

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Carlos Eduardo Mendes de Araújo Couto

**O PROCESSO DE *COLOR GRADING*:
AS COMÉDIAS DA GLOBO FILMES E O “NATURALISMO COLORIDO”**

Juiz de Fora

2018

Carlos Eduardo Mendes de Araújo Couto

**O PROCESSO DE *COLOR GRADING*:
AS COMÉDIAS DA GLOBO FILMES E O “NATURALISMO COLORIDO”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Artes, Cultura e Linguagens.

Orientador: Prof. Dr. Luís Alberto Rocha Melo

Juiz de Fora

2018

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Couto, Carlos Eduardo Mendes de Araújo.

O processo de color grading : As comédias da Globo Filmes e o "naturalismo colorido" / Carlos Eduardo Mendes de Araújo Couto. – 2018.

179 f. : il.

Orientador: Luís Alberto Rocha Melo

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2018.

1. Cinema brasileiro. 2. Color grading. 3. Naturalismo colorido. I. Melo, Luís Alberto Rocha, orient. II. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Carlos Eduardo Mendes de Araújo Couto

Nome do aluno

O processo de *color grading*: As comédias da Globo Filmes e o "naturalismo colorido"

Título


Luis Alberto Rocha Melo

Orientador


Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens. Área de Concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa: Cinema e Audiovisual, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 09/07/2018

Banca Examinadora:


Luis Alberto Rocha Melo

Orientador - Universidade Federal de Juiz de Fora


Sérgio Luís Puccini Soares

Membro UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora


Arthur Autran Franco de Sá Neto

Membro externo - Universidade Federal de São Carlos

Para Dadá.
Para meu pai.
In memoriam.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus, Jesus Cristo, São Judas Tadeu, Vó Cambinda, Vó Conga, Vó Maria, Pai Antônio, Mariazinha, Seu Tranca Rua, minhas entidades s e todos os seres de luz que me ajudaram nessa vida, no retorno à Juiz de Fora e na confecção desse texto.

Ao Prof. Dr. Luís Alberto Rocha Melo pela orientação, aprendizado e paciência. Sem ele, provavelmente eu teria desistido do Mestrado.

Aos professores membros da banca de qualificação, Christian Pelegrini e Sergio Puccini, pela indicação de leituras, empréstimo de livros e pelas preciosas contribuições a essa dissertação.

Aos professores convidados para a banca de defesa, Profs. Drs. Arthur Autran, Sergio Puccini, Alessandra Meleiro e Alessandra Brum, por terem aceito participar da banca.

Aos professores do PPG-IAD, em especial às Prof^{as}. Dr^{as} Maria Claudia Bonadio, Elizabeth Murilho e Raquel Quinet e aos Profs. Drs. Ricardo Cristófaró e Christian Pelegrini, pelas conversas deliciosas, por toda ajuda e pela indicação de livros.

À Flaviana e à Lara, tão queridas e competentes.

À UFJF, em especial Gabriella Ribeiro, pela bolsa concedida, sem a qual a realização do Mestrado não seria possível.

A minha mãe, por todo amor e carinho do mundo.

Ao meu primo quase irmão, Zé Mário, pela força e pelas conversas.

À Flavia, minha companheira nessa etapa.

Aos meus amigos mais próximos.

Aos colegas do Mestrado, em especial Daniel, Gabi, Leo, Laise e Isadora.

TÍTULO DA DISSERTAÇÃO:

O processo de *color grading*: As comédias da Globo Filmes e o “naturalismo colorido”.

RESUMO

O cinema brasileiro contemporâneo apresenta três aspectos relevantes. Um deles é a presença da Globo Filmes, associada à diversas produtoras independentes, tornando-se a empresa mais poderosa do setor. Outro, a utilização das tecnologias digitais em todos os procedimentos cinematográficos, possibilitando variadas criações visuais. O terceiro aspecto diz respeito às comédias com a marca Globo Filmes, dominando o mercado cinematográfico nacional. A partir desse contexto, a pesquisa busca, em um primeiro momento, tratar do atual mercado brasileiro de pós-produção digital, analisar teoricamente o processo de *color grading* e compreender a função do colorista na criação da estilística visual dessas comédias. Em um segundo momento, apresentaremos as formas de utilização dos estilos cromáticos das comédias da Globo Filmes no atual cinema brasileiro. Como estudos de caso, analisaremos três recentes obras desse gênero: *Se Eu Fosse Você 2* (Daniel Filho, 2009), *Qualquer Gato Vira-Lata* (Tomas Portella, 2011) e *Até que a Sorte nos Separe* (Roberto Santucci, 2012).

Palavras-chave: Cinema brasileiro. *Color grading*. Naturalismo colorido.

DISSERTATION TITLE:

The Color Grading Process: the comedies of Globo Filmes and the colorful naturalism.

ABSTRACT

Contemporary Brazilian cinema presents three relevant aspects. One of them is the presence of Globo Filmes, associated to several independent filming companies, making it the most powerful company in the sector. Another point is the use of digital technologies in all of the cinematographic procedures, allowing a variety of visual creations. The third aspect concerns the dominance of the comedies with the brand Globo Filmes over the national film market. From this context, this study seeks, initially, to deal with the current Brazilian digital post-production market so as to theoretically analyze the process of color grading and understand the function of the colorist in the creation of the visual style of these comedies. Following, the ways of using the chromatic styles of the comedies of Globo Filmes in the current Brazilian cinema are presented. As a case study, three recent works of this genre are analyzed: "Se Eu Fosse Você 2"(Daniel Filho, 2009), "Qualquer Gato Vira-Lata" (Tomas Portella, 2011) and "Até que a Sorte nos Separe" (Roberto Santucci, 2012).

Keywords: Brazilian cinema. Color grading. Colorful Naturalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01.....	Módulo de conformação. Autodesk Lustre.....	pag. 35
Figura 02.....	Cores primárias. Autodesk Lustre.....	pag. 38
Figura 03.....	Cores secundárias. Autodesk Lustre.....	pag. 38
Figura 04.....	Efeitos. Autodesk Lustre.....	pag. 39
Figura 05.....	Cores primárias aditivas e substrativas.....	pag. 51
Figura 06.....	Cores quentes e cores frias.....	pag. 52
Figura 07.....	Viagem à Lua (<i>Le Voyage Dans le Lune</i>).....	pag. 57
Figura 08.....	Intolerância. (<i>Intolerance. Love´s Struggle Throughout the Ages</i>)....	pag. 58
Figura 09.....	O Mágico de Oz (<i>The Wizard of Oz</i>).....	pag. 60
Figura 10.....	Capela de Pádua. Afresco de Giotto.....	pag. 65
Figura 11.....	Casa de Cláudio e Helena.....	pag. 85
Figura 12.....	Helena, Bia e Bernardo.....	pag. 86
Figura 13.....	Cláudio/Helena na casa de Nelsinho.....	pag. 87
Figura 14.....	Futebol.....	pag. 88
Figura 15.....	Comédias de Hollywood.....	pag. 89
Figura 16.....	Casa de Tino e Jane. Passagem para a riqueza.....	pag. 92
Figura 17.....	Mansão de Tino e Jane.....	pag. 93
Figura 18.....	Tino na piscina conversando com Amauri.....	pag. 94
Figura 19.....	Leilão.....	pag. 95
Figura 20.....	Quarto do bebê.....	pag. 96
Figura 21.....	O kitsch nas comédias brasileiras.....	pag. 97
Figura 22.....	Sequência do bar.....	pag. 99
Figura 23.....	Sequência da festa.....	pag. 100
Figura 24.....	Casa de Tati.....	pag. 101
Figura 25.....	Casa de Marcelo.....	pag. 102
Figura 26.....	<i>Os paqueras e Ainda agarro essa vizinha</i>	pag. 103

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	pag. 11
1 COLOR GRADING	pag. 28
1.1 Pós-produção e o <i>color grading</i>	pag. 28
1.2 O cinema digital e o <i>color grading</i>	pag. 32
1.3 O colorista.....	pag. 41
2 AS CORES DAS COMÉDIAS	pag. 48
2.1 Sobre as cores	pag. 49
2.2 O naturalismo.....	pag. 55
2.3 O colorido.....	pag. 64
3 A COR NO CINEMA BRASILEIRO	pag. 70
3.1 As técnicas manuais de colorização.....	pag. 70
3.2 A diversificação dos métodos de cor.....	pag. 72
3.3 As técnicas eletrônicas e digitais.....	pag. 79
4 O “NATURALISMO COLORIDO”. DESCRIÇÃO ANALÍTICA DE TRÊS COMÉDIAS DA GLOBO FILMES	pag. 82
4.1 <i>Se Eu Fosse Você 2</i> . O convencional.....	pag. 83
4.2 <i>Até que a Sorte nos Separe</i> . O kitsch.....	pag. 90
4.3 <i>Qualquer Gato Vira-Lata</i> . O “calor” do grão.....	pag. 97
CONCLUSÃO	pag. 104
BIBLIOGRAFIA	pag. 107
APÊNDICE I	pag. 114
APÊNDICE II	pag. 174
APÊNDICE III	pag. 179

INTRODUÇÃO

Após mais de uma década de atuação no mercado cinematográfico brasileiro, onde tive a oportunidade de trabalhar na Casablanca/Teleimage, uma das maiores pós-produtoras nacionais, e acompanhar o processo de finalização de diversos filmes, nacionais e estrangeiros - alguns, com sucesso de público; outros, premiados em festivais pelo mundo, também aqueles ignorados pela audiência ou, ainda, os criticados negativamente pela imprensa e academia - senti a necessidade de buscar uma melhor reflexão sobre o cinema nacional contemporâneo, sobre as relações entre a tecnologia e a imagem, o fluxo de criação em uma finalizadora e sobre a construção das cores em um determinado produto cinematográfico, em nosso caso particular, as comédias coproduzidas pela Globo Filmes, gênero que mais atrai espectadores no atual cinema brasileiro.

Nessa introdução, apresentaremos, em um primeiro momento, uma contextualização histórica, na qual relembremos as transformações estruturais que possibilitaram a criação da Globo Filmes e o surgimento de diversas produtoras independentes, apontaremos as principais mudanças tecnológicas ocorridas na área de tratamento da imagem cinematográfica e comentaremos algumas das características das atuais comédias nacionais. A partir desses elementos, demonstraremos o problema de nossa pesquisa, nossos questionamentos e hipóteses, o recorte temporal, os objetos de estudo escolhidos e a metodologia empregada em nossa dissertação.

A associação Globo Filmes e produtoras independentes

O setor audiovisual é um dos mais importantes e dinâmicos segmentos da economia e da cultura contemporânea¹. O cinema, em particular, é uma atividade cuja expansão ou retração dependem de fatores mercadológicos e institucionais. Há um consenso entre diversos autores como André Gatti (2006), Lia Bahia (2009), Juliana Sangion (2011), Marcelo Ikeda (2015) e Luiz Zanin Oricchio (2003), que o Brasil passou por um período de baixa realização cinematográfica entre os anos 1990 e 1994, retornou gradativamente à produção entre 1995 e 2002, no período conhecido como “retomada”, e alcançou, a partir de 2003, um novo cenário

¹ Fontes:

<https://oglobo.globo.com/economia/setor-audiovisual-ja-gera-245-bi-em-renda-para-economia-20340164>.

<https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>.

Acesso em 23/05/2018.

produtivo, a “pós-retomada”, com a constituição de novas produtoras e finalizadas, o estabelecimento do digital como plataforma de produção, distribuição e exibição e a ampliação do mercado consumidor de filmes.

No início dos anos 1990, o recém-eleito presidente Fernando Collor de Mello desestruturou a área cultural como um todo, praticamente paralisando a atividade cinematográfica. Collor de Mello extinguiu toda a estrutura federal de apoio, fomento, regulação e fiscalização constituída pela Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), pelo Conselho Nacional de Cinema (Concine), e pela Fundação do Cinema Brasileiro (FCB), deixando o cinema nacional nas mãos do mercado.

Como aponta Marson (2006, p. 40), a crise produziu debates e reações por parte de diretores e produtores. A intenção era estabelecer uma nova relação com o Estado, que necessitava se tornar menos burocrática e benevolente e mais empresarial. E, nas palavras da autora (2006, p. 40), “para o início dessa nova relação era necessário que o Estado voltasse a dialogar com a cultura e com o cinema em especial”, o que aconteceria ainda no governo Collor.

No início de 1991, o diplomata Sérgio Paulo Rouanet assume a Secretaria de Cultura, no lugar de Ipojuca Pontes, reestabelecendo os canais de comunicação com setores da cultura. O novo secretário apresenta no mesmo ano seu “Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC”, que ficou conhecido como lei Rouanet (Lei nº 8.313/91). O projeto de Rouanet engloba toda cultura e envolve três áreas: o patrocínio direto do Estado; a venda de cotas de patrocínio para financiar espetáculos, publicações e equipamentos; e o patrocínio direto dedutível do imposto de renda, através do Incentivo a Projetos Culturais. (MARSON, 2006, p. 44).

No governo Itamar Franco, após o *impeachment* de Fernando Collor, é lançada em 1993 uma nova política de incentivos fiscais, por meio da Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93), e que possibilita a gradual retomada da produção cinematográfica brasileira nos anos seguintes. O artigo 1º da Lei do Audiovisual determina o abatimento integral do valor investido no imposto de renda, limitado a 3% do imposto devido²; inclusão do valor investido e mais 25% deste valor como despesas operacionais - assim, a cada R\$ 100,00 investidos, o empresário deixa de pagar R\$125,00 de impostos; vinculação da marca institucional ao

² O artigo ainda sofreu uma correção em 1996 [medida provisória nº 1.515/96], aumentando o limite para 5% para pessoas jurídicas e 3% para pessoas físicas.

material promocional e aos créditos da obra; participação no retorno financeiro da obra, por um percentual sobre os direitos de comercialização. (IKEDA, 2015, p.30)

Conforme nos explica Lia Bahia, a história do cinema nacional viveria uma etapa classificada como “retomada do cinema nacional”³. Para a pesquisadora, o termo “cinema da retomada” não deve se entendido como um movimento unificado e coeso, nem está relacionado a um projeto político específico ou a uma proposta estética para o cinema nacional. A expressão refere-se a um período recente da cinematografia brasileira, que ocorreu devido às novas condições de produção da década de 1990, viabilizadas através de uma política de Estado baseada em incentivos fiscais para investimentos em cinema. (BAHIA, 2009, p. 49).

Como aponta Arthur Autran (2013), historicamente o cinema brasileiro possui uma relação de dependência com o Estado, que acarretou em sérias dificuldades de implementação de um processo de industrialização do cinema como um todo, ao contrário do que ocorreu com o rádio e a televisão. De certa forma, a relação entre o Estado e o setor cinematográfico foi marcada por um viés culturalista, que contribuiu para a formação de aparelhos estatais voltados para o cinema, para a construção de uma legislação protecionista e que privilegiou um discurso em defesa da identidade brasileira. Todavia, nos anos 1990 o Estado assume postura mais liberal, longe de medidas abertamente intervencionistas, ao optar por uma política de incentivos fiscais.

Outros pesquisadores concordam que essa mesma política de benefícios tributários privilegiou a produção de filmes (e a figura do produtor) relegando para segundo plano a distribuição e exibição da obra. Ikeda argumenta que “o modelo de leis de incentivo, privilegiando uma política de realização de projetos isolados e não de fortalecimento das empresas produtoras, não conseguiu estabelecer um ritmo industrial ao mercado (...)” (IKEDA, 2015, p. 185). Conforme Luís Alberto Rocha Melo, “o que é *retomado* no Brasil do período pós-Collor não é a atividade cinematográfica *em seu conjunto* (produção-distribuição-exibição), mas um determinado discurso político para legitimar a *produção de filmes*”. (MELO, 2005, p. 67, grifos do autor).

³ *Carlota Joaquina, a Princesa do Brasil*, (Carla Camuratti, 1995) é considerado o filme que marca o início da retomada do cinema nacional por parte da crítica da época. Apesar do baixo orçamento, foi bem recebido pelo público, ultrapassando a marca de 1.286.000 espectadores, número expressivo para a época. Outros filmes lograram êxito na bilheteria: *O Quatrilho* (Fábio Barreto, 1995) obteve 1.117.754. *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998) chega a 1.593.967. Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 15 de agosto de 2017.

Diversas produtoras cinematográficas são criadas nesse período, como a Globo Filmes em 1998, a Gullane, em 1996, a Lereby, em 1998 e a Total *Entertainment*, também em 1998. Outras empresas, já existentes, encontraram um terreno fértil para poder investir e produzir filmes no Brasil, como a Videofilmes, dos irmãos Walter e João Moreira Salles, criada em 1987, a Diller & Associados, de 1988, a Conspiração Filmes de 1991 e a O2 Produções Artísticas e Cinematográficas, também em 1991.

O fim desse ciclo de retomada, para os pesquisadores André Gatti (2006), Juliana Sangion (2006) e o crítico Luiz Zanin Oricchio (2003), é o filme *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles, lançado em 2002 e que alcançou 3,2 milhões de espectadores⁴. Para o crítico, o filme de Meirelles seria um catalisador de uma série de tendências que se desenharam ao longo da década de 1990. Segundo Oricchio, a obra também é atípica por uma série de razões: possui uma temática social, foi financiado com uma ínfima parte pelas leis de renúncia fiscal, sem nenhum ator global, com elenco de atores negros até então desconhecidos. (ORICCHIO, 2003, p. 24).

De acordo com Ikeda, o modelo de leis de incentivo em vigor já demonstrava problemas e limitações, mostrando-se insuficiente para a implantação de uma política cinematográfica mais industrialista que fosse realmente eficaz. Diante dos problemas enfrentados pelos mecanismos de incentivo, é realizado o III Congresso Brasileiro de Cinema (CBC), realizado em Porto Alegre, em 2000, sugerindo uma maior ação do Estado. Durante o Congresso foi apontada a necessidade de um órgão gestor que visasse ao desenvolvimento do setor audiovisual. (IKEDA, 2015, p. 39).

Através da Medida Provisória nº 2.228-1/01, de 2001, estabeleceu-se novas formas de apoio do Estado à atividade cinematográfica, buscando resolver as carências do binômio Lei Rouanet e Lei do Audiovisual. Essa MP apresenta a criação de um tripé institucional, constituído pelo Conselho Superior de Cinema (CSC), responsável pela formulação das políticas do setor. Outro órgão é a Agência Nacional de Cinema, Ancine, cuja função é regular, fiscalizar e fomentar a atividade cinematográfica nacional e promover a autossustentabilidade. O terceiro é a Secretaria do Audiovisual, responsável pela produção de curtas e médias-metragens, formação de mão de obra, difusão de filmes em festivais e a preservação e restauração do acervo cinematográfico brasileiro. (IKEDA, 2015, p. 40-41).

É no início dos anos 2000 que a Globo Filmes se consolida como a empresa de maior

⁴ Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 15 de agosto de 2017.

importância no cinema nacional. Criada em 1997, iniciou suas operações no ano seguinte. Sua concepção, pelas Organizações Globo, teria como bandeira a ampla defesa do “conteúdo nacional” em resposta às “ameaças” que a globalização estaria impondo à cultura brasileira (BUTCHER, 2006, p. 11). De acordo com Carlos Eduardo Rodrigues, ex-diretor da Globo Filmes, em entrevista para Sangion (2011, p. 343), a Globo Filmes nasceu do interesse da TV Globo em investir em mídias onde a emissora ainda não havia entrado, como a internet e o cinema, visando fidelizar um espectador ainda mais jovem.

Foi por intermédio da Globo Filmes que a TV Globo buscou estender sua hegemonia política, cultural e econômica em uma área na qual encontrava-se distante. Sua entrada no mercado ocorre justamente em um momento em que a produção cinematográfica nacional volta a crescer, depois de alguns anos de crise. A empresa transformou o mercado de cinema, ao estimular a produção de filmes e buscar estratégias massivas de lançamento e de colocação de produtos no mercado. Essa forma de operação contribuiu para alavancar o público de cinema no Brasil. Sua estratégia empresarial ocorreu em três frentes⁵. A primeira delas era transformar produtos televisivos, principalmente minisséries e *sitcons* (comédias de situação), em produtos cinematográficos⁶. A segunda, converter filmes que obtiveram sucesso comercial em minisséries televisivas⁷.

A terceira estratégia é a coprodução de filmes, com o potencial de conquistar grande público, apresentados por outros produtores. De acordo com Butcher, a modalidade de associação com projetos criados fora da TV Globo acabou predominando sobre as outras, mostrando-se extremamente eficaz e seguro para a empresa. Dessa maneira, a Globo Filmes não necessita mais financiar a obra cinematográfica, preferindo oferecer consultoria sobre o roteiro, através dos diretores Guel Arraes e Daniel Filho, formular o *marketing* do filme e apoiar a divulgação da obra, cabendo a uma produtora independente, que obteve as verbas necessárias para o desenvolvimento do filme através das leis de incentivo, a responsabilidade pelas etapas de pré-produção, pela produção do filme e pela contratação de uma empresa finalizadora que se responsabilizará pela pós-produção da obra. Butcher ainda nos fala que

⁵ Pedro Butcher sugere em sua dissertação uma outra forma de atuação da Globo Filmes na época, que foi desenvolver veículos cinematográficos para as estrelas da emissora (BUTCHER, 2006, p. 71). Todavia acreditamos que essa forma de operação se encaixe na primeira estratégia, ou seja, transformar produtos televisivos em filmes.

⁶ A primeira adaptação de uma minissérie em longa-metragem foi *O auto da Compadecida*, (Guel Arraes, 1999). Segundo dados da Ancine, o filme atraiu mais de 2,1 milhões de espectadores. Fonte:

https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 15 de setembro de 2017.

⁷ *Carandiru* (Hector Babenco, 2003) é um exemplo de obra cinematográfica convertida em minissérie. De acordo com dados da Ancine, o filme levou 4.729.484 espectadores ao cinema. Fonte:

https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 15 de setembro de 2017.

“essa forma de operação oferece grande flexibilidade à Globo Filmes, que pode aderir a um projeto em qualquer uma de suas fases de realização – inclusive a um filme já pronto”. (BUTCHER, 2006, p. 76).

