus métodos de dedução. Ao todo, de quatro romances e 56 contos, apenas quatro não são contados por Watson: em *O Rosto Lívido*⁷ e *A Juba do Leão* o narrador é Holmes, *A Pedra Mazarino* e *O Último Adeus de Sherlock Holmes* são narrados em terceira

⁷Trecho de *O Rosto Lívido*, em que Sherlock justifica o porquê de estar narrando esta história, além de expor o modelo narrativo de seu companheiro: “Por falar no meu velho amigo e biógrafo, aproveito a oportunidade para observar que, se em minhas pequenas averiguações me faço acompanhar de Watson, não procedo assim por qualquer sentimento ou por capricho, mas porque ele possui certas características notáveis, a que, por modéstia, dá pouca atenção em seus exagerados relatos de minhas façanhas”. (DOYLE, 1926)

pessoa. Essa troca faz com que nos sejam apresentados diferentes juízos sobre os fatos ou pessoas, do que teríamos pela narração tradicional de Watson.

Em *Latitudes*, temos dois personagens principais, e a história é contada pelos seus pontos de vista. No elenco temos ao todo quatro atores. Daniel de Oliveira interpreta José e Alice Braga interpreta Olivia. O casal aparece em cena na maioria do tempo. Michel Noher (Edoardo) e Elisa Volpatto (Aline) são os outros dois atores que aparecem cada um em apenas um capítulo. O demonstrativo de como foi escolhido o que mostrar em cada episódio segue ilustrado na Figura 15, onde as cores vermelhas correspondem aos momentos de interação dos dois protagonistas e as outras cores à interação deles com os coadjuvantes.



Figura 15- Diagrama das relações entre os personagens

Fonte: Autor deste texto

Quando conhecemos Edoardo, no sétimo destino, eles se cumprimentam com um beijo e ele a chama de meu amor, por isso e pelo conteúdo da conversa que se desenrola entre os dois, o espectador é levado a concluir que ele é o parceiro de Olivia. A cidade de encontro é Buenos Aires e a língua de Edoardo é o espanhol, um indicativo de que sua nacionalidade é argentina. A mesma relação romântica se faz quando Aline é apresentada, no quarto destino, ficando evidente a relação entre ela e José.

Ambas as conversas são sobre o relacionamento dos dois casais e seus casos extraconjugais. Aline e Edoardo são personagens secundários que aparecem em um segmento cada um, e, apesar do pouco espaço *on-screen*⁸, eles são importantes para a trama e motivações dos personagens principais. Esta é uma característica explorada nas transmídias, personagens, ou fatos, que aparecem de relance na narrativa central, que mais tarde são expandidos em histórias paralelas. O romance de internacionalidade entre Olivia e Edoardo poderia ter sido explorado em algum capítulo especial, mostrando as dificuldades linguísticas ou de cultura que os dois teriam. Assim como outro aspecto da vida de Aline poderia ser abordado, como quando conheceu José, ou o ponto de vista dela sobre a traição.

⁸Espaço *on-screen*: momentos em que o personagem se faz visível ao espectador.

5.7 Performance

Por fim, este princípio refere-se a possibilidade de o fã engajado produzir conteúdo que se torne parte da narrativa transmidiática. Sobre este conceito, além da aplicabilidade em outros já citados, Frederico Belcavello e Marcela Castro Moreira colocam que:

É importante fazer com que a audiência colabore, participe ativamente e compartilhe as experiências vividas por este conteúdo. Assim, ao contrário de criar campanhas; ações que impactam e são facilmente esquecidas; o desafio dos anunciantes, agências e produtores é utilizar o conceito da marca ou do produto e inseri-lo no contexto de vida do seu consumidor de forma prazerosa, diferenciada e que ele possa participar e compartilhar esta experiência. (BELCAVELLO; MOREIRA, 2012, p.348)

Identificamos este conceito em *Star Trek*, por exemplo. A franquia de ficção científica que se desenvolve por filmes e séries tem fãs, chamados de *Trekkies* ou *Trekkers*, que produzem conteúdos diversos, como os *fan films*: produções independentes, sem relação direta com os produtores originais. Os *fan films* de *Star Trek* possuem a peculiaridade de, em algumas ocasiões, contarem com a participação de atores que trabalharam na série. É o caso de *Star Trek: Of Gods and Men* (2008), minissérie em três partes que contou com Walter Koenig e Nichelle Nichols, os intérpretes originais dos personagens Pavel Chekov e Nyota Uhura, respectivamente.

Observando o *feedback*⁹ do público em relação ao *Latitudes*, não é possível notar este movimento ou interesse, o que não deve ser entendido como uma falta de potencial da obra. Isso pode estar sujeito a ocorrer por uma série de fatores, tais como: não entendimento com os consumidores, falta de planejamento de marketing, de público-alvo ou a própria novidade do conceito pode ser estranha ao público brasileiro, tanto mais pelo fato de ser um dos primeiros projetos neste sentido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste artigo foi possível compreender o conceito de narrativa transmidiática e identificar os elementos que a constituem buscando e trazendo autores, comprovando a existência de uma literatura sobre o assunto em português. Além de transcorrer acerca da narrativa no contexto contemporâneo com a presença das mídias digitais, tendo como objeto de estudo a produção audiovisual *Latitudes* (2014), idealizada e

⁹*Feedback*: retorno, resposta, repercussão.

dirigida por Felipe Braga. Encontramos princípios que reforçaram o entendimento e a maneira de como aplicá-los em um produto audiovisual específico. No que diz respeito ao filme analisado, podemos concluir que ele se insere no desafio de ser definido como transmídia, com os dados limites de seu gênero e contexto de mercado e, demonstra optar por não ter uma relação mais profunda quanto ao *storytelling*. Esta noção foi possibilitada a partir do desenvolvimento das análises apresentadas por este trabalho acadêmico, em especial no item “5. Latitudes e os Princípios da Narrativa Transmídia”. Vemos que o planejamento de distribuição e exibição implica um pensar diferente na hora da criação de roteiro.

Cabe ressaltar que o uso e aplicação do termo ‘transmídia’ são observados de maneira recorrente nas produções audiovisuais contemporâneas, sem muitas vezes uma reflexão sobre o seu total potencial. Em alguns casos, como em *Latitudes*, verificamos que a razão mercadológica move uma abordagem neste sentido, resultando em um produto audiovisual transmidiático, com enfoque na distribuição e exibição. Para que se amplie este ponto de vista, entendemos que é necessária uma análise a nível narrativo, desde a concepção da obra, para valer-se da definição ‘transmídia’. Entendemos que é na etapa da pré-produção (planejamento) que são inseridos elementos que constituem efetivamente as experiências derivadas de uma narrativa transmídia. Acreditamos que é nesta perspectiva que um produto audiovisual estará apto a promover impactos culturais e comportamentais no sentido definido por Henry Jenkins, isto é, muito mais na cabeça do espectador do que nas telas ou dispositivos nos quais são consumidos.

REFERÊNCIAS

BELCAVELLO Frederico; MOREIRA, Marcela Castro. **Transmídia *Storytelling***: fenômeno cultural x engajamento da audiência. In: BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (orgs). **Televisão, Cinema e Mídias Digitais**. Florianópolis: Insular, 2012.

DÓRIA, Tiago. **Transmídia pode ser aplicada ao jornalismo**. In: _____. **Tiago Dória Weblog**: doses diárias de cultura digital, tecnologia e mídia, 2010. Disponível em: <<http://www.tiagodoria.ig.com.br/2010/02/05/transmidia-pode-ser-aplicada-ao-jornalismo/>>. Acesso em: 04 jun. 2010.

DOYLE, Sir Arthur Conan. **O Rosto Lívido**, 1926. Disponível em: <https://mundosherlock.wordpress.com/canon_e/arthur-conan-doyle-historias-de-sherlock-holmes-1927/o-rosto-livido/>. Acesso em: 06 jun. 2016

GOSCIOLA, Vicente. **A linguagem audiovisual do hipertexto**. In: FERRARI, Pollyana et. al. (org) **Hipertexto Hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as Novas Mídias**. 3.ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo :Aleph, 2009.

LANDOW, George P. & DELANY, Paul (orgs). **Hypermedia and Literary Studies**. Cambridge: MIT Press, 1991.