O desenvolvimento da tecnologia da imagem

Vamos apresentar agora as mudanças tecnológicas ocorridas no campo da cultura, em especial na indústria do cinema e na área da manipulação da imagem cinematográfica, a partir da década de 1970 aos anos 2000. Pontuaremos o surgimento de determinados sistemas de tratamento da imagem, dos analógicos aos digitais, e as mudanças ocasionadas por esses novos equipamentos na área cinematográfica possibilitando alterações no arquivamento e acesso as mídias e, principalmente, a diversificação das estilísticas visuais e cromáticas.

Ana Carolina Cherman P. de Oliveira (2014, p.17) considera o surgimento do telecine, na década de 1970, como um dos sistemas precursores da finalização digital. De acordo com a autora, neste primeiro momento, as máquinas de telecine eram utilizadas para transformar o negativo filmado em sinais eletrônicos de vídeo e eram usados apenas em comerciais e programas televisivos, devido à própria limitação de resolução e profundidade de cor do equipamento. Já era possível, contudo, fazer alguns ajustes simples nas cores das imagens que seriam exibidas na televisão.

No final da década de 1980, há o lançamento dos primeiros *softwares* de edição não-linear no mercado. Além de oferecerem grande flexibilidade no arquivamento, acesso e manipulação do material filmado, esses *softwares* possuíam módulos básicos de ajuste de cor. Dessa forma, vídeos publicitários e filmes televisivos poderiam receber algum tratamento em sua imagem logo após serem montados.

É no início da década de 1990 que surgem dois sistemas que conduzirão o tratamento da imagem a novos patamares. Oliveira (2014, p. 18) nos relata o lançamento do *Cineon*, da Kodak, em 1993, um *scanner* que transformava as imagens filmadas em negativo em arquivos digitais, também chamados de *cineon*, na resolução de 2K⁸ e profundidade de cor 10 bits-log⁹,

⁸ 2K full resolution: 2048x1556. Ou seja: 2048 linhas horizontais por 1556 linhas verticais de imagem.

⁹ A cor de cada pixel é composta pelas três cores básicas, o vermelho, o verde e o azul. Cada canal de cor é formado por um determinado número de bits. Cada bit pode ser 1 ou 0 de informação. Com oito bits, significa que há 256 (2⁸) valores possíveis para cada canal de cor. Juntando as três cores, há 16.777.216 cores possíveis para cada pixel, também conhecida como True Color..

Com dez bits, cada canal (vermelho, verde e azul) pode assumir 1.024 valores diferentes. Juntando as três cores, isso significa que há 1.073.741.824 cores possíveis para cada pixel.

Já uma imagem log (ou logarítmica) é constituída de mais detalhes nas baixas e altas luzes.

formato esse que melhor representava a latitude¹⁰ e o espaço de cor¹¹ do material filmado em película e definiria por muitos anos o padrão de qualidade na intermediação digital. Richard Misek (2010, p. 158), por sua vez, nos aponta a introdução no mercado do corretor de cor DaVinci, também em 1993, que tornou possíveis ajustes primários e secundários¹². Os operadores de telecine podiam agora não apenas manipular o equilíbrio entre as três cores primárias - vermelho, verde e azul - como também isolar e tratar determinadas áreas de imagem.

A partir dos anos 2000 diversos sistemas de tratamento de cor são lançados no mercado, como Autodesk Lustre¹³, Baselight¹⁴, Quantel Pablo¹⁵, dentre outros. O processo específico de tratamento de cor em um filme, utilizando *softwares* e equipamentos digitais, passou a ser chamado de *color grading* (MISEK, 2010, p. 156) e se tornou usual na indústria cinematográfica. A consolidação e a utilização da tecnologia digital pelas produtoras e casas de finalização trouxe como implicações o surgimento de novas funções na pós-produção cinematográfica, como a de gerenciadores de arquivos e coordenadores de *color grading*, a minimização do tempo de trabalho devido à paridade de arquivos digitais e à diversificação nas formas de correção e depuração das imagens. Matizes podem ser alteradas com simples comandos, áreas da imagem separadas para uma melhor correção e harmonia assim como o conjunto de cores de uma determinada cena podem ser facilmente aplicadas diretamente em outra.

As comédias da Globo Filmes

Para esta dissertação vamos utilizar os estudos e as definições de comédia apresentadas pelo crítico Northrop Frye e pelo acadêmico português Luís Nogueira. Frye, em sua obra *Anatomia da Crítica* (1973), faz um apanhado histórico da comédia, traçando seus princípios estruturais a partir da Grécia Antiga. Para o autor, o tema da comédia é a integração de um herói ou personagem principal à sociedade. Ele divide a comédia em cinco categorias distintas. A *comédia mítica* trata daqueles personagens superiores a nós em força, moral e

¹⁰ Também chamado de alcance dinâmico, é o espaço de trabalho entre o valor mais claro e mais escuro de uma imagem.

¹¹ Organização das cores dentro de um sistema, como um dispositivo físico ou digital.

¹² Ajustes primários são aqueles que afetam toda imagem. Ajustes secundários ocorrem em áreas específicas da imagem.

¹³ <https://www.autodesk.com.br/products/flame/overview>

¹⁴ https://www.filmlight.ltd.uk/products/baselight/overview_bl.php

¹⁵ <http://www1.quantel.co.uk>

inteligência e retrata sua aceitação na sociedade dos deuses, geralmente após um número de trabalhos e provações, como com Hércules, ou através da salvação, como no cristianismo. A *comédia romântica* corresponde ao pastoral ou idílico e preserva o tema da fuga da sociedade. É o típico herói dos contos de fadas e das lendas, que leva uma vida simples no campo ou na fronteira. A *comédia imitativa elevada*, originária da Comédia Antiga de Aristóteles, envolve um personagem central forte que constrói seu meio pela força ou inteligência, ante uma forte oposição e no final consegue um triunfo heroico, terminando com um final amoroso, como nas peças de Aristófanes. A *comédia imitativa baixa* ou *comédia doméstica*, originou-se na Comédia Nova de Menandro, teve suas fórmulas reproduzidas no Renascimento, se estendendo à atualidade, e apresenta heróis ou personagens principais mais próximos a nós mesmos, que estão em igualdade - seja moral, intelectual ou física - em relação aos outros homens e ao seu ambiente. De acordo com Frye, a principal diferença entre a comédia imitativa elevada e a baixa (doméstica), é que o desenlace da última envolve uma promoção social. A integração ou elevação do personagem principal ocorre através de um artifício, como um casamento ou uma premiação e o final feliz apresenta as mesmas ambiguidades morais que encontramos em Aristófanes (FRYE, 1973, p. 49-50, grifos nossos).

Nogueira traz a discussão de gêneros para o cinema e delimita seu conceito na questão do riso. O autor lusitano também remonta a questão dos gêneros à Aristóteles, que na sua *Poética*, faz a distinção entre comédia, poesia épica e tragédia. A tragédia retrataria seres melhores que nós; o drama mostraria a vida de seres comuns, iguais a nós; e a comédia, enfim, se referiria a seres piores que nós (NOGUEIRA, 2010, p. 02). Ainda de acordo com Nogueira:

A Comédia procura suscitar necessariamente o riso, nas suas diversas manifestações (indo da gargalhada estridente e compulsiva ao sorriso mais cúmplice e recatado). Trata-se, por isso, da forma exemplar do hedonismo cinematográfico. Como referimos antes, a comédia tende a fazer ressaltar as fragilidades do ser humano: o vício, a negligência, a pompa, a presunção ou a insensatez, por exemplo. Daí, talvez, que seja um género frequentemente depreciado, quem sabe pela sua carência de seriedade, capaz de descobrir em qualquer tema ou personagens o pretexto para o riso e o escárnio. (NOGUEIRA, 2010, p.20).

A parceria entre Globo Filmes e produtoras independentes investe nos mais variados gêneros e temáticas, como podemos perceber no próprio *website* da empresa das

Organizações Globo¹⁶. Todavia, um dos seus principais produtos é a comédia, que vem obtendo grande êxito de bilheterias, levando milhões de espectadores aos cinemas¹⁷.

Para Francisco Ballerini (2012, p. 208) o sucesso das comédias contemporâneas está relacionado a um processo histórico, uma vez que esse gênero sempre teve boa aceitação pelo público brasileiro. Uma das primeiras comédias realizadas no Brasil chamava-se *Nhô Anastácio chegou de viagem* (Julio Ferrez, 1908) e contava a história de um homem do interior que visitava o Rio de Janeiro pela primeira vez. Nas décadas de 1930 e 1940, há uma maior produção desse gênero por diversas produtoras como SonoFilmes, Cinédia, Atlântida e Brasil Vita Filmes, consolidando a tendência a esse tipo de filmes. Durante a década de 1970 até meados da década de 1980, houve uma constante realização de comédias eróticas, de costumes e do grupo humorístico “Os Trapalhões”, que obtinham um grande número de espectadores¹⁸. Seguiu-se então um período no qual poucos filmes desse gênero obtiveram sucesso comercial – *Carlota Joaquina* é um deles. Contudo, devido ao sucesso de bilheteria de *Auto da Compadecida* (Guel Arraes, 1999), a Globo Filmes percebe que esse gênero cinematográfico proporciona um forte retorno financeiro, o que faz a empresa apostar cada vez mais nesse tipo de produto.

Para Lidiane Moares (2017, p. 15) o atual ciclo de comédias produzidas pela Globo Filmes, em associação a outras produtoras independentes, são direcionadas para uma parte da população brasileira que conseguiu um maior poder aquisitivo nos últimos anos e configurou-se como uma nova classe média, que frequenta as salas de cinema multiplex de *shopping centers*, devido ao fechamento generalizado dos cinemas de rua, e que consome bens culturais.

Essas comédias com a marca Globo Filmes ganharam a nomenclatura de “neochanchadas”¹⁹ ou “globochanchadas”²⁰ por parte da imprensa, críticos e cineastas. Os

¹⁶ <http://redeglobo.globo.com/filmes/>

¹⁷ No ano de 2013, por exemplo, 8 das 10 maiores bilheterias nacionais foram comédias. Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Anuario_2013.pdf. Acesso em 17/10/2017.

¹⁸ *Como é boa nossa empregada* (Victor di Mello e Ismar Porto, 1973) conseguiu 2.163.036 de espectadores. *Jeca Macumbeiro* (Mazzaropi, 1975) levou 3.468.728 de pessoas ao cinema. *O Trapalhão nas minas do rei Salomão* (J. B. Tanko, 1977) obteve 5.786.226 de espectadores.

Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 15 de agosto de 2017.

¹⁹ Termo usado por alguns críticos de cinema como:

Rodrigo Fonseca em: <https://oglobo.globo.com/cultura/neochanchada-se-firma-como-genero-mais-rentavel-do-cinema-nacional-6628147>,

Valmir Moratelli em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/cinema-nacional-vive-fase-de-neochanchada/n1597208767183.html> e

Fabrizio Duque em <http://vertentesdocinema.com/2013/02/15/especial-neo-chanchada-o-novo-genero-do/>. Acesso em 15 de agosto de 2017.

²⁰ Termo usado pelo cineasta Guilherme de Almeida Prado em entrevista ao crítico Inácio Araújo. http://inacio-a.blog.uol.com.br/arch2009-06-21_2009-06-27.html. Acesso em 15 de agosto de 2017.

termos “neochanchada” ou “globochanchada” nos remetem, por um lado, às antigas chanchadas. Essa nomenclatura foi utilizada por críticos e pesquisadores para designar filmes brasileiros produzidos entre as décadas de 1930 e 1950, em geral comédias musicais, com humor popular, de baixo orçamento e que conquistaram um grande número de espectadores. Há também um paralelo com as pornochanchadas, filmes realizados principalmente nas décadas de 1960 a 1980, caracterizados pela ênfase em situações eróticas, nudez, piadas de duplo sentido e trocadilhos picantes, uma fórmula que conquistou amplas parcelas do mercado brasileiro.

Alguns críticos e pesquisadores do cinema brasileiro teceram reflexões sobre as chamadas “globochanchadas”. De um modo geral, essas comédias refletiriam o espírito de uma época e seus enredos e narrativas teriam aproximações com o panorama social, econômico e cultural do Brasil. Mostrariam uma classe média emergente, com um maior poder aquisitivo e que possui dilemas profissionais e familiares.

O professor e crítico de cinema Jean-Claude Bernardet, por exemplo, pediu em seu blog que os intelectuais e críticos da atualidade não repetissem o mesmo erro da década de 1950, quando a intelectualidade via a chanchada como filmes menores, portadora de um humor infantil, sem conotações políticas. Segundo o crítico, “foi preciso esperar a morte da chanchada para que a elite percebesse que Oscarito e Grande Otelo eram grandes atores, e que *Carnaval Atlântida* era um filme político” (2013). Bernardet faz alguns comentários sobre *De pernas pro Ar 2*, mas que podem ser estendidos, de um modo geral, às outras “globochanchadas”:

[...] é um filme atual que trata de problemas que angustiam boa parte da classe média como: o trabalho da mulher, a relação da mulher que trabalha com o marido, os filhos e a casa, o stress da mulher executiva que estressa os homens, o péssimo estado da telefonia celular no Brasil e também o celular como adição, a exportação de produtos brasileiros, etc. Se o filme não abordasse questões do seu interesse, o público não teria sido tão numeroso. (BERNARDET, 2013).

Luiz Zannin Oricchio reproduziu em sua coluna no jornal *O Estado de São Paulo*, as palavras de Bernardet. Nesse ponto, Oricchio parece concordar com os comentários de Bernardet ao sugerir que “há quem sustente que um filme comercial – explicitamente feito para divertir o público e ganhar dinheiro – possa também traçar o retrato de uma época e tomar o pulso de um país” e cita os exemplos das comédias italianas dos anos 1950 e 1970 e a própria chanchada brasileira. (ORICCHIO, 2013).

Para o crítico Eduardo Valente, uma das características principais das “globochanchadas” tem sido a falta de erotismo em suas narrativas e a descaracterização do sexo como algo natural. Seriam filmes “assexuados”, segundo o autor. Todavia, para Valente, esses filmes fogem de discussões políticas ou sociais e falam sobre relacionamentos, amor e conflitos familiares, com resoluções em geral bastante infantilizadas, sendo protagonizados por atores conhecidos da TV Globo e dirigidos por diretores da própria emissora, como José Alvarenga, Wolf Maya e Daniel Filho. (VALENTE, 2011, p. 27).

A historiadora Sheila Schvarzman (apud STIVALETTI, 2017) segue a mesma linha de pensamento de Valente ao afirmar que os limites sociais estão mais rígidos nas atuais comédias. O sexo e o desejo, elementos centrais das pornochanchadas, não estão mais presentes nesses filmes. A autora, contudo, percebe notáveis evoluções nessas obras. Há a figura da mulher realizada profissionalmente e com dilemas afetivos, enquanto os homens aparecem fragilizados pela força feminina, como em *De Pernas pro Ar* (Roberto Santucci, 2012). Em outras produções, cria-se uma pedagogia de consumo para a nova classe média, vista em *Meu Passado me Condena* (Julia Rezende, 2013), *S.O.S. Mulheres ao Mar* (Cris d’Amato, 2014) e *Até que a Sorte nos Separe* (Roberto Santucci, 2012). De acordo com Schvarzman, as dificuldades da inserção social são debatidas em *To Ryca* (Pedro Antonio, 2016) e *Em Minha Mãe é Uma Peça 2* (Cesar Rodrigues, 2016).

As atuais comédias coproduzidas pela Globo Filmes apresentam outra característica marcante: a realização de continuações. O semiólogo italiano Omar Calabrese tratou do tema das repetições em *A Idade Neo-Barroca* (1987). Para o autor, as obras replicantes surgem a partir de um original, ganham algum elemento diferente e tornam-se obras autônomas. Esse processo cria uma estética da repetição, comum aos produtos contemporâneos. Calabrese sugere que os produtos seguem três métodos de repetição: primeiro, como produção de uma série a partir de uma matriz; segundo, como mecanismo estrutural de narrativa; terceiro, pelo consumo. (CALABRESE, 1987, p. 43).

As continuações das comédias surgem tanto do interesse dos produtores em criar produtos para consumo rápido e seguro, através da réplica de uma matriz, quanto do desejo dos consumidores e espectadores de assistir os mesmos personagens, os mesmos elementos cênicos, a mesma fotografia, mas em outra história, em outra situação. Há nessa estratégia a representação de elementos recorrentes, a manutenção de personagens e narrativas, buscando corresponder aos anseios, afinidades e identificações dos espectadores.

O assunto já foi tema na imprensa. Em matéria no caderno de cinema do site *GI*, Roberto Santucci, diretor de *De Pernas pro Ar* (2010) e *Até que a Sorte nos Separe* (2012),

títulos que tiveram sequências, “avalia que o Brasil pede continuações” (SANTUCCI apud MENDES, 2013). Na mesma matéria, Márcio Fraccaroli, diretor-geral da distribuidora Paris Filmes, empresa que investiu nas obras citadas, explicou que uma vez que os filmes tiveram êxito, a empresa resolveu replicá-las. Ainda de acordo com Fraccaroli, “no caso das comédias, é mais fácil continuar porque são histórias que podem acontecer em qualquer lugar e momento. Ingrid [Guimarães], [Leandro] Hassum e [Bruno] Mazzeo²¹ emplacaram no cinema”. (FRACCAROLI apud MENDES, 2013).

É curioso constatar o caráter imagético das comédias coproduzidas pela Globo Filmes em parceria com outras produtoras independentes. Na época atual, o cinema incorporou o digital. As tecnologias digitais permitem mudanças em toda a plasticidade da imagem e proporcionam os mais diversos projetos visuais, com mudanças detalhadas na cor, no brilho e na textura da imagem como um todo ou em qualquer elemento em cena. Apesar disso, as atuais comédias são identificadas por um padrão “estético televisivo”, com uma estilística visual²² sem grandes experimentações artísticas e uma homogeneidade cromática entre as obras.

Há dificuldade em definir ou descrever essa “estética televisiva”, pois, como nos esclarece Arlindo Machado: “A televisão abrange um conjunto bastante amplo de eventos audiovisuais que têm em comum apenas o fato de a imagem e o som serem constituídos eletronicamente [...]” (MACHADO, 2000, p. 70). De fato, existe na TV uma variedade de novelas, séries, *sitcons*, todos com sua estética própria. Apesar disso, o termo “estética televisiva” é amplamente usado por críticos, diretores e pesquisadores. Vejamos:

O crítico Inácio Araújo afirma que, hoje, de um modo geral, há uma produção cinematográfica baseada naquilo que podemos chamar de “estética da Rede Globo”, que se aproveita do hábito dos espectadores com a dramaturgia e a fotografia da emissora. (ARAÚJO apud LAURETTI, 2012). A diretora Adriana Dutra, uma das organizadoras do Brazilian Film Festival²³, afirmou em entrevista que as atuais comédias possuem uma relação direta com a linguagem da televisão: “São os ícones e a estética da TV chegando ao cinema” (DUTRA apud MORATELLI, 2011). Já a professora Miriam Rossini, pesquisadora do cinema popular contemporâneo brasileiro, sugere que essas novas comédias associam dois elementos distintos: uma tradição cinematográfica com um padrão técnico e estético

²¹ Os atores Ingrid Guimarães, Leandro Hassum e Bruno Mazzeo.

²² Vamos adotar nessa dissertação o termo “estilística visual” significando a cor do filme como um todo. Outro termo, “projeto cromático” terá o mesmo significado.

²³ <http://brazilfilmfest.net/2017/>

televisivo, derivado dos avanços tecnológicos e das formas produtivas da televisão. (ROSSINI, 2014, p. 22). Melina Marson procura conceituar a estética televisiva sem, contudo, se aprofundar na questão da imagem. De acordo com Marson, nessas comédias da Globo Filmes a estética televisiva ocorre pela utilização de uma linguagem típica de telenovela, com planos fechados, um número maior de cortes e cenas, por meio da construção de personagens baseados em estereótipos da teledramaturgia e pelo uso de uma fotografia televisiva. (MARSON, 2006, p. 157).

Se por um lado a estética televisiva presente nessas comédias [...] contribuiu para a melhor aceitação do cinema brasileiro e melhorou seu desempenho nas bilheteiras, por outro lado, gerou críticas quanto a uma possível homogeneização do cinema brasileiro através da adoção da linguagem da televisão como a única capaz de conquistar o público. (MARSON, 2006, p. 158).

Diante desse cenário, algumas dúvidas e questionamentos surgiram:

- a) A Globo Filmes e/ou as produtoras independentes interferem no processo de *color grading* buscando uma “estética televisiva”? Se sim, como ocorre essa interferência?
- b) Se as novas tecnologias de tratamento de imagem permitem múltiplas variações cromáticas, por que elas não são utilizadas? Se são usadas, qual o objetivo do tratamento?
- c) As comédias coproduzidas pela Globo Filmes seriam realmente “padronizadas”?
- d) Como denominar a estilística visual dessas comédias para além de um termo tão vago e inconsistente, como “estética televisiva”?
- e) Como caracterizar as cores das comédias da Globo Filmes?

As produtoras independentes são as responsáveis pela produção do filme. Todavia, devido à complexidade dos trabalhos, as produtoras delegam a pós-produção a uma empresa especializada. É na casa de finalização que ocorre o tratamento da imagem captada. O *color grading* torna-se então o complemento para a produção cinematográfica - no caso, a fotografia, figurinos e cenário. É nessa etapa do trabalho que ocorrem as intervenções nas cores dos filmes pelos profissionais ligados à obra cinematográfica.

As tecnologias de imagem permitem inúmeras variações cromáticas. Contudo, durante o processo de *color grading* há uma complexa relação entre os profissionais envolvidos. Há uma linha muito tênue de poder e hierarquia, uma diversidade de interesses em jogo, simétricos e assimétricos, comerciais e artísticos. Podemos vislumbrar várias situações: em

determinadas produções, a responsabilidade sobre o projeto cromático²⁴ da obra estará nas mãos de quem tem mais tempo de atuação na área cinematográfica, prestígio no mercado, mais filmes realizados. Em outras, o próprio produtor terá maior peso na decisão sobre as cores do filme, em decorrência do aporte financeiro ou devido à contratação de profissionais com menos experiência. Em decorrência disso, minimizam as experimentações artísticas e buscam imagens familiares e agradáveis ao espectador, com o objetivo de conseguir um maior número de espectadores. Também existem contextos onde diretores de fotografia e coloristas possuem total liberdade para explorar as possibilidades dos *softwares* e experimentar variações de cores e estilísticas visuais.

Diversas comédias com o selo Globo Filmes, que alcançaram sucesso comercial, com público de mais de um milhão de espectadores, como *Se Eu Fosse Você 2*²⁵ (Daniel Filho, 2009), *Qualquer Gato Vira-Lata*²⁶ (Tomas Portella, 2011) e *Até que a Sorte nos Separe*²⁷ (Roberto Santucci, 2012) possuem imagens e cores semelhantes, com diferenças relativas aos estilos dos fotógrafos e coloristas.

Nessa dissertação proponho conceituar a estilística visual dessas comédias como um “naturalismo colorido”, devido a busca por tons de pele naturalistas e a ênfase em cenários e figurinos com matizes variadas. A preferência pelo naturalismo da pele tem como objetivo evitar qualquer forma de estranhamento com os personagens apresentados na tela do cinema, buscando-se a máxima identificação com os personagens e com a história que está sendo narrada. Ismail Xavier, em *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência* (2008), analisando a montagem cinematográfica, argumenta que a representação naturalista busca as aparências do mundo físico, para que o espectador tenha a sensação de participar da história apresentada na tela. Estabelece-se a ilusão para que o público se sinta em contato com o mundo representado, participante das narrativas que se desenrolam em frente a seus olhos, como se não mediações técnicas. “Sem a separação entre mundo representado e mundo ‘real’, é a própria ficção que invade a realidade e se consolida a partir da participação afetiva do espectador”. (XAVIER, 2005, p. 42). Podemos estender o que Xavier diz sobre a montagem à questão da imagem cinematográfica.

²⁴ Vamos adotar o termo “projeto cromático” significando a cor do filme como um todo. Terá o mesmo significado de outro termo, “estilística visual”.

²⁵ O filme alcançou a marca de 6.112.851 espectadores.

Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 08/10/2017.

²⁶ O filme alcançou a marca de 1.194.628 de espectadores.

Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 08/10/2017.

²⁷ O filme alcançou a marca de 3.417.510 de espectadores.

Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105_1.pdf. Acesso em 08/10/2017.

Já o excesso de saturação em cenários e figurinos funciona como um vetor de fantasia e felicidade. Segundo Dave Batchelor, em inglês arcaico, *to colour* quer dizer adornar ou embelezar, disfarçar, tornar ilusório. A cor, portanto, é uma maquiagem e, como um cosmético, deixa a superfície mais atraente e sedutora. O excesso de cor também traz a sensação de sonho, a abstração com o presente e a fuga da realidade, é um prazer que excede o discurso e serve para potencializar as imagens e os temas vistos na tela do cinema. (BATCHELOR, 2007, p. 62).

Tomando como ponto de partida a idéia até certo ponto paradoxal de “naturalismo colorido”, o principal objetivo dessa dissertação é analisar as características cromáticas das comédias da Globo Filmes, a partir do processo de *color grading*, entre os anos 2005 a 2015. Escolhemos esse recorte temporal por dois motivos:

a) A utilização e a consolidação da tecnologia digital no cinema brasileiro. Em 2005 foi lançado o primeiro filme 2K Log nacional, *Casa de Areia* (Andrucha Waddington).

b) O aumento do número de comédias produzidas nesse período que alcançaram mais de um milhão de espectadores.

A dissertação está dividida em quatro capítulos. No primeiro, “*Color grading*”, estudaremos a questão da finalização digital. Aqui teremos três subcapítulos. O inicial tratará da evolução tanto dos modelos empresariais de pós-produção quanto dos processos de tratamento de cor no Brasil até os dias atuais. O seguinte analisará o processo de *color grading*, em seus aspectos teóricos e práticos, desde a captação das imagens à transferência do filme concluído para as salas de cinema. O último subcapítulo investigará a atuação dos coloristas, sua relação com outros profissionais da área cinematográfica e seu trabalho no tratamento cromático de um filme.

No capítulo seguinte, intitulado “As cores das comédias”, abordaremos as características cromáticas das comédias nacionais. No primeiro subcapítulo apontaremos aspectos da teoria das cores, seus elementos e características. No subcapítulo seguinte, abordaremos a busca por imagens naturalistas através da história do cinema e os motivos de sua utilização. No terceiro subcapítulo, analisaremos o uso das cores na cinema e como elas podem ser usadas para caracterizar gênero, ressaltar emoções e demarcar estados de espírito de um personagem.

No terceiro capítulo, “A cor no cinema brasileiro”, faremos um breve panorama do desenvolvimento do cinema colorido no Brasil. Teremos também três subcapítulos. No primeiro, abordaremos a época dos filmes silenciosos e as primeiras técnicas de colorização.

No segundo subcapítulo, apresentaremos a diversificação dos sistemas de cor no Brasil. O último subcapítulo tratará da passagem para as técnicas eletrônicas e digitais de cor.

No capítulo final, “Estudo das Comédias”, investigaremos o projeto visual das comédias da Globo Filmes. Como estudos de caso, trabalharemos com as seguintes obras: *Se Eu Fosse Você 2* (Daniel Filho, 2009), *Até que a Sorte nos Separe* (Roberto Santucci, 2012) e *Qualquer Gato Vira-Lata* (Tomas Portella, 2011).

A escolha desses três filmes seguiu os seguintes critérios: a partir dos informes da Ancine, selecionamos as comédias com mais de um milhão de espectadores por ano, entre 2005 e 2015. Em seguida, observamos a ficha técnica dessas obras e optamos por filmes que não repetiam diretores, fotógrafos e coloristas. Enfim, o fator final de inclusão foi o fato de eu ter participado do processo de *color grading* desses filmes, direta e indiretamente, e de ter tido contato com os profissionais envolvidos no trabalho, o que me facilitaria o acesso às entrevistas.

A metodologia de trabalho parte da construção de um referencial teórico para compreender o processo de *color grading* e as características cromáticas das comédias nacionais, coproduzidas pela Globo Filmes. A pesquisa abarca a recente história do cinema nacional, as tecnologias digitais, as teorias das cores e a análise de filmes.

Devido à carência de uma literatura específica sobre as cores das comédias nacionais, foram realizadas entrevistas com coordenadores de pós-produção e coloristas sobre o processo de trabalho e as possibilidades artísticas abertas pela intermediação digital. É interessante salientar que também tentamos entrevistas com fotógrafos e produtores que, infelizmente, alegaram excesso de trabalho e não conseguiram responder aos questionários. Mesmo assim, além de suprir uma lacuna bibliográfica, as entrevistas tiveram por objetivo dar voz a determinados profissionais da área cinematográfica que são pouco conhecidos e que possuem uma grande importância no processo fílmico. Foram então realizadas 10 entrevistas tanto pessoalmente quanto *online*. Esperamos que o material coletado possa servir de referencial teórico para outras pesquisas acadêmicas.

O texto e as entrevistas têm ainda como base a minha experiência nas salas de *color grading*. Tive a oportunidade de trabalhar durante 15 anos na Casablanca/Teleimage²⁸, uma grande empresa de pós-produção de cinema, onde pude vivenciar o dia a dia do tratamento da imagem, o desenvolvimento dos sistemas, a dinâmica entre os diversos profissionais

²⁸ <http://www.casablancafilmes.com.br>

envolvidos na pós-produção de um filme e as relações, algumas vezes difíceis, outras prazerosas, com os clientes, sejam eles produtores executivos, diretores ou fotógrafos.

1 O COLOR GRADING

Para analisarmos como produtores do cinema nacional se beneficiam das tecnologias digitais de tratamento de imagem devemos investigar três questões da atividade cinematográfica. O primeiro, a transformação dos formatos empresariais de pós-produção e o desenvolvimento do *color grading* no Brasil. Em seguida, o procedimento de *color grading*, da captação das imagens à transferência da obra finalizada para salas de exibição. Como exemplo de plataforma de correção de cor, usaremos o *software* Lustre, da empresa canadense Autodesk, por ter sido o sistema utilizado no *grading* de *Se Eu Fosse Você 2* e *Qualquer Gato Vira-Lata* e nos testes de *Até que a Sorte nos Separe*. Por fim, o trabalho do colorista, profissional responsável pela correção de cor em longas-metragens. Aqui, o trabalho do colorista é estudado entre o fazer criativo e a criação orientada por terceiros.

Há, de início, a necessidade de conceituar o que é o *color grading*. Segundo o colorista Sérgio Pasqualino²⁹, responsável pela cor de diversos filmes nacionais e internacionais, como *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002), *À Deriva* (Heitor Dhalia, 2009), *O Palhaço* (Selton Mello, 2011) e *Lope* (Andrucha Waddington, 2010), *color grading* é o “tratamento estético digital da imagem [...]”. (PASQUALINO apud PIFFERO, 2010).

Já Alexis Von Huckerman busca diferenciar a simples correção de cor do *color grading* ao afirmar que:

Há um tempo (não muito tempo) correção de cor era descrita como trabalhar a cor em um vídeo, enquanto *grading* era o termo aplicado ao processo de colorir um filme de cinema.

À medida que as ferramentas para filme e vídeo se fundiram, os tempos mudaram, e agora os termos tornaram-se suspeitamente intercambiáveis. No entanto, diria que a correção de cor refere-se a um processo de natureza mais técnica, corrigir problemas qualitativos claros em uma imagem, trazendo-a para um estado neutro, enquanto o *color grading* refere-se a um processo mais intensivo de desenvolver e criar *estilos* para uma imagem, relativa à narrativa e necessidades artísticas de um projeto³⁰. (VON HUKERMAN, 2014, p. VIII, tradução própria).

²⁹ <http://industriacriativa.espm.br/2010/as-cores-de-sergio-pasqualino/>. Acesso em 15 de agosto de 2017.

³⁰ At one time (not so very long ago) *color correction* was the description given to color work on video, while *grading* was the term applied to the process of color timing motion-picture film.

As the tools for both film and video have merged, times have changed, and now the terms have become suspiciously interchangeable. However, I would argue that color correction refers to a process that is more technical in nature, of making adjustments to correct clear qualitative problems in an image, bringing it to a fairly neutral state, whereas *grading* refers to a more intensive process of developing an appropriate overall *style* for the image, relative to the narrative and artistic needs of a program.

1.1 Pós-produção e *color grading*

João Guilherme Barone Reis e Silva (2009, p. 22-23) divide o setor audiovisual em três núcleos de procedimentos, cada um deles contendo três campos distintos de atividades, compreendendo:

- a) Produção – Distribuição – Exibição
- b) Instituição – Tecnologia – Mercado
- c) Formação profissional – Direitos de autor – Patrimônio audiovisual.

O autor argumenta ainda que o processo de produção de um filme segue uma determinada forma. É um trabalho complexo devido à especialização das funções e a divisão de tarefas. A produção cinematográfica é organizada e separada em três fases denominadas: pré-produção³¹, produção³² e pós-produção. (SILVA, 2009, p. 25).

A pós-produção é a fase final do processo e inclui as atividades de montagem de imagens e sons, aplicação de efeitos especiais, inserção de letreiros e o *color grading*. São os procedimentos finais da obra, resultando no filme que será exibido nas salas de exibição. Devido a sua importância na cadeia fílmica, o trabalho de pós-produção começa quando o filme ainda nem existe, como assinala a empresária Iafa Britz (2010, p. 39), proprietária da produtora Migdal Filmes³³. Reis e Silva completa a descrição da etapa afirmando que:

Trata-se de um conjunto de serviços e procedimentos executados por empresas e profissionais cada vez mais especializados, entre laboratórios de imagem, estúdios de som, empresas finalizadoras e aquelas dedicadas à criação e produção de efeitos especiais e trucagens. (REIS e SILVA, 2009, p. 26).

No Brasil, na década de 1990, os serviços de intermediação digital para entretenimento eram oferecidos exclusivamente por algumas grandes finalizadoras que também trabalhavam com publicidade, como Casablanca/Teleimage e Estúdios Mega, ambas localizadas em São Paulo, uma vez que apenas o mercado publicitário angariava recursos para ter acesso aos equipamentos e *softwares* mais poderosos de efeitos e tratamento da imagem, sendo

³¹ A pré-produção inclui as atividades de elaboração do roteiro, levantamento das necessidades técnicas e humanas para a realização do filme, criação de um orçamento e cronograma e a busca de recursos financeiros para a execução de projeto.

³² Na etapa da produção, estão concentradas as tarefas de filmagem. Consiste na contratação de equipe técnica e elenco, na preparação de cenários e figurinos. Nessa fase são realizados a captação de imagens e sons que foram previstos no roteiro. (BARONE REIS e SILVA, 2009, p. 25 e 26).

³³ <https://www.migdalfilmes.com.br>

responsável pela formação dos primeiros grandes coloristas que passamos a ter no Brasil. O cinema brasileiro da década de 1990 herdou essa estrutura da publicidade.

O primeiro filme nacional que passou pelo processo de intermediação digital foi *O Invasor* (Beto Brant, 1998), filmado em película super 16 mm³⁴, telecinado e finalizado em HDTV³⁵ (1920x1080), com uma posterior transferência para 35 mm³⁶. A pós-produção foi realizada nos Estudios Mega e todo o tratamento de imagem – cor, textura, granulação, contraste – foi realizado em um telecine C-Reality, com uma mesa de correção de cor Da Vinci, e os efeitos especiais foram realizados nos programas da Autodesk, Fire e Inferno³⁷. Conforme o colorista responsável pelo filme, Ely Silva (2017), a opção foi por uma cor bem agressiva para transmitir o drama do filme. Para isso, o colorista explorou o formato super 16 mm para através de contrastes e balanceamentos para trazer o grão do negativo à vista. E, quanto mais o final dramático se aproximava, mais contrastes e, conseqüentemente, grãos surgiam. Silva ainda nos explica que “uma outra característica deste filme foi usarmos a técnica de manipulação de imagens comum na publicidade para conseguirmos o resultado estético agradável para o entretenimento”.

De acordo com o professor e empresário José Augusto de Blasiis, a partir das leis de incentivo e aos processos do fundo setorial³⁸, o Brasil passou a ter uma produção cinematográfica muito mais robusta e, em decorrência disso, as grandes finalizadas começaram a investir em equipamentos e *softwares* de tratamento de imagem. (BLASIIS, 2017).

O primeiro longa-metragem a ser produzido e finalizado totalmente em 2K Log no Brasil foi *Casa de Areia*³⁹. (Andrucha Waddington, 2005). Com fotografia de Ricardo Della

³⁴ Bitola de película cuja largura é de 16 mm. O Super 16 mm é usada apenas para filmagem e não para exibição, pois utiliza-se de uma área maior da largura, sem a banda de som, aumentando o tamanho do formato e assim aproveitando mais a sensibilidade total da película.

³⁵ HDTV é a sigla em inglês de High-Definition Television, que em português quer dizer "Televisão de Alta Definição", cuja resolução é de 1920 linhas na horizontal e 1080 na vertical.

³⁶ Bitola de película cuja largura é de 35 mm. Foi a primeira bitola do cinema e o suporte mais comum para captação e exibição de longas-metragens.

³⁷ Fonte: <http://abcine.org.br/site/o-invasor>. Acesso em 20 de agosto de 2017

³⁸ O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é um fundo destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil. Criado pela Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, e regulamentado pelo Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007, o FSA é uma categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC). Fonte: <https://fsa.ancine.gov.br/?q=o-que-e-fsa/introducao>. Acesso em 08/10/2017.

³⁹ O primeiro longa metragem finalizado em 2K no Brasil foi *Rosario Tijeras* (Emilio Maille, 2005), produzido na Colômbia e que serviu como um case para outros filmes que utilizariam essa tecnologia.

Rosa, foi filmado em 35 mm, scaneado em uma sequência de arquivos DPX⁴⁰ na resolução de 2048x1248 e tratado digitalmente no Autodesk Lustre pelo colorista Gigio Pelosi, com os efeitos especiais também realizados nos *softwares* da Autodesk Smoke e Inferno. Pelosi nos relata que havia uma certa apreensão sobre como o filme seria entregue, se alcançaria um nível de qualidade semelhante aos processos anteriores. As dificuldades do longa foram de ordem mais técnica, devido ao tamanho dos arquivos, o que demandava espaço em disco e muito tempo de tráfego de material. (PELOSI, 2017).

Blasiis também aponta que estamos atualmente em uma troca de modelo empresarial. Temos atualmente dois formatos de empresas atuando no mercado. Um deles é o híbrido com produtoras agregando o *color grading* a outros serviços, como a O2 que é uma produtora de conteúdo e publicidade que também realiza trabalhos de finalização, e a Quanta, uma locadora de equipamentos para cinema que também oferece o trabalho de *grading*. (BLASIIS, 2017). De acordo com Luis Ignacio Barrague, coordenador de pós-produção da O2 Filmes, a O2 Pós⁴¹ foi inicialmente criada para atender trabalhos específicos da O2 Filmes na área da publicidade. Todavia, como a demanda de produtos em entretenimento crescia, a O2 Pós foi “se estruturando com novos equipamentos e profissionais, desenvolvendo novos serviços até estar pronta para se abrir ao mercado nacional”. (BARRAGUE, 2017).

Temos também no mercado casas de finalização de pequeno porte - aqui incluídas as caseiras e as *in-house*⁴² - e de médio porte como Mistika Post, Marla Color Grading, Core Color Grading, Cinemática Audiovisual, Clan VFX, cada uma delas especializadas em uma etapa específica da pós-produção. Essas empresas foram criadas por ex-diretores ou profissionais das grandes finalizadoras brasileiras - Casablanca e Mega - que buscavam novos caminhos e metas profissionais. Fernando Lui, colorista e sócio-proprietário da Marla Color Grading, por exemplo, explica que atrelar seu trabalho de *grading* a uma casa de pós-produção não seria a melhor estratégia para sua carreira, assim surgiu a decisão de ter seu próprio estúdio para poder atender a “todos os clientes, independente de onde finalizariam seus filmes”. (LUI, 2017). Estes profissionais se aproveitaram do barateamento dos equipamentos de captação, efeitos especiais, tratamento de cor e transferência para as salas de exibição para montarem suas estruturas de trabalho. Blasiis ressalta que, há alguns anos um

⁴⁰ DPX: Digital Picture Exchange. Imagem digital trocável. Arquivo mais utilizado em pós-produção. representar a densidade de cada canal de cor de um filme negativo digitalizado em uma imagem "logarítmica" descompactada

⁴¹ <http://www.o2filmes.com/o2-pos>

⁴² Estruturas montadas normalmente dentro de agências de publicidade.

telecine custava um milhão de dólares. Hoje, existem softwares gratuitos na internet e os profissionais corrigem a cor até em monitores de computador ou televisões. (BLASIIS, 2017).

Com tantas empresas de pós-produção no mercado, oferecendo serviços de *color grading*, determinados fatores apresentam-se como diferenciais na escolha da finalizadora. Lui acredita que a qualidade final do material finalizado seja o verdadeiro diferencial. O trabalho do colorista vai muito além de corrigir a cor de um filme. É necessário ouvir as necessidades dos clientes e saber interpretá-las na imagem. Para tanto, é preciso “[...] uma bagagem de conhecimentos que só anos de aprendizagem podem trazer, e assim saber conduzir essa situação sem titubear, pois dificilmente lhe será dada uma segunda chance”. (LUI, 2017). De Blasiis ainda cita outros aspectos a serem considerados:

Tem o fator preço, que é o preponderante no Brasil. Fator estrutura, aquela que você tem. Fator profissionais que você tem a disposição. Então os coloristas, já que nosso tema é cor, eles são profissionais procurados. [...] Colorista cria muita estética. Muitas coisas que não estavam pensadas lá atrás são criadas nas plataformas de correção de cor, junto com o fotógrafo, obviamente. Não é sozinho, mas o colorista cria muito do ‘nada’ algumas coisas, então, eles são os profissionais procurados. (BLASIIS, 2017).

Estudaremos nos próximos subcapítulos dois desses fatores: a estrutura de trabalho e a atuação dos coloristas.

1.2 O cinema digital e o *color grading*

De acordo com Edmont Couchot (1993, p. 37), desde o *Quattrocento*, alguns artistas que também exerciam a engenharia, como Filippo Brunelleschi, Leon Battista Alberti e Leonardo da Vinci, pesquisavam constantemente uma maneira de automatizar cada vez mais os processos de criação, reprodução e manipulação da imagem. A procura por uma tecnologia que proporcionasse liberdade para o olhar e para as mãos foi retomada no século XIX por diversos pesquisadores e inventores. Depois da fotografia, que permitia um registro distinto daquele que a pintura podia proporcionar, pois não seria uma interpretação feita pelo pintor e sim uma prova objetiva do real, e do cinema, o qual possibilitou o registro automático e a reprodução de uma imagem em movimento, as técnicas tornaram-se mais complexas e a investigação sobre o automatismo continuou, através de engenheiros e técnicos, até a chegada da televisão e, posteriormente, do cinema digital.