LAUFER, Roger & SCAVETTA, Domenico. **Texto, hipertexto, hipermedia**. Porto: Rés, 1997.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

MASSAROLO, João Carlos. **Narrativa transmídia**: a arte de construir mundos. Disponível em: <https://www.academia.edu/21596874/Narrativa_trasmidia_a_arte_de_construir_mundos>. Acesso em: 01 abr. 2016

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

OLIVEIRA, Rodolfo (org). **Caminhos Transmídia**: novas formas de comunicação e engajamento. São Paulo: Corazonada Brand Storytelling, 2014.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador**: Comunicação, Cibercultura, Cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

STIVALETTI, Thiago; LEITÃO, Gustavo. **Novos caminhos do VOD**. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/sites/default/files/revista/revista/revista-rcm-web-filmeb.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

FILMES UTILIZADOS NO TRABALHO

Animatrix (The Animatrix, EUA, Japão, 2003) Dirs.: Koji Morimoto, Shinichiro Watanabe, Mahiro Maeda, Peter Chung, Andy Jones, Yoshiaki Kawajiri, Takeshi Koike

Capitão América: O Primeiro Vingador (Captain America: The First Avenger, EUA, 2011) Dir.: Joe Johnston

Homem de Ferro (Iron Man, EUA, 2008) Dir.: Jon Favreau

Homem de Ferro 2 (Iron Man 2, EUA, 2010) Dir.: Jon Favreau

Latitudes (Brasil, 2014) Dir.: Felipe Braga

Matrix (The Matrix, Austrália, EUA, 1999) Dir.: The Wachowskis

Matrix Reloaded (The Matrix Reloaded, Austrália, EUA, 2003) Dir.: The Wachowskis

Matrix Revolutions (The Matrix Revolutions, Austrália, EUA, 2003) Dir.: The Wachowskis

O Incrível Hulk (The Incredible Hulk, EUA, 2008) Dir.: Louis Leterrier

Os Vingadores (Marvel's The Avengers, EUA, 2012) Dir.: Joss Whedon

Star Trek: Of Gods and Men (EUA, 2008) Dir.: Tim Russ

Thor (EUA, 2011) Dir.: Kenneth Branagh

Turtles Forever (EUA, 2009) Dirs.: Roy Burdine, Lloyd Goldfine

SÉRIES DE TV

Babylon 5 (EUA, 1993-1998) Criador: J. Michael Straczynski

Game of Thrones (EUA, 2011-) Criadores: David Benioff, D. B. Weiss

Tartarugas Ninja (Teenage Mutant Ninja Turtles, EUA, 1987-1996) Criadores: David Wise, Patti Howeth

Tartarugas Ninja (Teenage Mutant Ninja Turtles, EUA, 2003-2015) Criador: Lloyd Goldfine

VÍDEO GAMES

Enter the Matrix (2003) Criado por: Shiny Entertainment. Publicado por: Atari. Dirs.: The Wachowskis

Indigo Prophecy (2005) Criado por: Quantic Dream. Publicado por: Atari Inc. Dir.: David Cage

The Matrix Online (2005) Criado por: Monolith Productions. Publicado por: Sega e Warner Bros. Interactive Entertainment. Dirs.: The Wachowskis

The Matrix: Path of Neo (2005) Criado por: Shiny Entertainment. Publicado por: Atari. Dirs.: The Wachowskis

ANEXO 1

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA REALIZADA COM FELIPE BRAGA EM 11/04/2016 VIA SKYPE

1) Informações gerais:

a1) Como surgiu a ideia do Latitudes? (narrativa, distribuição e exibição)

Surgiu de uma conversa minha com a Alice Braga e o Daniel de Oliveira muito baseada numa certa frustração nossa sobre como boa parte dos trabalhos que a gente fazia de longas-metragens pro cinema, eram trabalhos que exigiam uma dedicação, um tempo muito longo da gente, com frequência por problemas de distribuição e desafios de acesso ao público acabavam atingindo ninguém, como era uma quantidade enorme de dinheiro público através de leis de incentivo sendo usados pra produção de um filme que no final não conseguia cumprir sua vocação de chegar ao público.

Então a gente ficou se perguntando como que a gente poderia fazer um projeto que 1: fosse pago com dinheiro de empresas e marcas e pessoas que de alguma forma acreditassem no formato e 2: que também tivesse um formato de distribuição que chegasse ao público de uma forma mais democrática, foi uma conversa que tinha muito esse contexto de democratização de acesso ao conteúdo, mas aí a gente sabia que tinha duas coisas que eram importantes, primeiro de alguma dialogar com o que tava acontecendo naquela época com essas plataformas VOD, o Netflix tava começando a se expandir, mesmo séries como House of Cards tavam saindo ainda simultaneamente, e todas essas plataformas e esses projetos defendiam muito um direito do espectador de assistir os seus filmes as suas narrativas de uma maneira quando eles quisessem onde eles quisessem e da forma que eles quisessem, então a democratização do acesso de conteúdo não era só uma criação de acesso mas também uma criação de um modelo em que o espectador pudesse escolher a forma como ele consumir aquilo.