Couchot ainda nos ensina que a criação de formas por projeção ótica exige sempre a presença de um objeto real, pré-existente à imagem. A imagem surge, então, como representação do real. A lógica figurativa cria uma relação particular entre tempo e espaço, tornando-os homogêneos. Para o autor, “representar é passar de um ponto qualquer do espaço em três dimensões a seu análogo em um espaço de duas dimensões.” (COUCHOT, 1993, pgs. 39-40)

No cinema digital, as imagens reais são transformadas em pixels, forma abreviada de *picture elements* ou elementos de imagem, pontos individuais que são combinados para formar uma imagem. A imagem digital é composta de um número finito de elementos, cada com uma localização e valor em particular. De acordo com Oliver Grau, “a estrutura da imagem digital é uma sucessão de feixes de luz e o movimento está na dinâmica dos pixels, na luminância, na intensidade, na metamorfose desses pontos de luz, através de cálculos em tempo real”. (GRAU, 2005, p. 294). Ou ainda, segundo Couchot:

O computador permitia não somente dominar totalmente o ponto de imagem – pixel – como substituí, ao mesmo tempo, o automatismo analógico das técnicas televisuais pelo automatismo calculado, resultante de um tratamento numérico da informação relativa à imagem. A procura do constituinte último da imagem concluía-se com o pixel, ponto de convergência, se pode dizer isso, de duas linhas de investigação tecnológica: uma que procurava o máximo de automatismo calculado, resultante de um tratamento numérico da informação relativa à imagem; outra o domínio completo de seu constituinte mínimo. A imagem é, daí por diante, reduzida a um mosaico, de pontos ordenados, um quadro de números, uma matriz, cada pixel é um permutador minúsculo entre imagem e número, que permite passar da imagem ao número e vice-versa. Ao mesmo tempo, o pixel lançava as técnicas numéricas de figuração numa lógica em total ruptura com a lógica figurativa subjacente à imagem gerada até então pelos procedimentos óticos (ótico-químicos e ótico-eletrônicos). (COUCHOT, 1993, p. 38).

Atualmente, os testes iniciais com a imagem ocorrem ainda durante as filmagens, no próprio *set* de gravação, em um processo de trabalho chamado *daily on set* (diária no *set*), onde um colorista acompanha as gravações das cenas e, após a captação das imagens em câmeras digitais, faz as visualizações e experimentações necessárias para a aprovação da fotografia do filme pelo fotógrafo e diretor de cena. De acordo com o colorista sênior da Casablanca, Marcus Tenchella, “durante o *on set* normalmente não se faz uma cor valendo, uma cor *online* no *set*, não se faz uma correção de cor, um *grading*, até mesmo porque a quantidade material é muito grande. É o material bruto.” (TENCHELLA, 2017). Outros serviços ainda são realizados no *on set* como o armazenamento da imagem filmada, no qual o

material chega a ser triplicado, e o gerenciamento de mídia, onde cada cena captada recebe informações de data, duração e número de *frames*⁴³ por segundo.

As imagens são formadas agora por um conjunto de pontos maleáveis e dinâmicos. Essa flexibilidade dos pixels permite a movimentação e a transformação da imagem, usando *softwares* específicos para esse tipo de trabalho. Cenas são realocadas, sequências ordenadas e narrativas criadas em *fast*⁴⁴ e *slow-motion*⁴⁵. A artista e pesquisadora Katia Maciel ainda sugere que

toda a potencialidade da informação digital (dada pela estocagem maleável de elementos possibilitada pelo uso de vários instrumentos que podem criar alterações infinitas) é utilizada como meio para a realização artística, e não como uma nova estética em si mesma” (MACIEL, 1993, p. 257).

Após o fim das filmagens, acontece uma segunda etapa chamada conformação *on-line*, onde o filme é montado em alta resolução, seguindo uma referência *off-line*⁴⁶ e uma EDL⁴⁷ ou XML⁴⁸ gerados pela empresa produtora. Na era da película existiam departamentos específicos para esse tipo de trabalho, utilizando-se de *softwares* como Avid Media Composer⁴⁹ e Nucoda Film Master⁵⁰. Com a chegada das imagens digitais, esse tipo de trabalho também pode ser realizado no mesmo equipamento onde será realizado o *color grading*. Segundo Britz (2003, p. 40), os montadores hoje usam programas de computadores especiais e trabalham sempre em frente a monitores. Os filmes são então divididos em partes, chamadas rolos, com uma média entre 18 a 20 minutos de duração cada⁵¹. Essa divisão por rolos acontece pelos seguintes motivos:

- a) Facilitar o colorista a localizar cenas;

⁴³ É cada um dos quadros ou imagens fixas que compõem a imagem completa de um produto audiovisual.

⁴⁴ Diminuição da quantidade de frames por segundo da imagem.

⁴⁵ Aumento da quantidade de frames por segundo da imagem.

⁴⁶ Filme em baixa resolução ou resolução menor que a do produto final.

⁴⁷ *Edit decision list*. Um arquivo de texto com o timecode de cada cena usada na edição.

⁴⁸ *Extensible Markup Language*. Linguagem de marcação para criação e leitura de documentos.

⁴⁹ www.avid.com

⁵⁰ www.digitalvision.tv

⁵¹ Os rolos devem, necessariamente, seguir os seguintes timecodes:

Rolo 01 – TC 01 hr – Frame Inicial 86400

Rolo 02 – TC 02 hr – Frame Inicial 172800

Rolo 03 – TC 01 hr – Frame Inicial 259200

Rolo 04 – TC 01 hr – Frame Inicial 345600

Rolo 05 - TC 01 hr – Frame Inicial 432000.

Esses valores representam a metragem do negativo. 86400 frames de negativo equivalem a uma hora.

01 segundo – 24 frames de negativo

01 hora – 86400 frames.

- b) Não sobrecarregar o equipamento, com um filme inteiro em uma mesma timeline,
 c) Segurança, caso existam problemas no armazenamento (HD) do equipamento. Perde-se um rolo, mas não o filme inteiro.
 d) Caso haja a necessidade de uma transferência para película, os rolos prontos têm a metragem e o tempo necessários para preencher uma lata virgem de negativo.

Figura 01 – Módulo de conformação. Autodesk Lustre

Event	Reel Name	Transition	Source In	Source Out	Record In	Record Out	KeyCode Start	KeyCode End	Media
1	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:00:02	00:00:00:00	00:00:00:01			Linked
2	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:05:08	00:00:00:01	00:00:05:08			Linked
3	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:05:08	00:00:05:08	00:00:10:15			Linked
4	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:11:11	00:00:10:15	00:00:12:00			Linked
5	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:02:19	00:00:12:00	00:00:14:18			Linked
6	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:01:06	00:00:14:18	00:00:15:23			Linked
7	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:01:06	00:00:15:23	00:00:17:03			Linked
8	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:05:08	00:00:17:03	00:00:22:10			Linked
9	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:05:08	00:00:22:10	00:00:27:17			Linked
10	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:05:08	00:00:27:17	00:00:32:24			Linked
11	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:05:08	00:00:32:24	00:00:38:06			Linked
12	REEL01	Cut	00:00:05:07	00:00:05:08	00:00:38:06	00:00:38:07			Linked
13	REEL01	Cut	00:00:03:20	00:00:03:21	00:00:38:07	00:00:38:08			Linked
14	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:00:02	00:00:38:08	00:00:38:09			Linked
15	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:01:40:01	00:00:38:09	00:02:18:09			Linked
16	REEL01	Cut	00:00:00:02	00:00:00:03	00:02:18:09	00:02:18:10			Linked
17	REEL01	Cut	00:00:00:01	00:00:00:05	00:02:18:10	00:02:18:14			Linked
18	REEL01	Cut	09:36:00:00	09:36:00:04	00:02:18:14	00:02:18:18			Need Match

Fonte: <http://help.autodesk.com/view/LUSTRE/2018/ENU/?guid=GUID-9097C616-88D0-4A5E-8CDD-76BBC50C9973>

Com a conformação finalizada, tem início a terceira fase do processo de *grading* que é o armazenamento do material filmado, já montado na resolução que será exibido⁵², mas ainda sem o tratamento de cor. Os rolos são então exportados para máquinas específicas de armazenagem, discos externos ou fitas LTO⁵³, onde serão guardadas até o final dos trabalhos, com o filme pronto e exportado para exibição. Para Machado:

As memórias de acesso aleatório dos computadores, bem como os dispositivos de armazenamento não lineares (disquetes, discos rígidos, CD-ROMs, CDIs, laserdiscs), possibilitam uma recuperação interativa dos dados armazenados, ou seja, permitem que o processo de leitura seja cumprido

⁵² Normalmente 2048x1248 para película.

Para DCI existem variações:

Resolução 2K – 1.85 = 1998 x 1080

Resolução 2K – 2.30 = 2048 x 858

Resolução 2K – 1.89 = 2048 x 1080

Resolução 4K – 1.85 = 3996 x 2160

Resolução 4K – 2.39 = 4096 x 1716

Resolução 4K – 1.89 = 4096 x 2160

⁵³ *Linear tape open*. É uma tecnologia de armazenamento de dados em fita magnética e que pode armazenar até 6 terabytes de dados.

como um “percurso”, definido pelo leitor-operador, ao longo de um universo textual em que todos os elementos são dados de forma simultânea. 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. (MACHADO, 1993, p. 226).

Com as tecnologias digitais, há uma mudança radical na forma de representação e também nas formas de intervenção e tratamento de uma imagem. Os *softwares* permitem a alteração das matizes, luminâncias e saturações – em diferentes áreas - daquilo que foi captado nos sets de filmagem. Canetas digitalizadoras funcionam como pincéis, possibilitando verdadeiras pinturas nas imagens. Arlindo Machado refere-se abaixo à imagem eletrônica, mas podemos, com certeza, aplicar os mesmos conceitos à digital:

Se há algo que marca profundamente essa imagem é a sua extraordinária capacidade de metamorfose: ela está sujeita a todas as transformações, a todas anamorfoses e a todas as distorções, bastando para isso alguns ajustes de circuitos. Pode-se nela intervir infinitamente, subverter os seus valores cromáticos ou os seus níveis de luminância, recortar suas figuras e inseri-las umas dentro das outras, gerando paisagens híbridas e exóticas, a meio caminho entre o surrealismo e a abstração. (MACHADO, 2011, p. 222)

Um exemplo dessa capacidade de metamorfose da imagem digital está na terceira fase do processo de *color grading*, que é o próprio tratamento das cores do filme pelo colorista. Machado sugere um retorno à pintura e às artes plásticas, pois a imagem eletrônica (e agora também a digital) pode ser trabalhada como um conjunto de formas e cores, que se pode moldar e alterar de inúmeras formas, e assim recuperar a visualidade da arte contemporânea para as mídias de massa, como o cinema em nosso caso. (MACHADO, 2011, p. 222).

Cada colorista tem seu próprio método de trabalho, mas de uma maneira geral, a maioria segue o mesmo percurso para alcançar o projeto cromático desejado. De acordo com o colorista Ely Silva, responsável por filmes como *O Contador de Histórias* (Luís Villaça, 2009) e *Getúlio Vargas* (João Jardim, 2014), há três níveis de intervenção em uma imagem:

O primeiro deles, claro, é a parte de correção de cor. Ela tem dois níveis: um é o nível técnico. Então câmeras com problemas de *balance*⁵⁴, diferenças de *balances* de captação, de exposição e sensibilidade devem ser equilibrados e

⁵⁴ Problema de *balance*, ou balanceamento, significa que há distorções entre os canais de cor da imagem. Por exemplo mais verde, menos vermelho.

colocados dentro de um *range*⁵⁵ bonito e tecnicamente correto. O segundo nível é o artístico. Nele é preciso desenvolver texturas e *looks*⁵⁶ do filme que a imagem esteja pedindo ou que funcione para aquela imagem. (...) O terceiro nível é o da texturização, por conta da multiplicidade de ferramentas, de câmeras com suas texturas e características de imagem. É muito comum haver captado com película e com câmeras de texturas diferentes, como Alexa, RED e Canon. A texturização é fascinante e com as ferramentas disponíveis hoje é possível interferir de maneira drástica nisso, usando diversas aplicações⁵⁷. (SILVA, 2017)

Para demonstrarmos e explicarmos os diferentes níveis de tratamento da imagem expostos por Ely Silva, elegemos o *software* Lustre, uma vez que esse equipamento foi utilizado nos filmes em que iremos estudar em nossa dissertação. Para tanto, partiremos dos meus conhecimentos nesse sistema, das informações contidas no site da Autodesk e, principalmente, no texto de Ana Claudia Oliveira que expôs em sua pesquisa sobre a direção de fotografia na era da intermediação digital (2004, p. 24) as diferentes etapas do tratamento da imagem, mas utilizando um sistema Da Vinci. Não temos o objetivo de nos aprofundar tanto sobre os instrumentos do Lustre, pois explicações mais técnicas e detalhadas podem ser encontradas em manuais de utilização dos *softwares*.

De acordo Oliveira, as correções primárias são aquelas que afetam a imagem por completo. O primeiro passo é um ajuste geral, um ajuste mais técnico, cujo objetivo é corrigir problemas no balanceamento das câmeras ou na fotografia.

No caso do Lustre, pode-se realizar as correções primárias nos *Color Wheels*. Dentro das *Color Wheels* é possível fazer ajustes separadamente em três zonas de cor: *Lift* (baixas luzes), *Gamma* (médias) e *Gain* (altas luzes). Em um gráfico circular, *Color Balance*, podemos corrigir desvios de cor presentes em qualquer uma dessas zonas.

⁵⁵ *Range*, tecnicamente, é a razão entre o valor mais claro e o mais escuro de uma imagem ou o quanto você pode trabalhar na imagem sem ultrapassar os valores corretos.

⁵⁶ *Look* é a imagem, a aparência, o estilo visual de um filme.

⁵⁷ <http://www.panoramaaudiovisual.com.br/2011-03-mergulhado-nas-cores-7408>

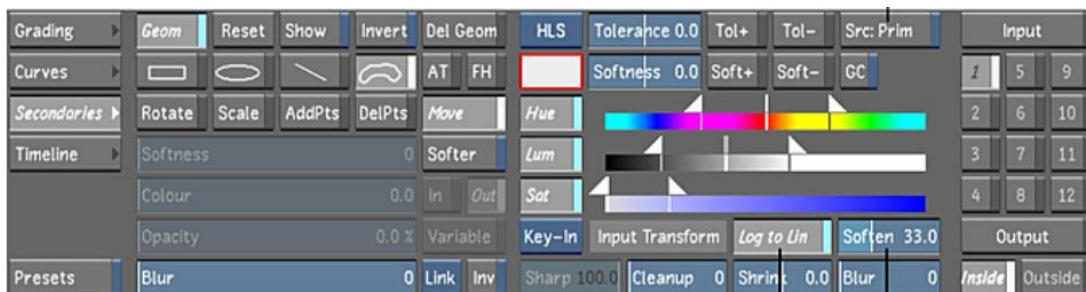
Figura 02 – Cores Primárias. Autodesk Lustre



Fonte: <http://help.autodesk.com/view/LUSTRE/2018/ENU/?guid=GUID-D7648906-8805-4E43-94F3-47C5512BEBE7>

Na segunda etapa, nas chamadas correções secundárias, o trabalho é mais detalhado e artístico. A manipulação afeta apenas uma parte ou elemento selecionado da imagem. O surgimento das secundárias foi o principal diferencial do tratamento digital da cor, como nos aponta Misek (2010, p. 158). O Lustre oferece dois instrumentos de seleção. Uma delas é a máscara de seleção, com formas geométricas pré-definidas ou desenhadas através de pontos de contorno. São utilizadas para separar objetos, desfocar cenas com profundidades de campo e para criar vinhetas⁵⁸ que desviam o olhar do espectador para áreas de interesse da imagem. É também possível manipular partes da imagem cinematográfica através do *keyer*⁵⁹ HSL (hue/saturation/luminance ou matiz/saturação/luminância). Com essa ferramenta é possível selecionar e ajustar a cor, saturação ou luminância de uma imagem. É usada para ajustes específicos nas tonalidades de pele, ou para alterar a cor do céu, vegetação ou qualquer outra região específica.

Figura 03 – Cores Secundárias. Autodesk Lustre



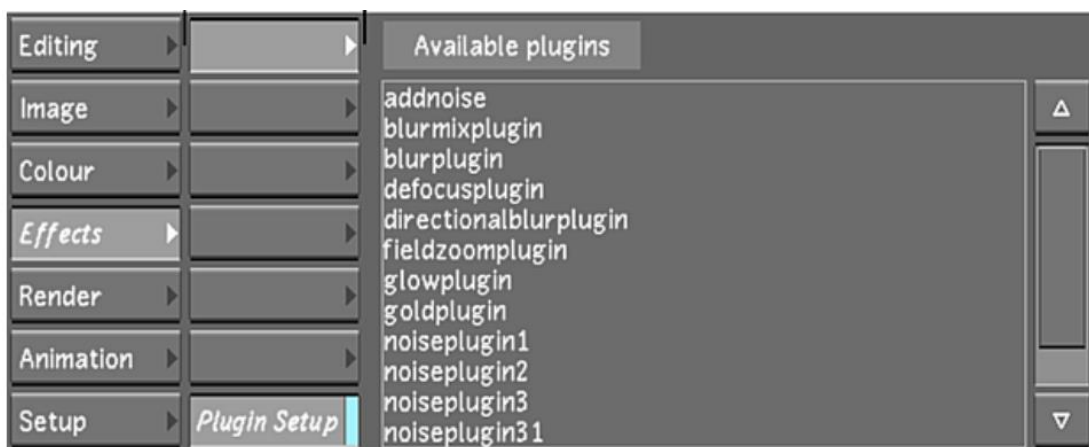
Fonte: <http://help.autodesk.com/view/LUSTRE/2018/ENU/?guid=GUID-4A754A6D-3CF0-49AA-90BE-EC03881581B6>

⁵⁸ Áreas selecionadas em uma imagem através de uma máscara. O interior da máscara, região mais importante e onde deve estar a atenção do espectador, fica com a cor original e o exterior, sem tanta importância, desfocado ou com brilho diminuído.

⁵⁹ Keyer é a seleção de imagem através de determinados parâmetros como matiz, saturação ou luminância.

No terceiro nível, acontece a texturização da imagem, em decorrência da variedade de câmeras e com texturas de imagem diferentes. Hoje em dia é comum uma produção cinematográfica contar com várias câmeras para captação de imagem, como Alexa, Red e Canon. Devido a essas diferenças nas características da imagem, o Lustre apresenta um módulo de efeitos onde existem várias ferramentas destinadas a ajustes de grão, pixel e canais de cor.

Figura 04 – Efeitos. Autodesk Lustre



Fonte: <http://help.autodesk.com/view/LUSTRE/2018/ENU/?guid=GUID-4B57DDFB-DD89-4AFB-B90A-19F446458C32>

No fim do tratamento de cor, acontece o ajuste fino, uma aproximação cromática entre cenas distantes para que não haja uma discrepância de cores no filme. Para tanto, usa-se a galeria de imagens *still*. O colorista pode adicionar *frames* de cenas tratadas, com todos os *presets* usados no *grading*, catalogando as correções já feitas ao longo do filme. Esses *stills* servem para copiar e colar a cor de uma cena em outra. Servem também como referência na hora de corrigir novos planos do filme.

Sem dúvida, a tecnologia digital torna a intervenção mais livre, uma vez que a captação e a manipulação falam a mesma língua binária. O tratamento artístico é facilitado graças às inúmeras ferramentas digitais. Parente corrobora nossa afirmação ao dizer que

O interessante nos processos de digitalização da imagem é que, ao fazer desaparecer o suporte, ela torna a imagem puramente processual. E seu processo de modelagem não acaba nunca: começa desde o momento da produção da imagem, que depois vai ser remodelada na pós-produção, ou seja, editando, montando, reenquadrando, mudando as cores, colocando som,

e vai haver outra remodelagem no momento da visualização. (PARENTE, 1999, p. 6).

Em paralelo ao tratamento de cor digital, outros trabalhos acontecem. Cabe ao colorista inserir os efeitos especiais, realizados na mesma empresa ou terceirizados, checar sua qualidade junto ao supervisor de pós-produção, copiar a cor usada na cena e checá-la para que não exista diferença de matiz, saturação ou brilho. Além dos efeitos, o colorista ou seu assistente também devem encaixar as cartelas de patrocínio, os letreiros de abertura e os créditos finais e apresentá-los ao produtor de finalização do filme, profissional contratado para acompanhar toda a pós-produção do longa-metragem.

Um outro trabalho realizado pelo colorista é a checagem com o áudio guia⁶⁰ e a geração de um copião, ou seja, uma cópia em baixa resolução do filme já colorizado, com todos os efeitos, cartelas, letreiros e créditos finais inseridos. Esse copião será a referência para a produção do áudio final da obra, com correções de ruídos, efeitos de som e trilha sonora. Assim como os efeitos digitais, o áudio pode ser produzido na mesma empresa finalizadora ou em algum estúdio contratado para esse tipo de trabalho. Quando o áudio estiver pronto, é importado para dentro do sistema onde estiver sendo realizado o *color grading* e encaixado no filme. Mais uma vez o filme com o áudio oficial é mostrado ao produtor de finalização antes da apresentação final.

Enfim, quando o filme está finalizado, com todas as cenas com tratamento de cor, efeitos especiais, cartelas de patrocínio, letreiro com créditos iniciais, rotativo final⁶¹ e áudio encaixados, o diretor de cena, o produtor executivo, o fotógrafo e o supervisor de pós-produção são convidados para assistir a obra. Durante a tensão da apresentação, podem ocorrer as pequenas ou grandes modificações sugeridas pelo diretor ou produtor do filme. Uma vez aprovado, sem qualquer alteração, o filme é então exportado para uma matriz e, a partir dela, são gerados outros produtos, seja uma transmissão para a internet, uma transferência para película, caso seja um filme de restauração ou DCP, se for um filme comercial. De acordo com Machado,

No caso das artes industriais (como a fotografia, o cinema, a música concreta ou eletrônica, as artes gráficas etc), a possibilidade técnica de reprodução é condição fundante da própria produção. O que se guarda em algum lugar não é mais um “original”, mas uma matriz técnica, um molde ou modelo (por

⁶⁰ Áudio off-line gerado pela produtora realizadora do filme apenas como guia para conformação.

⁶¹ Também conhecido como roll, são as informações e créditos das empresas e profissionais que trabalharam na obra cinematográfica.

exemplo: o negativo ou máster), de onde sairão as reproduções, estas sim – e apenas elas – destinadas à fruição massiva. Benjamin, como se sabe, vislumbrou uma função crítica no fato da reprodutibilidade das artes industriais: ela permitiria subverter o fundamento teológico das Belas Artes e de toda cultura do passado, substituindo-o por valores transitórios dados pela história política. (MACHADO, 1996, p. 17)

O cinema sempre esteve ligado à tecnologia. Seu desenvolvimento através dos tempos esteve relacionado ao aperfeiçoamento das técnicas e equipamentos. O estabelecimento do digital trouxe consigo inúmeras mudanças em toda cadeia fílmica. Especificamente, o processo de *color grading* alterou de forma contundente o fluxo de trabalho e a forma como as imagens são refinadas. Agora, abordaremos o trabalho do profissional responsável pelo tratamento das imagens: o colorista.

1.3 O colorista

De acordo com o diretor de fotografia Edgar Moura (2016, p. 56), colorista é quem “marca a luz” de um filme. Alexis Von Huckerman (2014, p. 12), por sua vez, extrapola o conceito acadêmico ao afirmar que os coloristas são os *rocks stars* da pós-produção.

Há um consenso entre os diversos profissionais entrevistados para essa dissertação, como Marco Oliveira, Marcus Tenchella, Letícia Blanco, Luan Monteiro, Ely Silva e Gigio Pelosi, que o trabalho do colorista é normalmente realizado, dependendo do projeto, com a maior ou menor participação de produtores executivos, diretores de cena e diretores de fotografia. De acordo com as entrevistas, notamos aqui duas tendências opostas, e às vezes veladas, durante o processo de *color grading*. Por um lado, uma maior atuação dos fotógrafos, resultando em filmes com um maior trabalho artístico e uma maior preocupação com o refinamento da imagem. Por outro, há uma maior interferência de produtores nas obras cinematográficas sucedendo em filmes sem tantas sombras, contrastes e volumes. Busca-se a minimização do tempo na sala de tratamento de cor e, ao mesmo tempo, uma imagem simples e já conhecida pelo espectador.

O colorista segue, de uma maneira geral, um determinado procedimento operacional e artístico. Conforme a professora e artista plástica Sandra Rey (2002, p. 124), identificamos na criação da obra de arte (e também no tratamento de cor da obra cinematográfica), três níveis que se entrelaçam de forma mais ou menos perceptível.

Um primeiro nível acontece ainda no pensamento e apresenta-se na forma de idéias, que se transformam em rascunhos, anotações improvisadas ou em projetos mais elaborados,

que poderão, ou não, se concretizar em obras (Rey, 2002, p. 124). Podemos identificar essa primeira dimensão nos *briefings*⁶² de produtores, fotógrafos e diretores aos coloristas e nas primeiras pesquisas de referências para a criação da imagem de um filme.

De acordo com o colorista Marco Oliveira (2017), para ser colorista é necessário um repertório cultural variado. O profissional deve ser “viciado” em imagens, buscar referências em museus, livros, revistas, no trabalho de algum determinado fotógrafo, na programação da televisão e, fundamentalmente, assistir qualquer tipo de filmes para justamente ter o critério daquilo que é bom ou ruim. Ainda segundo Oliveira, a pesquisa e a utilização de referências é extremamente comum para quem trabalha com publicidade ou entretenimento.

A também colorista Letícia Blanco concorda com Oliveira ao afirmar que o profissional que trabalha com cores deve assistir filmes, observar, não apenas referências de cinema, mas também aquilo que está no Youtube, na televisão, entender a “estética” dos filmes antigos, a “estética” de cada época e independente de estar fazendo um filme, essa pesquisa deve ser constante. (BLANCO, 2017).

De acordo com Rey, o segundo nível é a dimensão prática, com o estabelecimento de interfaces com os sistemas tecnológicos e os procedimentos técnicos e/ou operacionais para a criação da obra. (Rey, 2002, p. 124). É o próprio tratamento de cor de um filme. É através dos *hardwares* e *softwares* de tratamento de cor digital que os coloristas engendram seu poder criador e depurador. Os diversos aplicativos, bem como as canetas digitalizadoras e mesas de manipulação cromática podem ser entendidas como a interface entre o homem e a imagem, entre o colorista e a cena a ser modificada. O *color grading*, enquanto um processo de correção e depuração da imagem, propõe um jogo entre o fazer manual e automatizado.

Tenchella (2017) expõe sua forma de trabalho. Inicialmente, analisa o filme junto com o cliente, realizando testes com as cores que podem ser usadas em determinadas sequências, para, em um segundo momento, trabalhar sozinho no tratamento da obra. Por fim, o diretor de fotografia e o de cena se juntam a ele para uma revisão da obra.

E no trabalho de correção de cor tem dois aspectos. Um deles é o aspecto técnico e o outro é o aspecto mais artístico. Um deles é igualar diferenças de câmeras, de *take*⁶³, de pontos de filmagem, de *closes* e diálogos ou coisas assim... porque uma externa⁶⁴ nem sempre é no mesmo horário, então você tem várias diferenças de sol, de luz, de ponto de corte, de momento do dia.

⁶² Passar informações e instruções objetivas sobre o trabalho a ser executado.

⁶³ *Take* ou tomada é tudo que é registrado pela câmera desde o momento em que ela é ligada até o momento em que ela é “pausada” ou desligada.

⁶⁴ Cenas filmadas em ambientes abertos.

Então o trabalho mais técnico é igualar essas diferenças, para que as pessoas não percebam que é essa montagem de momentos diferentes de uma cena. Na segunda parte você vem com a proposta mais artística que é a intenção de um *look*, um direcionamento de paleta de cor e estética. Então eu faço essa primeira passagem para deixar o filme mais pronto o possível e depois vem o diretor de fotografia junto com o diretor, às vezes varia um pouco, porque algumas vezes o diretor de fotografia gosta de repassar e revisar antes de apresentar o filme ao diretor. (TENCHELLA, 2017).

É durante essa fase de intensa criação artística por parte do colorista que acontecem as intervenções e pedidos por parte dos fotógrafos, diretores e produtores, cada qual visando seus respectivos interesses. De acordo com o colorista Gigio Pelosi (2017), em filmes mais “autorais” quem escolhe a cor é o diretor de cena e o fotógrafo. Já em filmes com grandes investimentos financeiros, o produtor buscará um maior controle da obra e terá um peso maior na escolha do projeto cromático “porém ainda vai se respeitar os conceitos que os diretores estabeleceram na pré-produção, durante a filmagem [...]”.

O também colorista Luan Monteiro, responsável pelas cores das obras cinematográficas *Muito Além do Peso* (Estela Renner, 2012) e *Não Pare na Pista* (Daniel Augusto, 2014), argumenta que invariavelmente existem mudanças no projeto cromático de um longa-metragem. Em sua opinião há três caminhos possíveis durante o processo de *color grading*: o da dupla produtor/diretor, o do diretor de fotografia e o do colorista, quando este ganha liberdade criativa. Conforme nos explica Monteiro:

O fotógrafo tende a ter o trabalho da imagem com a fotografia que ele desenhou. Ele vai aprender a gostar de contrastes. Regiões pretas são regiões pretas. Marcas escuras nos olhos em ator fazem parte daquilo que foi fotografado. Enquanto que o diretor e o produtor querem sempre ver o produto dele. Não são todos os diretores, não vamos generalizar, mas o que quer dizer isso? “Olha, meu ator tem que aparecer”, “Isso aí tem que ficar mais claro”, “mete brilho aí”, “Sobe tudo, escurece não, bota máscara ali”. Essa é a tendência. Então, no geral, são muito raros os filmes em que você de fato tem uma sinergia total entre diretor, fotógrafo e produtor. Em outros casos é até interessante porque a gente ganha uma liberdade criativa, aquilo que a gente propõe, às vezes, acaba sendo a terceira, quarta via daquilo que havia sido programado e segue-se com aquilo. (MONTEIRO, 2017).

Já para Tenchella (2017), o seu trabalho é artístico quando ele tem a liberdade de realizar, de fazer exatamente da sua maneira, aquilo o que foi pedido pelo diretor de fotografia ou pelo diretor de cena. Segundo o colorista, o trabalho deixa de ser autoral e passa a ser mecanizado em duas ocasiões, quando é conduzido pelo diretor ou fotógrafo, pois não concordaram com determinada marcação de cor do filme ou no momento em que sofre

alterações e interferências devido a motivações comerciais. Tenchella cita algumas formas de intervenção, ainda mais radicais, acontecidas durante o *grading* de uma comédia:

“Ah, isso precisa ser de tal forma, porque de outra forma jamais será aprovado. Já cheguei a entregar um filme e o produtor, chegar e falar “não”. Veio para assistir e ele não gostou. “Era para ser uma comédia e ponto final. Não me interessam essas pequenas nuances que vocês colocaram, acho que isso não vende, acho que isso não pode ser assim”. E acaba a gente mexendo no filme de novo. (TENCHELLA, 2017).

Rey (2002, p. 124) aponta que em um terceiro nível do procedimento artístico, o artista e a obra conectam-se com tudo o que diz respeito ao conhecimento, ao meio e à época em que se encontram. Dessa forma, estabelecem-se ligações entre as mais variadas manifestações da cultura de um determinado período. Nas palavras da artista e professora, “a obra em processo de formação insere-se de maneira específica, algumas vezes peculiar, numa discussão proposta pela produção contemporânea e/ou história da arte”. (REY, 2002, p. 124).

Os coloristas e suas obras acabam recebendo a influência do meio e da época durante a realização de seus trabalhos. Misek assinala que na década de 1990, na transição entre a película e o digital, os produtos audiovisuais analógicos buscavam elementos da nascente cultura digital para não parecerem obsoletos. Uma das opções era emular a cor digital. *Matrix* (*The Matrix*, Andy e Larry Wachowski, 1999) parece ser um filme essencialmente digital. Seu tema é a própria digitalidade, dramatizada nos esforços de um grupo de humanos vivendo no mundo “real” para destruir o mundo “simulado” da *Matrix*. Uma importante característica dos primórdios da cultura digital e do filme *Matrix* é o seu verde, associado às primeiras telas de programação com as fontes verdes. “Ainda que, diegeticamente, o digital simule o físico, no que diz respeito à produção do filme, o físico na verdade simulou o digital”⁶⁵. (MISEK, 2010, p. 161, tradução própria).

O professor e diretor de arte Felipe Muanis argumenta que há uma estética mundializada e desterritorializada, atuando sobre os produtos audiovisuais da sociedade contemporânea, como a publicidade e o cinema, que também se influenciam respectivamente, ambos criando seu próprio modelol em uma cultura globalizada. (MUANIS, 2014, p. 26). Se a publicidade adota a metodologia e o modelo de produção cinematográfico, o cinema utiliza a narrativa fragmentada e as cores fortes da publicidade.

⁶⁵ Yet thought, diegetically, digital simulates physical, in terms of the film’s production, physical in fact simulated digital..

Ainda de acordo com Muanis (2014, p. 29-30), a cinematografia nacional, após os desmandos do governo Collor, a partir dos anos 1990, começa a utilizar as mesmas tecnologias usadas nas produções publicitárias: a edição não linear, o telecine e a correção de cor. Diretores e outros profissionais da publicidade passam a fazer cinema também. Na primeira década de 2000, obras como *O Invasor* (Beto Brant, 2002), *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles e Kátia Lund, 2002), *Redentor* (Cláudio Torres, 2004), demonstram essa mistura de referências entre o cinema clássico e outras formas de audiovisual, com cores hiper-reais e grãos cada vez mais acentuados pelo tratamento digital. Para o autor, “*Cidade de Deus* tem a estilística audiovisual de sua época, o que certamente explica a insistência de alguns em classificar o filme apressada e superficialmente, como uma estética publicitária.” (MUANIS, 2014, p. 252).

O trabalho do colorista passa também a incorporar elementos da cultura visual dominante no Brasil, a televisão. Para Ismail Xavier (apud BUTCHER, 2006, p. 67), a influência televisiva já se fazia presente na época da Embrafilme, notadamente em *Dona Flor e seus dois maridos* (Bruno Barreto, 1976), uma co-produção da TV Globo através do ICB (Instituto de Cinema Brasileiro), e aparecerá de forma mais ou menos frequente no cinema brasileiro desde então. A partir dos anos 1990, antes mesmo da criação da Globo Filmes, diversos cineastas, fotógrafos e coloristas brasileiros adotam como referência de imagem o modelo audiovisual estabelecido pela Rede Globo. Obras como *Carlota Joaquina* (Carla Camuratti, 1995) e *Pequeno dicionário amoroso* (Sandra Werneck, 1997), possuem cortes, enquadramentos e até o projeto cromático com influência “televisiva”.

A entrada de um poderoso agente financeiro no setor cinematográfico em 1998, a Globo Filmes, alterou o cenário audiovisual em seus diferentes aspectos - produção, distribuição e exibição - assim como modificou elementos inerentes a uma obra cinematográfica como a estrutura narrativa e o projeto cromático de seus filmes, provocando uma maior aproximação entre os meios televisivos e cinematográficos. Diretores de cinema, que também atuavam na dramaturgia da TV Globo, retornaram à produção fílmica, como José Alvarenga (*Cilada.com*, 2011), Maurício Farias (*A Grande Família*, 2007), Hugo Carvana (*Casa da Mãe Joana*, 2008) e Daniel Filho (*Se Eu Fosse Você* 2006 e 2009), levando para o cinema os planos, luzes e cores costumeiramente identificados como “televisivos”.

Daniel Filho afirmava que pretendia dotar o cinema de uma linguagem mais *pop* em oposição ao que ele chamava de uma linguagem mais *cult*. Tal intenção explicitava a necessidade de buscar outras estratégias comunicativas e estéticas para os filmes nacionais, a fim de que eles fossem

melhores aceitos por um público já acostumado à linguagem televisiva. (ROSSINI, 2014, p.27-28, grifos da autora).

A aceitação do público por uma determinada obra é conseguida através da criação de elementos que gerem cumplicidade e simpatia entre o espectador e a produção. No caso das comédias da Globo Filmes, essa cumplicidade ocorre pois o espectador já é familiarizado com a linguagem “televisiva” desses filmes, os planos fechados, cenas curtas e o projeto cromático com cores e brilhos fortes. Há uma familiaridade que garante a aceitação e o sucesso da obra cinematográfica.

Essa mudança na estilística visual decorre também da necessidade de reproduzir os produtos cinematográficos da Globo Filmes em outras plataformas, como na própria televisão, dentro da grade da emissora, ou em *smartphones* e *tablets*. De acordo com Sangion (2012, p. 04), a mudança cultural pela qual passa o cinema brasileiro hoje ocorre em relação às novas plataformas de reprodução, e principalmente à televisão, “quando os filmes assumem uma estética e uma linguagem inerente muito mais à televisão do que ao padrão cinematográfico tradicional”.

José Augusto de Blasiis sustenta que atualmente não se fala mais em cinema, TV e publicidade, mas em uma produção audiovisual, que passou a ter variedades e uniformidades, em decorrência do surgimento dos dispositivos móveis, e também *sites* de vídeos e filmes na internet como YouTube e Netflix, canais *on demand*⁶⁶ e do OTT⁶⁷. A própria TV Globo estreia no GloboPlay⁶⁸ algumas produções audiovisuais antes mesmo de lança-la na televisão, como a série *Mister Brau* (Jorge Furtado, 2015) ou o capítulo zero da novela *Totalmente Demais* (Luiz Henrique Rios, 2015).

De acordo com o pesquisador Henry Jenkins, essa migração entre conteúdos é conhecida como “cultura da convergência”. Esta envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação, que reorganiza o campo cultural. Jenkins ainda assinala que a cultura da convergência é um fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos. A partir disso, consumidores são incentivados a procurar experiências de entretenimento e fazer conexões em conteúdos midiáticos dispersos (Jenkins, 2011, p. 29). O autor argumenta que “a convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual

⁶⁶ Vídeo sob demanda.

⁶⁷ Aparelho que possibilita navegar na internet e acessar canais de streaming.

⁶⁸ <https://globoplay.globo.com>. Plataforma digital de *streaming* de vídeos sob demanda desenvolvida pela Rede Globo, que teve o seu lançamento em 26 de outubro de 2015.

a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento”. (JENKINS, 2011, p. 43).

É no decorrer da pós-produção que o colorista, em conjunto com o diretor, fotógrafo ou o produtor executivo independente, criará, através da tecnologia digital, dos *hardwares* e *softwares* de tratamento de cor, os projetos cromáticos para obras cinematográfica, em nosso caso especial, as comédias voltadas para um público amplo e que serão exibidas em plataformas distintas, tanto em salas de exibição tradicionais, quanto transmitidas pela televisão ou internet para serem assistidas em *smartphones* e *tablets*. Existe então a necessidade de uma determinada “estilística visual” que seja agradável, voltada para o grande público e que, ao mesmo tempo, atenda a todos esses suportes.

2 AS CORES DAS COMÉDIAS

Ao assistirmos uma seleção de comédias nacionais, coproduzidas pela Globo Filmes em parceria com produtoras independentes, entre 2005 e 2015, e que obtiveram mais de um milhão de espetadores, percebemos, à primeira vista, que essas obras cinematográficas possuem uma estilística visual semelhante, com cores naturalistas e coloridas, visando o grande público e a exibição em plataformas diferentes.

Para conceituarmos e analisarmos esse projeto cromático nos apoiamos, inicialmente, na obra de Marcos Ubaldo Palmer, *Cor e Significado no Cinema: Produção de sentido no filme 'A Invenção de Hugo Cabret'* (2015). Baseando-se nos estudos sobre a narrativa cinematográfica de Christian Metz, Palmer propõe três formas de utilização das cores em filmes. A primeira seria a *cor imagem* ou *imagem cor*, representada pela própria cor, como uma tela em branco ocupando toda tela, como em *Ensaio sobre a Cegueira* (*Blindness*, Fernando Meireles, 2008). Outra, a *cor descritiva*, quando a cor faz parte do filme sem relação direta com a ação, e é visível sem se conectar a um sentido específico, presente na maioria dos filmes. Por fim, a *cor narrativa*, aquela que apresenta função diretamente associada a uma ação ou personagem, que diferencia tempo e espaço dentro de um filme, gera sensações físicas e psicológicas, ornamenta uma obra e distingue um gênero cinematográfico de outro. Aqui o autor cita *Matrix* (*The Matrix*, Andy e Larry Wachowsk, 1999) e o *Aviador* (*The Aviator*, Martin Scorsese, 2004), como exemplos de uso da cor narrativa. (PALMER, 2015, p. 144, grifos nossos).

Partindo dessa concepção de Palmer, apresentamos três formas de aplicação das cores em obras cinematográficas, mas que são mais apropriadas às comédias. A primeira seria a cor *still*⁶⁹ - em associação a cor imagem ou imagem cor. A segunda, o *naturalismo* - relacionado à cor descritiva. Por fim, a terceira forma de aplicação seria o *colorido* - ligado à cor narrativa. (Grifos nossos).

Nas comédias da Globo Filmes, determinadas aplicações cromáticas são recorrentes: o naturalismo e o colorido. A partir disso, criamos o termo “*naturalismo colorido*” para conceituarmos a estilística visual dessas obras. Optamos pelo termo “naturalismo” como uma variação do “realismo”, conceito mais frequente nos estudos cinematográficos. De acordo com o crítico André Bazin, por exemplo, o cinema teria uma “vocação realista”, baseada na

⁶⁹ *Still* é um termo usado na montagem cinematográfica e no processo de *color grading*, para uma imagem/fotograma do próprio filme ou um sólido, com cor específica.

ideia na qual o cinema deve ser uma representação completa da “realidade”, uma restituição integral do mundo exterior, com relevo, som e cor. (BAZIN, 1991). O naturalismo, presente nos filmes, mas sem uma função específica, ocorre principalmente nos tons de pele e tem o objetivo de causar no espectador familiaridade e naturalidade em relação àquilo que está sendo apresentado na tela.

Já o “colorido” vem de *il colore*, na definição da pintura renascentista (LICHTENSTEIN, 2004, p. 11). Há aqui um entendimento sobre a importância da cor e seu alcance em uma obra cinematográfica. O colorido se caracteriza pelo excesso de matizes em cenários e figurinos, e no aumento da saturação e do brilho – para atenuar ou eliminar as áreas escuras – durante o *color grading*. Possui diversas funções como caracterizar o gênero cômico, criar ambientações, distinguir personagens, provocar sensações de felicidade riqueza e deixar a história mais agradável e atraente aos espectadores.

Para analisarmos essa composição cromática das comédias nacionais deveremos, à princípio, mapear algumas das teorias das cores, demonstrar suas dimensões físicas bem como os significados de determinadas cores, dentro da cultura ocidental contemporânea. Investigaremos também as duas tendências cromáticas, o naturalismo e o colorido, que se desenvolveram paralelamente ao longo da história do cinema. Pesquisaremos a busca por cores naturalistas através da própria cinematografia e suas motivações ideológicas, tecnológicas e econômicas. Por fim, estudaremos o colorido, o excesso de matizes, brilhos e saturações, sua relação com a comédia e seu uso como um elemento que serve tanto a ornamentação da obra quanto à própria narrativa.

2.1 Sobre as cores

Vamos utilizar nesse texto o conceito de cor do pintor e pesquisador Israel Pedrosa. De acordo com Pedrosa, a palavra cor designa a sensação cromática, como o estímulo que a provoca, que pode ser da luz direta ou do pigmento capaz de refleti-la. À rigor, esse estímulo chama-se matiz e a sensação provocada por ele é que denomina-se cor. (PEDROSA, 2008, p. 20).

O estudo da cor, sua origem e funções despertou o interesse de filósofos, cientistas, escritores e artistas em sucessivas épocas. Nosso objetivo nesse subcapítulo não é um estudo aprofundado das diversas teorias da cor estabelecidas ao longo da história e, sim, apresentar um breve panorama das pesquisas sobre as cores, sua natureza e suas características.