A gente foi muito impulsionado por isso por fazer um filme que democratizasse o conteúdo e que tivesse uma modalidade de divulgação que fosse uma coisa moderna, que tivesse em sintonia com esse desejo de democratização e ao mesmo tempo alinhada com as mudanças tecnológicas e de distribuição. E a gente sabia que pra conseguir alcançar esse objetivo a gente precisava fazer um projeto que tivesse um valor de produção alto (o quanto que ele imprime) e a gente fez esse modelo de filmagem que a gente filmava em oito países

diferentes e que de alguma forma nesse tema da viagem a gente colocava em questão o próprio modelo de relacionamento contemporâneo que é muito fragmentado muito de encontros em que a intimidade demora pra surgir e que são romances anti-românticos de alguma maneira que não tem aquele romantismo antigo tão claro.

a2) Então essa ideia episódica veio desde o começo?

Sim, veio e veio também o modelo de três formatos: longa-metragem, série narrativa online e esse formato de televisão que articula ensaios com narrativa ficcional eram coisas que só porque a gente sabia desde o início que a gente conseguiu fazer, porque é um desafio de desenho, de modelo de produção, você precisa pensar o projeto dessa maneira

a3) Atingiram o objetivo?

Sim, tivemos resultados positivos, mesmo com limitações, porque era um projeto muito reduzido em termos de grana então a gente não conseguia fazer uma campanha de lançamento mais robusta, essas coisas todas limitam o acesso ao filme, mas o filme em suas diversas modalidades e formatos ele foi visto por milhões de pessoas, então ele atingiu seus objetivos.

Agora, o mais importante além de chegar ao público é ele criar esse debate sobre a democratização de acesso ao conteúdo e também sobre como esses novos formatos de narrativa ficcional permitem que outras histórias sejam contadas de outras maneiras.

b) Quando estavam planejando o Latitudes, tiveram referências de outros trabalhos (seus e de outros)? Quais?

No contexto nem tanto. A gente teve referências claro cinematográficas, coisas que a gente gostava etc., mas desse modelo de produção não; e até hoje o Latitudes é um projeto que difícil você ver uma reprodução desse modelo.

A gente tava agora num festival de inovação nos EUA, no qual há dois anos atrás a gente apresentou o latitudes e tinham projetos lá sendo apresentados com a mesma estrutura do Latitudes. Não por que a gente foi inovador, pioneiro, nem nada, é porque é difícil mesmo trabalhar nesse modelo porque ele de alguma forma vai contra essa hierarquia de janelas, cinema, televisão a cabo e televisão aberta, etc., que de alguma forma rege o processo comercial de todo filme.

c) Como você compreende a narrativa em janelas distintas (TV, internet e sala de cinema)? Como você experimentou, com o Latitudes, o trabalho da narrativa para cada uma dessas janelas/públicos?

Exatamente assim, na tua pergunta já tem a resposta. Pensando um público diferente em cada janela. Esse argumento foi central pra gente conseguir no nosso desenho de distribuição ter grupos tão antagonistas trabalhando junto, ter a TNT e o YouTube trabalhando juntos, por exemplo, porque a gente conseguiu convencê-los e a experiência confirmou essa percepção de que os públicos são diferentes de janela pra janela, então não é como se uma tivesse precarizando a outra ou como se uma fosse predatória em relação a outra, as audiências elas se somam, elas não se excluem necessariamente.

As pessoas que assistiram no TNT, na televisão de uma forma tradicional, elas não necessariamente assistiriam no YouTube, da mesma forma com que elas que assistiram no YouTube não assistiriam na TNT, então você tá somando todas essas audiências ao invés de excluindo o cara porque ele viu aqui ou acolá. O mais difícil nessa relação é de fato a exibição em sala de cinema porque ela tem comprometimentos a mais por causa de relação de custo de ingresso, etc., esse foi o maior desafio, mas mesmo pro cinema, a gente teve algumas vitórias, mas teve uma série de derrotas também.