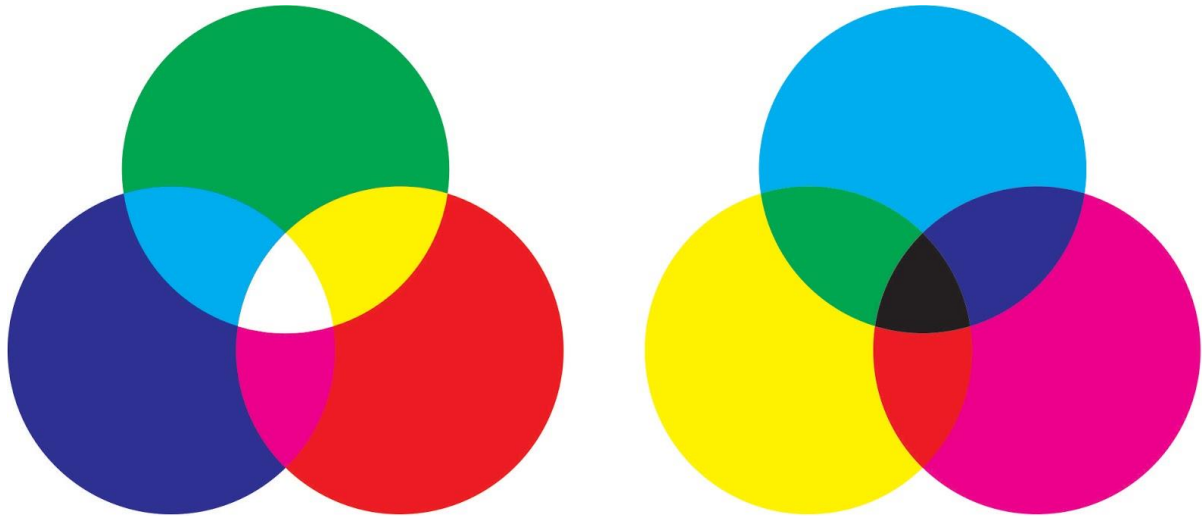
Na Grécia antiga, Aristóteles foi um dos primeiros a se interessar pelo universo da cor. Na concepção do filósofo, objetos emanavam cores e era graças a elas que as coisas eram visíveis. (TUGNY, 2010). Já no Renascimento, o humanista, poeta, matemático, arquiteto e pintor Leon Battisti Alberti definiu o vermelho, verde e azul como as cores fundamentais que dariam origem a todas as outras. Dois séculos depois, em 1666, Isaac Newton, comprovou que a luz do sol, ao passar por um prisma, era decomposta em sete cores diferentes: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, ciano e violeta. Newton ainda comprovou que as três cores básicas definidas por Alberti, quando combinadas, formavam as restantes (PEDROSA, 2008, p. 25-28). No século XIX, Johann Wolfgang Goethe reprova em Newton seu caráter especulativo. O poeta não queria determinar a natureza da cor, mas sim explicar a sensação causada por ela. (LICHTENSTEIN, 2006, p. 72). Os anos passaram e o desenvolvimento da ciência pôde explicar metodologicamente a origem das cores, recriá-las em laboratório, tornando-as não apenas elementos utilizados nas artes mas também instrumentos da indústria e do capitalismo.

Pedrosa nos ensina que as cores-luz são aquelas que se originam de uma fonte luminosa direta, como a luz do sol, de uma lâmpada ou a de uma vela, estudadas mais especificamente na área da física. Sua tríade primária é constituída pelo vermelho, verde e azul-violetado. Essa mistura equilibrada entre as cores é denominada síntese aditiva e produz as cores secundárias: magenta, formada pela fusão do vermelho com azul; o amarelo, da combinação do vermelho com o verde e, enfim, o ciano, originado da junção do verde com o azul. A mistura de todas as cores-luz produz o branco. (PEDROSA, 2008, p. 28).

Já as cores-pigmentos opacas são as cores formadas por matérias corantes que cobrem os corpos e absorvem, refletem ou refratam os raios luminosos incidentes. Sua tríade primária é composta pelo vermelho-magenta, amarelo e azul. A formação das outras cores é chamada de síntese substrativa. (PEDROSA, 2008, p. 30).

Já as cores-pigmentos transparentes são produzidas pela propriedade de alguns corpos de filtrar os raios luminosos incidentes, por efeitos de absorção, reflexão e transparência, como as aquarelas, as películas fotográficas e de cinema. (PEDROSA, 2008, p. 30).

Figura 05 - Cores primárias aditivas e substrativas

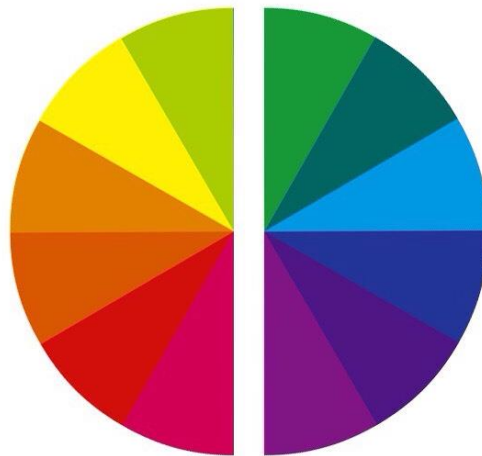


Fonte: <http://proideablog.blogspot.com/2013/08/cores-primarias.html>. Editado pelo autor.

De acordo com Donis A. Dondis, baseando-se nos estudos de Albert Munsell, a cor possui três dimensões físicas que podem ser definidas e medidas. O primeiro é a *matiz* ou *croma*, a cor em si, como o vermelho, azul, verde e os demais resultantes das misturas dessas cores. A segunda dimensão da cor é a *saturação*, que é a intensidade da cor. Quanto mais saturado for um objeto ou acontecimento visual, mais carregado estará de expressão e emoção. Por outro lado, cores menos saturadas levam a uma neutralidade cromática, sendo sutis e repousantes. Finalmente, a terceira dimensão da cor é a *luminosidade* ou *brilho*, termo relacionado as gradações tonais ou de valor, do escuro ao claro. (DONDIS, 2003, p. 65-66, grifos nossos). Assim, quando falamos em colorido, devemos levar em conta estes elementos: matiz, saturação e luminosidade ou brilho. Usaremos bastante esses termos mais à frente, nos estudos de caso.

Os pesquisadores Modesto Farina, Clotilde Perez e Dorinho Bastos nos relatam que foi o psicólogo e fisiologista alemão Wilhelm Wundt (1832-1920) quem esquematizou as cores e as dividiu em “cores quentes” - amarelo, laranja e vermelho - e “cores frias” - azul, verde e violeta (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 65). Ainda conforme os autores (2006, p. 77), as cores quentes possuem uma expansibilidade maior e, conseqüentemente, parecem ocupar um espaço maior, ao contrário das cores frias, que têm um movimento reflexivo e, portanto, dão a impressão de ocupar espaços.

Figura 06 - Cores quentes e cores frias



Fonte: <http://netstudios.net/cores-quentes-cores-frias.html>. Editado pelo autor.

O fenômeno da percepção das cores é algo mais complexo. A reação de um indivíduo à cor é particular: o mesmo estímulo cromático é interpretado de forma diferente e peculiar seja qual for a pessoa, devido a fatores fisiológicos, históricos e psicológicos. Entretanto, as cores também sugerem significados comuns a uma sociedade ou grupos de indivíduos, dependendo da cultura e da época em que estão inseridos. De acordo com Inajá Pereira e Arnaldo Telles Ferreira “determinados conceitos de cores são comuns para indivíduos que vivem em uma determinada cultura, já que esta é um sistema de códigos socialmente compartilhados e a expressão da cor faz parte deles” (FERREIRA; PEREIRA, 2011, p. 24). Augustin de Tugny, em sua tese de Doutorado, reforça nosso pensamento, citando o historiador de cores Michel Pastoureaux:

Sou desses que avaliam a cor como um fenômeno cultural, estreitamente cultural, que se vivencia e se define diferentemente segundo as épocas, as sociedades, as civilizações. Não há nada de universal na cor, nem na sua natureza, nem na sua percepção. Assim, não acredito na possibilidade de um discurso científico unívoco sobre a cor, fundado unicamente sobre as leis da física, da química, das matemáticas ou da neurobiologia. Para mim, uma cor que não é olhada é uma cor que não existe (nesse sentido, dou de boa vontade razão a Goethe contra Newton). O único discurso possível sobre a cor é, antes de tudo, um discurso de natureza social e antropológica. (PASTOREAU apud TUGNY, 2010, p. 28).

Podemos afirmar que na sociedade ocidental e contemporânea, as cores causam determinadas sensações, como alegria ou tristeza, tranquilidade ou raiva e são associadas a elementos comuns à maioria dos indivíduos, como o branco para a paz e o preto para a morte.

Contudo, é importante frisar que essas construções são artificiais e imbuídas de conotações históricas, culturais, religiosas e sociais.

Vamos expor agora a origem dos nomes de algumas cores - o branco, preto e as três cores básicas, vermelho, azul e verde - e suas associações mais comuns em nossa sociedade, usando como suporte o trabalho dos pesquisadores Modesto Farina, Clotilde Perez e Dorinho Bastos, *Psicodinâmica das cores em comunicação* (2006, p. 97-107). Para explicarmos como convenções se desenvolveram, teremos como apoio a obra de Eva Heller, *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão* (2013).

a) Branco: origina-se do germânico *blank*, ou seja, brilhante. Associado ao bem, a ordem, limpeza, bondade, paz, inocência, despertar, infância, alma, harmonia e divindade.

O branco é a soma de todas as cores da luz. Na simbologia, é a mais perfeita entre todas as cores. Representa igualmente o bem, a alma e a divindade. É a cor da ressurreição: o Cristo ressuscitado aparece pintado em vestes brancas. A hóstia é igualmente branca. O Espírito Santo se mostra como uma pomba branca, e os anjos na maioria das vezes são pintados vestindo branco e com asas brancas. É associado à infância, ao despertar. As crianças são batizadas com roupas brancas, sendo o início da vida cristã. Em um costume mantido até hoje, as debutantes sempre trajam vestidos de noite brancos. É também a cor da limpeza, afinal, o que precisa ser higiênico é branco. Qualquer mancha de sujeira se torna visível, tornando a limpeza fácil de controlar. (HELLER, 2013).

b) Preto: Vem do latim *niger*. Associado ao mal, tristeza, desgraça, e medo. Por outro lado, é a cor da austeridade, da elegância e da praticidade.

O preto é a ausência de todas as cores. O impressionismo, escola artística que teve início na França em 1870 e que dava grande importância às cores, não reconheceu o preto como cor. De uma forma geral, é associado à morte, afinal tudo termina em preto: a carne decomposta fica preta, assim como as plantas podres. A tristeza é associada ao preto. Os judeus se vestiam de preto e se cobriam de cinzas para chorar seus mortos. O preto faz a diferença entre o bem e o mal, porque ele faz também a diferença entre o dia e a noite. O vermelho é o amor; mas vermelho com preto caracteriza o seu oposto, o ódio. O preto também é garantia de elegância, que significa abrir mão da pompa, do desejo de chamar a atenção. Quem usa preto abre mão até da cor. Os ternos elegantes, os fraques e os smokings são sempre pretos. Se nos convites houver o pedido de “black-tie” como traje a ser usado, os homens devem comparecer de *smoking* e as mulheres com trajes de noite. É associado à austeridade. É a renúncia a enfeites, a ostentação e cores supérfluas, e por isso o preto é a

mais nobre das cores. Nos objetos de luxo, a renúncia às cores permite que o luxo se manifeste por si só. (HELLER, 2013).

c) Vermelho: Vem do latim *vermiculus*, ou seja, um inseto chamado cochonilha, de onde se extrai uma substância escarlate, o carmim. Dá a sensação de dinamismo, força, energia, revolta, intensidade, paixão, emoção, alegria, extroversão e sensualidade.

O vermelho é associado ao sangue. Em todas as culturas e em todos os tempos, o sangue têm um significado existencial. Recém-nascidos, por exemplo, eram banhados em sangue para terem vigor e saúde. É também a cor do fogo, do calor e da paixão, pois, como o fogo, a paixão também pode “queimar” e “consumir”. A ação psicológica e simbólica do calor faz do vermelho a cor dominante de todas as atitudes positivas e festivas em relação à vida. Vermelho é a cor simbólica de todas as atividades que exigem mais paixão do que razão. Tribos antigas se reuniam ao redor do fogo para comemorar. Vermelho é a cor típica da sedução e da sexualidade. Se o amor está ligado ao delicado rosa, a paixão, sexualidade e a imoralidade relacionam-se e são representados pelo vermelho. Nas democracias modernas, quando foi concedida importância aos cidadãos médios, é que surgiram a moral e a moda do mediano, com a ideia de que “o que não chama a atenção é o correto”. Somente então foi possível identificar as cores discretas com a seriedade e as cores chamativas, como o vermelho, com a imoralidade. (HELLER, 2013).

d) Azul: tem origem no árabe *lázúrd*, por *lazaward*. É a cor do céu sem nuvens. Associação com a nobreza, espaço, afeto, calma, paz, amizade, fidelidade, sentimento profundo.

De acordo com Heller (2013), a expressão “sangue azul”, com referência à nobreza, é internacionalmente usada. Ela provém do espanhol. Os nobres da Espanha tinham a pele muito mais clara que os plebeus, pois não ficavam expostos ao sol. A pele clara realçava as veias azuladas – por isso os camponeses, acreditavam que pelas veias dos nobres corresse sangue azul. A cor azul é a oposta ao vermelho e sua paixão. É portanto a cor da calma e da razão. O azul é o céu – portanto azul é também a cor do divino, a cor eterna, a cor que pertence a todos, a cor que queremos que permaneça sempre imutável para todos, algo que deve durar para sempre. Nossa experiência demonstra que o azul é gerado pela reprodução infinita de qualquer material transparente. Por isso o azul é a cor das dimensões ilimitadas. O azul é divino pois os deuses vivem no céu. As cúpulas das igrejas simbolizam a abóbada celeste por isso costumavam ser pintadas de azul. A partir do século XII, a Virgem aparece coberta com um manto azul e por isso de torna a maior promotora da cor azul. (HELLER, 2013).

e) Verde: associado ao bem-estar, paz, saúde, ideal, abundância, tranquilidade, segurança, natureza, equilíbrio, esperança, serenidade, juventude, suavidade, crença, firmeza, desejo, descanso, liberalidade, tolerância, ciúme.

Para Heller (2013), o verde é mais do que uma cor, é a essência da natureza. O verde é uma ideologia, um estilo de vida: consciência ambiental, amor à natureza, ao mesmo tempo a recusa a uma sociedade dominada pela tecnologia. É a cor intermediária nas mais diversas dimensões: o vermelho é quente, o azul é frio; a temperatura do verde é agradável. O vermelho é seco, o azul é molhado; o verde é úmido. O vermelho é ativo, o azul é passivo; o verde é tranquilizador. Fica entre o vermelho da matéria e o azul do espírito. O verde acalma e transmite segurança. É o símbolo da vida em seu sentido mais amplo. “Verde” é o oposto de murcho, de seco, de morto. Tudo o que é verde transmite uma sensação de frescor. Até mesmo perfumes na coloração verde sugerem aromas cheios de frescor; deles se diz que têm “uma fragrância verde”. É a cor da juventude: um “jovem verde” é alguém cuja fisionomia é ainda imatura como uma “fruta verde”. Além disso, a esperança é associada ao verde, à renovação da primavera. A primavera significa renovação após um tempo de escassez. Também a esperança é um sentimento de que os tempos de privação estão ficando para trás. Contudo, o verde também a é mais “anti-humana” das cores. Qualquer coisa cuja pele seja verde não pode ser humana, nem mesmo um mamífero. Pele verde nos remete a serpentes e lagartos, animais repulsivos para muitos. (HELLER, 2013).

2.2 O naturalismo

A pesquisa por cores naturalistas, que representassem com maior verossimilhança o mundo concreto foi uma constante desde antes da invenção do aparelho cinematográfico. O desenvolvimento e o uso das cores cada vez mais naturalistas em obras cinematográficas foi o resultado do interesse dos realizadores e dos espectadores na representação verossímil da realidade, dos investimentos econômicos e das inovações tecnológicas ao longo dos anos. Iremos agora estudar alguns desses elementos na história da cinematografia.

De acordo com Natália de Castro Soares (2014, p. 27), houve uma efervescência de cores a partir do século XIX, a indústria de pigmentos se desenvolveu e passou a sintetizar os corantes quimicamente e, com isso, as tintas tornaram-se mais acessíveis. A produção e venda de artigos coloridos, como tecidos e objetos manufaturados, cresceu exponencialmente. As cores passaram a ser usadas em revistas, jornais, cartões postais, fotografias. Algumas das

técnicas de pintura desenvolvidas no período acabaram sendo adaptadas para o uso no cinema.

Antes do surgimento do cinematógrafo de Lumière, algumas técnicas e dispositivos já reproduziam imagens coloridas como nos casos da lanterna mágica, panoramas, zootrópo e *flipbooks* (livro de bolso). As cores também estavam presentes em outros meios como fotografias ou cartões postais. Vamos abordar dois desses sistemas, a lanterna mágica e os panoramas, devido à importância que tiveram em suas épocas.

De acordo com Laurent Mannoni, a lanterna mágica era “uma caixa óptica (...) que projetava sobre uma tela branca (tecido, parede caiada ou mesmo couro branco, no século XVIII), numa sala escurecida, imagens pintadas sobre uma placa de vidro” (2003, p. 58). A lanterna foi um equipamento de diversão amplamente utilizado na época. Além de figuras, projetavam animações momentâneas ou contínuas, criando espetáculos com efeitos de substituições, aparições e desaparecimentos bruscos. Esse tipo de espetáculo luminoso criado por artistas e cientistas era chamado de fantasmagoria.

Os panoramas eram parte das atrações e dos entretenimentos de Paris, no século XIX. Vanessa Schwartz (1994, p. 352) aponta que esse mecanismo manipulava a visão e transportava os espectadores no tempo e no espaço, por meio da ilusão da representação realista. Os anos 1880 e 1890 presenciaram o aumento dos detalhes realistas dos panoramas. Alguns pintores usavam fotografias como modelo mesmo ou *slides* ampliados em tela para melhor retratar as cores da realidade). Como afirma Schwartz: “para muitos observadores do *fin-de-siècle*, os parisienses demonstraram um novo e bem marcado gosto pela realidade”. (1994, p. 357).

É importante ressaltar que a Europa teve grande importância no desenvolvimento de técnicas de colorização no chamado “primeiro cinema”, na época do filme silencioso e em preto e branco. As francesas Pathé, Gaumont e Éclair criaram e aperfeiçoaram métodos de trabalho que foram utilizados durante os anos subsequentes pela indústria cinematográfica.

Nos anos iniciais do cinema, quatro sistemas foram utilizados na colorização do material filmado. Um deles era a pintura a mão de cada fotograma, técnica que consistia em pintar, geralmente com um pincel feito de pelo de camelo, fotograma a fotograma, os elementos da cena, cada um com uma cor. Esse tipo de colorização foi a primeira área da indústria cinematográfica a utilizar o trabalho feminino, pois seu salário era inferior ao dos homens. A pintura a mão começou em uma escala pequena, mas com o desenvolvimento da indústria cinematográfica, surgiram empresas especializadas nesse tipo de trabalho. Com o

tempo, as grandes companhias passaram a contar com seus próprios departamentos de colorização, como a Pathé e a Gaumont. (CASTRO, 2014, p. 30).

Outra forma de colorização era o estêncil. Essa técnica foi desenvolvida para reduzir custos e padronizar a produção. Empregava moldes, a princípio feitos manualmente, e posteriormente com a ajuda de um pantógrafo, para em seguida aplicar as cores, que assim ganhavam contornos mais bem definidos e com maior uniformidade. Segundo Gunning (apud MIZEK, 2010, p.17), o diretor George Méliès foi um dos diretores que utilizou bastante as técnicas de pintura a mão em seus primeiros filmes, optando pelo estêncil em seus últimos, sempre usando a cor de forma arbitrária, sem se preocupar com a narrativa.

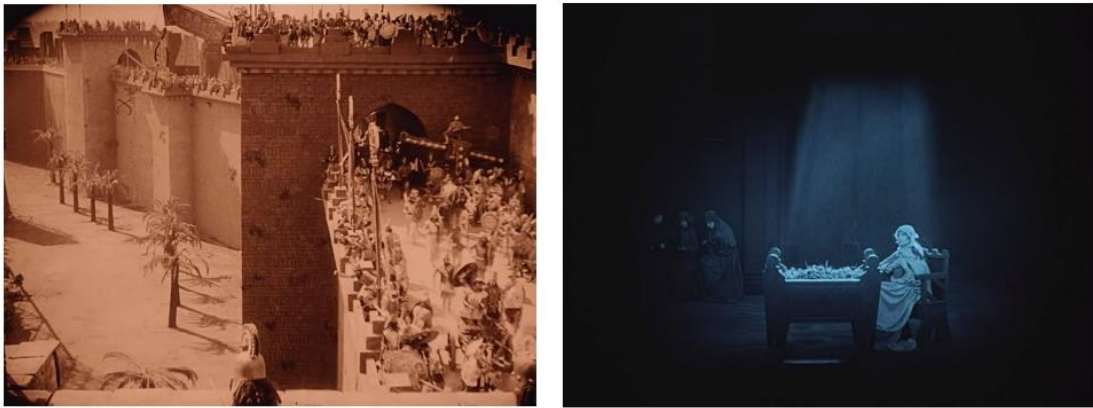
Figura 07 - Viagem à Lua (Le voyage dans la lune. George Méliès, 1902)



Fonte: <http://www.imdb.com/title/tt0000417/>

O terceiro método era o tingimento, uma técnica de colorização uniforme, mais utilizada no período silencioso e que consistia na aplicação da cor através da imersão do trecho do filme (ou do filme inteiro) em um banho de corantes solúveis derivados de anilina. As cores mais usadas eram azul, violeta, verde, amarelo, laranja e vermelho. Já no final da década de 1910, empresas como Kodak e Agfa passaram a comercializar películas pré-tingidas que possuíam a vantagem de oferecer um aspecto bem mais uniforme das cores (CASTRO, 2014, p. 33). Esse sistema foi usado, por exemplo, em *Intolerância* (D. W. Griffith, 1916). Neste filme, as cenas ganhavam uma coloração de acordo com sua evocação emocional ou estado de natureza. O vermelho seria usado para cenas de raiva ou paixão, o amarelo para cenas diurnas e o azul para noturnas e o verde para as cenas de mistério.

Figura 08 - Intolerância. (Intolerance: Love's Struggle Throughout the Ages. David W. Griffith, 1916)



Fonte: <http://www.imdb.com/title/tt0006864/>

Por fim, outra técnica era o banho de imersão ou as chamadas viragens, que começaram a ser utilizadas em 1890. A viragem é outro método de colorização uniforme e que consistia no processo de transformação química da prata, formadora da imagem, em outro composto colorido. As viragens mais usadas eram para azul, verde e sépia. A viragem era anunciada como um processo no qual as cores eram fixadas permanentemente, ao contrário do tingimento, que logo sofria degradação. (LOBEL apud CASTRO, 2014, p. 35). Jean Louis Comolli faz uma análise dessa primeira época do cinema. Para o autor, a introdução da cor faz parte da busca pelo real:

De fato, é uma questão não simplesmente de ganho na sensibilidade do filme, mas também um ganho na fidelidade ‘às cores naturais’, um ganho no realismo. (...) A razão desse “progresso técnico” não é simplesmente técnica, é ideológica: não é tanto a sensibilidade de maior luz que conta como ‘sendo mais verdadeira’. A imagem dura e contrastante do primeiro cinema não satisfaz mais os códigos do realismo fotográfico desenvolvido e aguçado pela difusão da fotografia. A meu ver, a profundidade (perspectiva) perde a importância na produção dos ‘efeitos de realidade’ em favor da sombra, amplitude, cor⁷⁰ (COMOLLI, 1980, p. 131, tradução própria).

O passo seguinte para a introdução da cor no cinema foi a criação da empresa e do sistema do mesmo nome Technicolor, fundada em 1915 por Herbert Kalmus, Samuel Comstock e W. Burton Westcott. Em 1917, a empresa desenvolveu o primeiro método de

⁷⁰ In fact, it is a matter not simply of a gain in the sensitivity of the film but also of a gain in faithfulness ‘to natural colours’, a gain in realism. (...) The reason for this ‘technical progress’ is not merely technical, it is ideological: it is not so much the greater sensitivity to light which counts as ‘being more true’. The hard, contrasty image of the early cinema no longer satisfied the codes of photography. In my view, depth (perspective) loses its importance in the production of ‘reality effects’ in favour of shade, range, colour.

colorização de filmes, o chamado Technicolor I. No decorrer da década de 1920, o Technicolor aperfeiçoou o processo, promovendo o Technicolor II. Ambos os sistemas eram baseados na síntese aditiva de cores (HÉRCULES, 2013, p. 23-24). O processo consistia em três negativos em preto e branco que dão origem a positivos, que são projetados separadamente através de filtros coloridos e têm sua imagem projetada na tela.

Nessa época, Comstock e Westcott deixam a corporação para Herbert Kalmus, que assumiu de vez a administração do empreendimento. Em 1928, a corporação lançou o Technicolor III, conhecido como *Three strip process*, baseado na relação substrativa das cores (HÉRCULES, 2013, p. 23-24). Nesse sistema, cada negativo criado por filtragem de cores primárias dava origem a um positivo com cor complementar àquela do filtro que originou o negativo correspondente, amarelo, magenta a ciano, que eram então projetados.

O surgimento do Technicolor III gerou uma batalha entre os estúdios de Hollywood para o uso exclusivo do novo sistema de cor. A Disney foi a empresa que obteve o contrato para uso integral do processo em suas animações. O Technicolor III foi utilizado pela primeira vez na animação em curta-metragem *Flowers and Trees*⁷¹ (Burt Gillett, 1932), da série de animações *Silly Symphonies*, produzidas pelos estúdios Disney. Contudo, em 1934, Kalmus rompeu o contrato com a Disney, possibilitando a outros estúdios o uso do seu sistema de cor⁷².

Ainda de acordo com Hércules (2013, p. 27), em 1935, Natalie Kalmus assumiu o comando de *Color Advisory Service* da empresa, que tinha por função banir os excessos de cor cometidos nos filmes das décadas de 1920 e 1930. Por ser ex-esposa de Herbert Kalmus e formada em Artes, ela foi a pessoa indicada para o cargo. Além disso, estabeleceu-se em contrato que todos os filmes que utilizassem o Technicolor III creditassem Natalie Kalmus como *color supervisor*. Em 1937, o gerenciamento de cor ficou dividido entre ela e seus assistentes Henri Jaffa e Morgan Padelford.

Em 1935, Natalie escreve um artigo chamado “Color Consciouness” e nele cria a chamada Lei de Ênfase. Segundo esse tratado, as cores não poderiam se destacar na narrativa e deveriam ser associadas a determinados personagens ou estados emocionais. Cores quentes, como vermelho e laranja, representariam excitação e ação. Em contraste, as cores frias, azul, verde e magenta, transmitiriam calma e mansidão. (KALMUS, 1935, p. 142-143). A

⁷¹ Vencedor do Oscar de melhor animação em 1932 (KINDEM apud COSTA. 2011, p52). Tradução própria.

⁷² O curta-metragem *La Cucaracha* (Lloyd Corringan, 1934), produzido pela Pioneer Pictures e distribuído pela RKO, foi o primeiro filme com atores reais em Technicolor III. O primeiro filme de longa duração foi *Becky Sharp* (Rouben Mamoulian, 1935), igualmente produzido pela Pioneer.

autora ainda estabeleceria uma comparação entre a composição cromática de um filme com as Belas Artes:

Os princípios de cor, tom e composição fazem da pintura uma arte fina. Os mesmos princípios também tornarão um filme colorido um trabalho de arte. A precisão e o detalhe de Holbein e Bourgeois, os efeitos de luz de Rembrandt, a atmosfera e os arranjos de Goya, a cor de Velasquez, a brilhante luz do sol de Sorolla, as misteriosas sombras de Innes – todas essas qualidades artísticas podem eventualmente ser incorporadas em um filme através da mediação das cores⁷³ (KALMUS, 1935, p. 140, tradução própria).

Apesar das intenções artísticas e do desejo de retratar a realidade, o Technicolor gerou um resultado oposto. Os tons de pele eram artificiais e as cores de outros elementos de cena eram saturados e contrastados. Devido a esse efeito, muitos produtores optavam pelo preto e branco em filmes com orientação e narrativa mais realista e temáticas mais sociais, como dramas, filmes de guerra, documentários e filmes *noir*, enquanto o colorido era utilizado em filmes de fantasia, musicais e comédias. As cores também eram usadas para marcar diferenças de ambientação, de realidade e sonho dentro de um filme. Um exemplo disso é o filme “O Mágico de Oz” (*The Wizard of Oz*, Victor Fleming, 1939), onde a realidade da personagem Dorothy, interpretada pela atriz Judy Garland, em Kansas, era retratada em preto e branco e o mundo de Oz projetado em cores. A busca pelo naturalismo através das cores esbarrou então nas limitações tecnológicas da época.

Figura 09 - O Mágico de Oz. (The Wizard of Oz. Victor Fleming, 1935).



Fonte: <http://www.imdb.com/title/tt0032138/>

⁷³ The principles of color, tone, and composition make painting a fine art. The same principles will make a colored motion picture a work of art. The precision and detail of Holbein and Bougeois, the light effects of Rembrandt, the atmosphere and arrangements of Goya, the color of Velasquez, the brilliant sunlight of Sorolla, the mysterious shadows of Innes- all these artistic qualities can eventually be incorporated into motion pictures through the medium of color.

Na Europa, apesar do desenvolvimento de diversos métodos de colorização nos primeiros anos do cinema, as tecnologias subsequentes, utilizando cores naturais, não conseguiram acompanhar os resultados estéticos do Technicolor e, por isso, não conseguiram se estabelecer em seus próprios países de origem. Um dos sistemas que foi não adiante devido à falta de qualidade técnica foi o inglês Dufaycolor, um método aditivo, lançado em 1937, usado em propagandas, filmes de viagem e documentários. O equipamento produzia imagens escuras e um estranho efeito de mosaico em telas grandes. Devido a Segunda Guerra Mundial, a Dufaycolor interrompeu sua produção reaparecendo após o término do conflito, contudo não conseguiu mais se manter no mercado. (MIZEK, p. 51).

Antes da Guerra, o único modelo europeu que poderia competir com o Technicolor era o Agfacolor, um sistema substrativo de três cores, lançado em 1936 pela alemã Agfa. O apuro técnico do Agfacolor junto com sua capacidade de distribuição internacional, que também incluía os Estados Unidos, fez da Agfa uma potencial líder de mercado. Contudo, a produção da empresa também foi interrompida pela II Guerra. Após a rendição alemã, as patentes da Agfa tornaram-se espólio de guerra e seus segredos tecnológicos se espalharam pelo globo. A empresa continuou sua produção no pós-guerra, mas com alguns degraus de atraso. O primeiro sistema derivado do Agfacolor foi o Gevacolor, lançado pela Gevaert, uma afiliada da própria Agfa, em 1947; o Ferrania-color foi lançada pela italiana Ferrania, em 1952; Fujicolor, pela japonesa Fuji em 1955. (ANDREW apud MISEK, p. 51-52).

O declínio do sistema Technicolor tem início em 1947, quando o Departamento de Justiça dos Estados Unidos, sob pressão dos grandes estúdios que estavam exauridos do caráter autoritário e dos altos preços cobrados pela Technicolor, abre um processo contra a corporação de Kalmus. A empresa sofreu diversas modificações em sua administração, em sua estrutura de trabalho e na maneira como interferia nas produções dos estúdios de Hollywood. (HÉRCULES, 2013, p. 36).

Na década de 1950, a Technicolor também passa a sofrer concorrência de empresas localizadas fora dos Estados Unidos, como a Kodak, Agfa, Ferrania e Fuji, que desenvolveram um negativo de 35 mm baseado no sistema substrativo de cor, que incluía três canais de cor no próprio negativo, assim a cor não precisaria ser adicionada em laboratório através do sistema da Technicolor. Além disso, o negativo substrativo poderia ser utilizado em câmeras usadas em filmes preto e branco, tornando supérfluo o produto e os serviços de Kalmus. O último filme realizado com o *Three strip process* foi *Foxfire* (Joseph Pevney, 1954) (MISEK, 2010, p. 39).

A partir dessa época, a maioria das produções hollywoodianas passam a ser filmadas com o negativo substrativo, conferindo um maior naturalismo às produções de Hollywood, comparado ao excesso de saturação proporcionado pela empresa de Kalmus. Nas décadas subsequentes, a cada lançamento de um negativo colorido, as cores cinematográficas tornavam-se menos “chamativas”, mais acuradas e próximas da realidade. Havia uma motivação e uma busca constante por cores naturalistas nos filmes hollywoodianos. (MISEK, 2010, p. 44).

O diretor e crítico Alberto Cavalcanti foi reticente quanto à utilização das cores no cinema, inclusive tecendo críticas negativas ao trabalho desenvolvido por Nathalie Kalmus e por outros profissionais da área cinematográfica. Cavalcanti afirmava que a fotografia em cores transmitiria uma impressão apenas rasa das coisas, enquanto que a imagem em preto branco revelava, de forma mais profunda, a estrutura da realidade.

A fotografia monocromática nos revela a estrutura e a porosidade das coisas muito melhor que o olho. A fotografia em cores transmite-nos somente uma impressão colorida global. O fato de ser suficiente se dá porque o observador compara esse efeito à sua memória das impressões coloridas percebidas no mundo real – azul, o céu, amarelo, o campo; vermelho, o sangue. Mas a associação só é possível em casos muito rudimentares. Face a uma realidade abundante, ela se torna entediante e inacabada. (CAVALCANTI, 1962, p. 262).

De acordo com Misek, (2010, p. 48), em 1959, a empresa RCA decidiu investir na venda de televisões a cores. Com o aumento das vendas, em 1964, a NBC acelerou a mudança de sua programação de preto e branco para cores. A ação da NBC foi seguida no mesmo ano pela CBS e um ano depois pela ABC. Hollywood respondeu rapidamente e promoveu uma larga produção de filmes a cores. O estabelecimento da TV a cores acabou sendo benéfica para o cinema, pois impulsionou a produção de filmes coloridos e ofereceu à indústria cinematográfica um lugar para escoar seus filmes.

Atualmente, com a mudança do paradigma analógico para o digital, o cinema contemporâneo apresenta duas inclinações distintas: a manutenção das cores naturalistas e a representação do real ou a dissolução da predisposição naturalista frente às infinitas possibilidades de captação das câmeras e da manipulação da imagem dos sistemas de tratamento de cor. Para Pedro Salomão:

A experiência contemporânea segue ancorada na autonomia propiciada pelos recursos tecnológicos de sua época, mas atende a contexto diferente. A versatilidade da câmera digital é igualmente propícia ao registro da realidade

exterior durante a etapa de realização. Porém, a natureza técnica do sistema digital implica no agenciamento desse registro às manipulações estéticas da finalização. Dessa forma, por mais que se criem regras limitadoras do uso tecnológico, descortinar a realidade será sempre um jogo cinético. (SALOMÃO, 2007).

O desenvolvimento e o uso de cores naturalistas ao longo da história tem como objetivos a assimilação da história narrada e a identificação dos personagens representados na tela. Cria-se a aparência de um mundo real para que as pessoas no cinema se sintam dentro do mundo representado, participantes das narrativas que se desenrolam em frente a seus olhos. As cores naturalistas conferem veracidade às mais fantásticas histórias contadas na tela. De acordo com Vaz da Costa,

...quando as cores vistas no mundo real são exibidas no filme, o que é percebido de fato é a representação daquilo que se compreende como a realidade da cor da vida. Além disso, como as cores no filme não se parecem exatamente com as cores da realidade, isso não significa que estas possam afetar a credibilidade das imagens fílmicas. Ao assistir um filme, os espectadores aceitam o ponto de vista que lhes é dado. (COSTA, 2011, p. 31).

Ainda conforme a autora (COSTA, 2014, p. 216), é provável que o espectador, ao assistir um filme, aceite o mundo da tela como sendo uma verdadeira representação da natureza. O cinema cria um mundo que é nitidamente reconhecível. A audiência compreende isso fazendo analogias entre o mundo do filme e seu próprio mundo. Christian Metz, citado por Costa, afirma que um filme "[...] é capaz de deixar um alto grau de realidade em suas imagens, que são, no entanto, ainda percebidas como imagens"⁷⁴(METZ apud COSTA, 2014, p. 218, tradução própria).

A tendência ao naturalismo, principalmente nos tons de pele, reserva motivações semelhantes. Há um consenso entre diversos profissionais da cor sobre o assunto. Para a colorista Letícia Blanco (BLANCO, 2017), há uma busca por uma cor discreta, que não chame tanta atenção, no sentido do elemento cromático não ser mais importante que a própria narrativa do filme. “Nesse caso não teria muito para onde correr, a não ser ficar no realismo mesmo”, sugere a colorista.

Para o colorista Luan Monteiro (MONTEIRO, 2017), a ideia dos tons de pele serem naturalistas é essencial aos filmes, há realmente essa preocupação quanto às cores e isso vale para qualquer obra cinematográfica. Ainda de acordo com Monteiro, enquanto o tom de pele

⁷⁴ “...it is able to leave a high degree of reality in its images, which are, nevertheless, still perceived as images”.

nos indivíduos for naturalista, todo projeto de cor empregado, “por mais maluco que ele seja”, vai funcionar. “Agora, se você mexer na pele das pessoas, [...] se a pele estiver verde, se a pele estiver roxa, se a pele não estiver legal, isso vai criar uma sensação no espectador diferente, esquisita, alguma coisa não está certa”.

2.3 O colorido

A materialidade e os significados das cores nas artes plásticas variaram de acordo com o meio e a época. O estudioso das cores John Gage argumenta que “o simbolismo das cores nunca deixou de ser irredutivelmente local e contextual” (GAGE, 2016, p. 133). Nos primeiros anos do Cristianismo, por exemplo, o branco é a cor da luz, da pureza e do Cristo; o vermelho é a cor do fogo do inferno, mas também do sangue do Cristo; o preto é a cor da penitência, mas também das trevas. As manifestações artísticas daquela época guardam essa ambiguidade das cores.

De acordo com alguns pesquisadores, como a linguista Julia Kristeva e a professora Jacqueline Lichtenstein, foi a partir do Renascimento, no século XIV, que a utilização das cores nas chamadas Belas Artes – pintura, escultura e arquitetura – apresentaram motivações e significados distintos daqueles da Idade Média, período marcado pela austeridade religiosa. Kristeva, em um estudo sobre a relação entre a linguagem e pintura, utiliza como exemplo as obras de Giotto di Bondone (1267 – 1337). De acordo com a autora (1982, p. 224), ao mudar o estilo das cores, o pintor e arquiteto renascentista conseguiu dar materialidade às tendências humanas e naturais de sua época. As cores escolhidas por Giotto na Capela de Pádua, por exemplo, são as precursoras visuais do humor popular que o escritor francês François Rabelais (1494 – 1553) usaria alguns séculos depois em suas obras. Kristeva relata que “a alegria de Giotto é o deleite de um sujeito que se libera do domínio transcendental do Significado Único (Branco) [...] Essa alegria evoca os excessos carnavalescos das massas [...]”⁷⁵. (KRISTEVA, 1982, p. 224).

⁷⁵ Giotto’s joy is the sublimated jouissance of a subject liberating himself from the transcendental dominion of One Meaning (White)(...)This joy evokes the carnivalesque excesso of the masses (...).

Figura 10 - Capela de Pádua. Afresco de Giotto.



Fonte: https://www.wga.hu/html_m/g/giotto/padova/index.html

Na Itália, ainda durante o Renascimento, desenvolveu-se uma interessante querela acerca da importância e dos papéis desempenhados pelo desenho e pela cor na pintura. Enquanto a escola de Florença e a de Roma defendiam que *il disegno* era uma atividade racional, com regras e finalidades, ou seja, uma atividade superior do intelecto humano, as escolas veneziana e a lombarda ressaltavam que *il colore*, uma arte emotiva, instintiva e popular, era mais importante do que a exatidão do desenho. Jacqueline Lichtenstein relata a opinião dos artistas que davam maior importância às cores:

É a cor, diziam eles, que torna os objetos como que dotados de alma e de vida, é ela que permite pintar a carne, representar o movimento, criar a ilusão do vivo; é ela, enfim, que está na origem do prazer que o espectador sente diante de um quadro. Ao desenho de Rafael, eles preferiam o admirável colorido de Ticiano. (LICHTENSTEIN, 2004, p. 11).

O Romantismo, entre o fim do século XVIII e meados do século XIX, legitima e dá maior importância às cores. Foi a partir da grande obra de Goethe, *Teorias das Cores* (1810), que os artistas darão uma nova dimensão ao simbolismo e a sensibilidade das cores. Para o autor alemão, a cor é um fenômeno que escapa às leis da física, devendo ser compreendida através da percepção e dos sentidos individuais. (ALBUQUERQUE, 2013, p. 98-99).

O escritor e artista plástico David Batchelor estudou as cores ao longo da história da arte e apresentou interessantes conceitos sobre a cor em sua obra *Cromofobia* (2007). Batchelor argumenta que o pensamento intelectual e artístico ocidental sempre teve medo de ser corrompido pelas cores – a cromofobia. Desde a antiguidade clássica a cor tem sido

marginalizada. A crítica e o expurgo da cor são realizados de duas formas diferentes. Na primeira, a cor é interpretada como o vulgar e o insólito. Na segunda, é associada ao feminino, relegada ao âmbito do superficial, do supérfluo ou do cosmético. Nas palavras do autor, “a cor é perigosa ou superficial. Ou ambas as coisas” (2007, p. 27).

Batchelor também fala da cromofilia, atitude daqueles que não temem as cores, ao contrário, são seus defensores e exploradores. Todavia, nos casos em que se atribui à cor um valor positivo, o seu caráter infantil, alegre e fantástico é reproduzido e potencializado. A cromofilia assume a alteridade da cor e ainda a acentua (BATCHELOR, 2007, p. 85-86). Enfim, com a cromofilia, a cor fica mais excessiva, próxima ao universo popular, artificial e *kitsch*⁷⁶.

A Sétima Arte assimilou a utilização e os significados das cores das artes tradicionais. Baseando-se nos estudos de Kristeva, Lichtstein e Batchelor, podemos aferir que, historicamente, obras de caráter mais alegre e popular, portariam demasia de matizes e cores fortes. As comédias cinematográficas acabaram seguindo essa tendência cromática. Um outro motivo que levou a associação entre os filmes cômicos e o excesso de saturação foi a falta de qualidade técnica dos primeiros Technicolors. As cores geradas por esse sistema de cor estavam longe de serem naturais e não havia qualquer verossimilhança com o mundo concreto. O Technicolor gerava tons de pele irreais, próximos aos de bonecas de louça, e cores de cenário e figurino extremamente saturados e contrastados. De acordo com Edward Buscombe (1978, p. 33-35), em virtude dessa característica, que não era considerada um problema pela empresa de Kalmus, produtores, diretores e fotógrafos preferiam realizar as obras cinematográficas que possuíam narrativas de cunho mais humanista ou social em preto e branco enquanto que filmes de fantasia, aventuras, musicais e comédias eram produzidas com o colorido efusante do Technicolor.

É interessante notar que as primeiras comédias coloridas utilizaram essa tecnologia para realçar o corpo feminino. A pesquisadora Hilde D`Haeyere (2013, p. 25-26) relata que o produtor Mack Sennet utilizou a tecnologia do Technicolor em sua comédia de curta-metragem *The Girl From Everywhere* (Edward F. Cline, 1927), da série *Bathing Girls*. D`Haeyere cita

⁷⁶ Utilizaremos a definição apresentada por Abraham Moles. De acordo com o autor, o termo Kitsch surgiu em Munique, por volta de 1860. Vem do alemão *Kitschen*, que quer dizer atravancar e, mais especificamente, fazer móveis novos com velhos. O Kitsch é uma negação do autêntico, uma mercadoria ordinária e, por isso, ganha um sentido ético pejorativo. (MOLES, 1994, p. 10).