O mais difícil é fazer os donos de sala de cinema e os distribuidores entenderem que esse lançamento em várias janelas ao mesmo tempo pode significar uma força de divulgação que um filme independente brasileiro de outra maneira não teria, a gente teve a custo zero uma visibilidade de imprensa muito maior do que qualquer filme brasileiro independente desse mesmo padrão, desse mesmo tamanho e a gente teve isso por causa da divulgação entre as plataformas e por causa dessa ideia de que as audiências se retroalimentam e as promoções se retroalimentam também, então é um desafio de coordenação.

2) Latitudes na janela TV (TNT. Glitz, ...):

a) Quanto tempo foi veiculado? Em qual período?

O período de estreia foram dois meses mas eles ficaram sendo repetidos durante um ano depois ainda. Mas o primeiro episódio do formato da TNT tá no YouTube, os outros estávamos falando em disponibilizá-los lá também pra que as pessoas possam ver.

b) Como era a relação de conteúdos entre as janelas (online e TV)? Entendi que no YouTube os episódios duram 12 minutos e na TV duram 22 minutos. O que há de diferente nestes conteúdos (são 10 minutos a mais...)?

O episódio online é um episódio exclusivamente ficcional que em 7 minutos, 10 minutos conta a história daquele casal naquela cidade específica. O formato de televisão articula imagens em locação cenografadas da narrativa ficcional com momentos de discussão dos dois protagonistas na mesa de ensaio, então a gente cortava da mesa de ensaio pra cena em locação, ia e voltava, de alguma forma pra transformar o processo de composição dos personagens em temática central

3) Latitudes em várias janelas:

a1) Teve alguma mudança na hora de se pensar e fazer o roteiro e em outros aspectos técnicos como a captura, a edição, etc.?

Sim, pro longa metragem a gente produziu um material relevante que a gente sabia que não ia pro online. Foi um desafio de desenho de produção, por isso que a gente conseguiu fazer três produtos pelo preço de um, a gente tinha essa antecipação dos desafios e foi trabalhando em cima disso.

a2) Exemplo

Cena de sexo. A gente sabe que qualquer cena de sexo no contexto do YouTube é barrado ou filtrado de forma que várias verificações sejam feitas antes da plataforma saber que a pessoa que tá assistindo tem mais de 18 anos. Então a gente fazia uma versão por corte online e outra versão mais reveladora, mais sensual no filme.

a3) Mais algum exemplo?

Teve trechos ou diálogos inteiros que ficaram em uma janela e em outra não ficaram. O formato online exigia um ritmo um pouco mais intenso, sobre tudo no começo dos episódios, esses momentos mais contemplativos e melancólicos funcionam menos por causa da exigência de se ter uma edição mais dinâmica. Edição mais dinâmica e menos pausada, mais centrada na ação dos personagens e o movimento deles, uma edição mais impactante.

b) Tempo total de gravação

4 semanas.

c) Houve uma ideia, através do longa-metragem, de trazer essa experiência mais completa, intensiva e imersiva que se observa nos movimentos das pessoas fazendo em finais de semanas/feriados as maratonas para assistir box de séries de TV?

Não, na época que a gente tava fazendo o filme, essa cultura de binge tava começando a ser discutida, debatida, foi bem na época do House of Cards que isso virou uma mania mundial. Então a gente nem tinha consciência desse fenômeno ainda.

d) O que pensa que motiva as pessoas a assistirem o Latitudes na sala de cinema? Seria o fato de algumas pessoas (sala de cinema) não serem necessariamente o público do TNT e do YouTube? Assim foi o movimento da nossa pesquisa: primeiro assistimos ao longa (via Netflix) e então buscamos relações com o conteúdo que está no YouTube e, como não tivemos acesso ao conteúdo do canal TNT esse fica suspenso

Teve a visibilidade que os outros formatos tinham trazido aplicados ao lançamento no cinema mas o que acontece é que esse processo é uma construção. Idealmente a gente teria lançado o longa metragem exatamente na mesma semana em que o primeiro episódio tava indo pro ar online e na televisão, só que a gente não conseguiu por causa dessas discussões políticas de distribuidor e etc.

Esse processo de passar em sala de cinema em vários momentos quase foi ao chão e quase se destruiu e teve que se reconstruído e foi muito intenso politicamente, porque os distribuidores não queriam, aí o sindicato dos distribuidores se opôs e falou que isso era um absurdo. Então o ideal mesmo seria a gente ter feito um plano em que na mesma semana que lançasse episódio 1 online, episódio 1 na TV e longa metragem inteiro nos cinemas.