Moles caracteriza as cores do kitsch: “Os contrastes de cores puras complementares, tonalidades de branco, sobretudo a passagem do vermelho ao rosa-bombom fondant, ao violeta, ao lilás-leitoso, as combinações de todas as cores do arco-íris, misturadas ao máximo, constituem uma característica frequente do colorismo kitsch” (MOLES, 1994, p.55).

um *release* do departamento de publicidade de Sennet afirmando que seria a primeira vez que as cores do technicolor seriam usadas em comédias. Satisfeito com o resultado obtido, Sennet ainda utilizaria a tecnologia de cores de Kalmus em outras comédias produzidas no final da década de 1920. As sequências em Technicolor nos primeiros filmes de Sennet tinham por objetivo mostrar a beleza feminina em belas paisagens. *The Girl From Everywhere*, por exemplo, termina com a cena de uma mulher posando com arco e flecha como a deusa grega Diana. As obras seguintes do produtor também empregavam as cores para exibir o corpo feminino em movimentos atléticos, mergulhando ou dançando, em contrapartida às sequências de comédia em preto e branco. Em 1930, após mais de seis meses de testes, um alto investimento em laboratório e material químico, Sennet lançou sua primeira comédia de longa-metragem filmada em cores, *Radio Kisses* (Leslie Pearce, 1930) através de um sistema criado por ele, o Sennet-Color.

Em 1957, o estatuto *Elements of Color in Professional Motion Pictures*, redigido pela *The Society of Motion Picture and Television Engineers*, apresenta a teoria e a prática da fotografia colorida em Hollywood que seria utilizada na década de 1950 e relaciona ainda mais as comédias às cores fortes. Na publicação, sugerem um plano geral de cor para os filmes:

Uma imagem em cores como um todo, bem como sua sucessão de sequências, deve ser concebida não só na harmonia de cores, mas também na principal cor correta. Para um *western*, por exemplo, funciona bem se apenas adicionamos quantidades generosas de vermelho para a coloração natural do ar livre. Cores quentes e neutras contribuem para a realidade afetiva de um filme clássico. Um musical ou um espetáculo exige uma ampla gama de cores saturadas e enfáticas. Uma comédia é geralmente concebida em um efeito de fundos brilhantes e cores acentuadas. E assim por diante. Além disso, dentro de uma imagem torna-se desejável usar diferentes efeitos em diferentes sequências, pois se a história muda de local e clima, ela é seguida por mudanças de cor adequadas⁷⁷. (*The Society of Motion Picture and Television Engineers*, 1957, p. 40, tradução própria)

Nos anos seguintes, o desenvolvimento das tecnologias cinematográficas, como câmeras mais flexíveis, novas películas e emulsões, propiciou aos cineastas a liberdade

⁷⁷ A color motion picture as a whole, as well as its succession of sequences, must be conceived not only in color harmony but also in the proper color key. A western, for example, plays well if we merely add generous quantities of red to the natural coloring of the outdoors. Warm, neutral colors contribute to the homely reality of an historical classic. A musical or a pageant calls for a broad gamut of saturated, emphatic colors. A comedy is usually conceived in an effect of bright backgrounds with sharp color accents. And so on. Moreover, within a picture it becomes desirable to use different effects in different sequences, so that the story changes in locale and mood are attended by appropriate color changes

criativa para usar as cores da maneira que bem entendessem. Todavia, os filmes de comédia continuavam a portar cores específicas, especialmente aquelas consideradas quentes, (vermelho, laranja e amarelo), que causavam alegria e bem-estar. Filmes desse gênero ainda ostentavam composições policromáticas, saturadas e brilhantes, de caráter arlequinal. Marcel Martin afirma que não havia necessidade da cor ser sempre realista “e que deveria ser utilizada antes de tudo em função dos valores e das implicações psicológicas e dramática das diversas tonalidades (cores quentes e frias).” (MARTIN, 2011, p.75).

Na virada do milênio, o surgimento dos suportes digitais proporcionou maior flexibilidade no tratamento da imagem de um filme. A tecnologia possibilita um controle quase que absoluto sobre a imagem. Os autores André Gaudreault e Philippe Marion (2016, p.70) sugerem que, para aqueles cineastas mais exigentes e perfeccionistas, “o controle potencial que o digital oferece pode se mostrar particularmente tranquilizador, pois lhes proporciona o domínio de todo processo criativo”. O fluxograma digital constituído por câmeras, a própria imagem binária e os *softwares* de tratamento de cor viabilizam novos (ou antigos) desejos dos cineastas. Misek ainda explica que:

Agora, o visual de filme não é mais definido durante a produção. Cor primária agora é ajustada digitalmente. A classificação agora é realizada digitalmente; devido a isso, podemos ajustar o balanço das cores sem as restrições inerentes à marcação de cor fotoquímica. Vermelho, verde e azul pode ser ajustados em qualquer combinação, sem causar redução na exposição. Por outro lado, a exposição pode ser alterada sem afetar o balanço de cor. E este é apenas o começo do que agora pode ser feito com a cor⁷⁸. (MISEK, 2010, tradução própria).

As cores nos filmes do gênero comédia assumem então os mais diversos significados acumulados ao longo do tempo, que vão do humor, à emoção, à vida, à felicidade, e a construção dos personagens. Seu uso nas comédias nacionais não fugiria dessas acepções. O coordenador de pós-produção da O2 Filmes, Luís Ignácio Barrague, argumenta que associação entre as comédias e o excesso de cores visa criar uma estilística visual por gênero de filme. Segundo Barrague, a tendência ao excesso de cores é um dos mitos criados na indústria, e, neste caso, criou-se a associação de que a comédia tem que ter uma imagem saturada. (BARRAGUE, 2017).

⁷⁸ A film look is now typically no longer set during production. Primary colour grading is now carried out digitally; as a result, it can be used to adjust colour balance without the restrictions inherent in photochemical colour timing. Red, green, and blue can be adjusted in any combination, without causing reduced exposure. Conversely, exposure can be changed without affecting colour balance. And this is just the beginning of what can now be done with colour.

Para o colorista Marcos Tenchella (2017), a narrativa de uma comédia é mais difícil, sendo mais problemática comparada a um filme dramático. Para o colorista, uma comédia se dá em pequenas sutilezas. Uma piada não depende só do texto, depende do ator, de sua feição e de seu gestual. Então um filme de comédia não pode ser escuro porque os elementos engraçados nem sempre são aqueles que estão no texto, são detalhes que estão no subtexto, nos pequenos gestuais, no olhar de um ator. Geralmente o fato das comédias serem mais luminosas e saturadas serve para criar um super estímulo e, em decorrência disso, tornar a história mais engraçada.

As cores assumem papel fundamental dentro de um filme. O projeto cromático serve tanto para adornar quanto para auxiliar na narrativa de uma obra cinematográfica. De acordo com a também colorista Letícia Blanco, a cor tem que conversar com a mensagem do filme. Blanco justifica: “Da mesma forma que você não iria contar uma boa notícia para alguém usando a marcha fúnebre como trilha-sonora, ou você não iria em um enterro ouvindo um axé [...]. A cor é como a música, tem que refletir o clima do filme”. (BLANCO, 2017).

*

E no Brasil, como foi o desenvolvimento do cinema colorido?

3 A COR NO CINEMA BRASILEIRO

O desenvolvimento do cinema colorido brasileiro ocorreu com atraso em relação aos Estados Unidos e à Europa, particularmente a França. As técnicas utilizadas em território nacional se mostraram precárias ou de baixa qualidade se comparados àquelas estrangeiras. Ao longo da história, o Brasil tanto exportou filmes para serem colorizados no exterior, quanto importou técnicas de colorização manuais, métodos de tintagem e viragem, sistemas aditivos e subtrativos diversos assim como tecnologias eletrônicas e digitais dos grandes centros.

Este capítulo visa um breve panorama do cinema em cores no Brasil, a partir de suas técnicas, desde o período do cinema silencioso e seus métodos manuais de colorização à época atual com suas tecnologias digitais de *grading*. O estudo se ressentia da falta de uma bibliografia específica mais ampla sobre a utilização das cores na cinematografia nacional. Aqui, nosso fio condutor será a excelente pesquisa de Natália de Castro sobre a cor no cinema mudo, bem como os verbetes “Cor” e “Laboratório”, desenvolvidos por Hernani Heffner para a Enciclopédia do Cinema Brasileiro, a obra de Paulo Schettino, “Diálogos sobre a tecnologia do cinema brasileiro”, também artigos em revistas, páginas da internet além das entrevistas realizadas para esta dissertação.

3.1 As técnicas manuais de colorização

Vamos considerar como filmes coloridos aqueles cuja imagem exibida possui alguma cor, obtida pelas diversas técnicas existentes e aperfeiçoadas ao longo da história, sejam a pintura a mão, estêncil, tingimento, viragem, síntese aditiva ou subtrativa de cores, captura em negativos coloridos ou mesmo pela captação digital.

O cinema herdou de outros meios as técnicas de colorização utilizadas e o costume do público de assistir essas imagens coloridas. Na virada do século XX eram comuns as projeções de fotografias e pequenos filmes coloridos em teatros ou outros recintos. A passagem para a cor não representou uma ruptura, uma vez que essas formas de entretenimento, as fotografias coloridas, o estereoscópio e a lanterna mágica, já existiam e continuaram existindo junto com o cinema. (CASTRO, 2014, p. 55).

De acordo com Hernani Heffner (2000, p. 314), os requisitos técnicos para a criação e manutenção de laboratórios cinematográficos eram muito simples, permitindo o estabelecimento de laboratórios caseiros. Os primeiros profissionais do cinema brasileiro

tinham formação fotográfica o que permitiu a adaptação de processos e equipamentos similares para a revelação e cópiagem de material cinematográfico.

O primeiro laboratório cinematográfico brasileiro foi instalado pela empresa Paschoal Segreto, do diretor de fotografia Afonso Segreto, em 1898, localizado na cidade de Petrópolis, devido às temperaturas médias da região e do elevado grau de pureza da água. Posteriormente o pequeno laboratório transfere-se para o Rio de Janeiro, utilizando os equipamentos para a revelação fotográfica, como um quarto escuro e a própria câmera de filmar como copiadora. (Heffner, 2000, p. 314),

Castro (2014, p. 59) afirma que na imprensa brasileira existem registros de filmes coloridos em anúncios de compra, venda ou mesmo de sessões cinematográficas desde 1897. Muitos dos filmes nacionais e estrangeiros, em exibição, eram apresentados como “coloridos”, mesmo eles sendo preto e branco. O “colorido” aqui funcionava como um adjetivo para se referir a algo interessante, diferente, ou que chamasse a atenção. E mesmo os filmes realmente coloridos não possuíam especificação da técnica de colorização. Dentre os anúncios citados pela autora, apenas dois mencionam filmes virados e, mesmo assim, são exceções: no jornal *A Imprensa*, em 28/07/1908, onde é anunciado Othelo, “fita dramática, de magnéticas e encantadoras viragens” (A IMPRENSA, 1908 apud CASTRO, 2014, p.59) e em *A Província*, em 31/01/1909, onde lê-se “Simphonya. O magnetizador, filme muito original, um mimo de fotografia, lindas viragens, sucesso”. (A PROVÍNCIA, 1909 apud CASTRO, 2014, p.59).

Ainda em 1907, o fotógrafo Marc Ferrez estabelece contatos comerciais com Charles Pathé, obtendo, no ano seguinte, a representação exclusiva do fornecimento de fitas e equipamentos da companhia francesa no Brasil. A partir de 1908, a família Ferrez, já proprietária dos cinemas Pathé Palace e o Cine Pathé, passa a enviar materiais produzidos no Brasil para serem colorizados na capital francesa, na empresa de Pathé, que se destacava pelo desenvolvimento de diversas técnicas de colorização. Um desses filmes foi *A Mala Sinistra* (Antônio Leal, 1908), uma co-produção entre Labanca, Leal e Cia, Photo-Cinematographica Brasileira, e que terminava, de acordo com a imprensa da época, em uma “apoteose colorida”. (HEFFNER, 2000, p. 153).

Deve-se aos Ferrez a filmagem de uma das primeiras comédias feitas no Brasil. Chamava-se *Nhô Anastácio chegou de viagem* (Julio Ferrez, 1908) e contava a história de um homem do interior que visita o Rio de Janeiro pela primeira vez. Mostra seu desembarque na Estação da Central, os passeios pela cidade, o flerte com uma cantora da cidade e o fim de suas aventuras com a chegada da esposa. (SOUZA, 2007, p. 23).

Na década de 1910, há o início de uma certa padronização dos trabalhos mais técnicos, estabelecida pelo cineasta e diretor de fotografia Alberto Botelho, que obtém bons resultados nos tratamentos e cópias e por Luiz de Barros, que introduz o copiador e o densitômetro da marca Lobel no país, conseguindo então um controle de densidade e uma marcação de luz mais apurados. (HEFFNER, 2000, 314).

Na mesma época, Francisco de Almeida Fleming, cineasta nascido na cidade de Ouro Fino, sul de Minas, começa suas experimentações no cinema. Sua paixão pelo cinema começou aos 10 anos, quando assistiu a um filme na sala de exibição de seus irmãos, proprietários da Empresa Almeida & Cia., que administravam salas de exibição na cidade de Pouso Alegre. A partir dessa data, comprou uma câmera e deu início às atividades da América Filmes. Fleming rodou mais de 100 filmes e em sua grade maioria colorizados à mão, como *Noite de São João* (1920). (HEFFNER, 2000, p. 153).

Já na década de 1920, a maior parte dos filmes brasileiros incorporam as viragens, apesar das dificuldades iniciais na manipulação dos banhos. Duas empresas se destacaram com essa técnica. Uma delas a Independencia Omnia Film, dos irmãos José e Paulo Menotti Del Picchia e Armando Pamplona, que produziram *Vício e Beleza* (Antônio Tibiriçá, 1926) e *Fogo de Palha* (Joaquim Canuto, 1926). A outra era a Benedetti Film, criada pelo cineasta Paulo Benedetti, que produziu, dentre outros filmes, *Braza Dormida* (Humberto Mauro, 1928) e *Barro Humano* (Adhemar Gonzaga, 1929). Houve um aprimoramento na imagem desses dois últimos filmes em decorrência do trabalho do fotógrafo Edgar Brasil e da manipulação dos negativos feita por Paulo Benedetti. (HEFFNER, 2000, p. 153).

Paulo Benedetti teria realizado mais experimentos com filmes coloridos usando um processo de síntese aditiva, com filtros na filmagem e na projeção, adaptado do sistema kinemacolor inglês. A qualidade do material teria surpreendido os poucos espectadores do filme, como o crítico de cinema da época, Pedro Lima, que elogiou o realismo alcançado, a nitidez das cores e a definição da imagem. Benedetti realiza ainda um conjunto de filmes sobre a cidade do Rio de Janeiro, entre 1938 e 1942, que atingem uma qualidade de imagem similar ao das películas coloridas estrangeiras em exibição naquela época. (HEFFNER, 2000, p. 153).

3.2 A diversificação dos métodos de cor

A partir da década de 1920, houve um crescimento no número de laboratórios, com a introdução de máquinas, uma padronização técnica em substituição ao trabalho manual e aos

teares e a pluralização dos métodos de obtenção de cor. A passagem para o filme sonoro torna necessária a importação de novos equipamentos e o desmantelamento dos pequenos laboratórios como os do Botelho Film e Fan Film. (HEFFNER, 2000, p. 314).

Heffner (2000, p. 314) aponta como um importante marco no desenvolvimento e atualização tecnológica dos laboratórios brasileiros a vinda dos fotógrafos e laboratoristas húngaros Adalberto Kemey e Rudolf Lustig, em 1926. Os dois profissionais adquirem o laboratório da Independência Omni Film em 1928 e o transformam em Laboratórios Rex, onde implantam métodos mais científicos de trabalhos, com controle de tempo e temperatura, buscando melhores parâmetros técnicos de processamento e revelação. O avanço na qualidade dos serviços e equipamentos apresentados pelo Laboratório Rex não tem repercussão imediata, levando quase vinte anos para que seus investimentos sejam aceitos no mercado, estabelecendo a Rex como um dos melhores laboratórios do país na fase do cinema preto e branco. (HEFFNER, 2000, p. 314).

Nos anos 30, é inaugurada a Cinédia S.A., por Adhemar Gonzaga, que investe alto em equipamentos de revelação e cópia. Adquire uma máquina reveladora Multiplex, da francesa DeBric, para revelação contínua, eliminando a partir disso as flutuações e ondulações na imagem provocadas por teares ainda manuais e uma copiadora Matipo, também da DeBric, mais precisos na marcação de luz. (HEFFNER, 2000, p. 314).

Fora do Brasil, os sistemas de síntese substrativos, como o Technicolor III, começam a fazer sucesso. O produtor norte-americano Wallace Downey convence o diretor Adhemar Gonzaga a importar dos Estados Unidos um processo similar e mais acessível, o Cinecolor, que utilizava um método bicromático, de duas emulsões, para ser utilizado no final da obra *Alô, Alô, Carnaval* (Adhemar Gonzaga, 1936). (HEFFNER, 2000, p. 153).

Após a separação da dupla, Downey adquire os equipamentos de filmagem e as películas que são empregados no filme *João Ninguém* (Mesquitinha, 1936). Nessa obra há uma sequência de sonho do personagem principal, também interpretado por Mesquitinha, que é realizada em cores. É importante ressaltar aqui que essa alternância entre realidade/preto e branco e sonho/colorido chegou aos cinemas antes de outro famoso filme que utilizava essa técnica, o já comentado *Mágico de Oz* (*The Wizard of Oz*, Victor Fleming, 1939). E devido à baixa qualidade das cores naquele momento, o cinema brasileiro também deu às cores significados não realistas. De acordo Heffner, tradicionalmente considera-se esse trecho a primeira utilização da cor no cinema brasileiro. (HEFFNER, 2000, p. 153).

Em 1936, sob o governo de Getúlio Vargas, foi criado o Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE), com o objetivo de criar uma “imagem” para o Brasil, assim como

outras instituições, como Museu Nacional de Belas-Artes e o Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN). O INCE produzia filmes sobre cidades históricas, personagens da história nacional e eventos oficiais do governo e sobre atividades da ciência no país. Foram produzidos filmes de divulgação de pesquisas científicas e filmes de apoio às disciplinas regulares das escolas.

O INCE teve como um de seus realizadores o cineasta Humberto Mauro, nascido em Cataguases (MG), que produziu pelo instituto diversos curtas e médias-metragens que carregam sua visão pessoal. Desde o início da produção, Mauro buscou maneiras de tornar os filmes educativos mais prazerosos e palatáveis ao público. O diretor realizou pelo INCE o primeiro filme inteiramente colorido apresentado ao público, ainda que fora do circuito comercial, *Orquídeas* (1937), utilizando um negativo *Kodachrome*. Em decorrência do elevado custo dessa película e de sua revelação, realizada nos Estados Unidos, o INCE interrompe a produção de filmes usando o *Kodachrome*. (HEFFNER, 2000, p. 153).

Quando participa do Festival de Veneza de 1938, Mauro provavelmente tem contato com o Dufaycolor, um processo híbrido inglês no qual a película preto e branco utiliza os filtros RGB em forma de retícula que é capaz de adicionar as cores na formação da imagem na tela, e recomenda o uso no em produções brasileiras. O diretor de fotografia Manoel Ribeiro faz alguns testes com o Dufaycolor e seu negativo reversível de 16 mm em três obras *Jardim Zoológico do Rio de Janeiro* (1939), *Dia da Pátria* (1939), *Parada da Mocidade e da Raça* (1939). Humberto Mauro e Eduardo McClure produzem entre 1940 e 1944 uma série de títulos médicos, como *Técnica de Autópsia em Anatomia Patológica* (1941) e *Extrofia de Bexiga* (1941), contudo, devido à baixa qualidade da imagem do Dufaycolor, a dupla volta a utilizar o *Kodachrome* em suas realizações. (HEFFNER, 2000, p. 153).

Na década de 1940 são inaugurados os laboratórios da Atlântida e o da Cinegráfica São Luiz. Segundo Heffner (2000, p. 314), ambas as empresas são criticadas pelo desprezo com normas de trabalho, pela baixa qualidade dos produtos químicos e pelos péssimos resultados finais: uma imagem sem relevo, opaca, com variações bruscas de luz e sujeira e o sim abafado e distorcido.

Nessa época acontece uma maior diversificação de empreendimentos no cinema brasileiro, em dois caminhos distintos. Um deles seria a criação de grandes e modernos estúdios, com o objetivo de alcançar um padrão internacional de produção, como os estúdios paulistas da Vera Cruz e da Maristela. Outro, o surgimento de produtores independentes e empresas prestadoras de serviços, que forneciam a infraestrutura de produção e finalização,

sem visar uma produção própria. (HEFFNER apud Melo, 2015). Neste último caso se enquadra a Companhia Industrial Cinematográfica.

A Companhia Industrial Cinematográfica é fundada em 31 de outubro de 1947 pelos engenheiros de som franceses Mathieu Adolphe Bonfanti e Paul Alphonse Duvergé, por Luiz de Barros e pela cantora lírica Gabriela Besanzoni Lage, que logo sai da sociedade. A CIC inaugurou um moderno estúdio de som e laboratório, oferecendo um sistema de aluguel/hora, com serviços de montagem, edição de som, dublagem, gravação de trilha musical e mixagem (HEFFNER apud Melo, 2015). A empresa implementa testes com películas, buscando uma melhor qualidade da imagem. Abre-se a possibilidade de tratamentos com texturas mais “sujas”, com maior latitude entre as altas e baixas luzes e admissão de luzes estouradas, como vemos no preto e branco de *Rio, 40 graus* (Nelson Pereira dos Santos, 1955). A destruição de suas instalações por incêndio em 1957 levou ao fechamento da empresa. (HEFFNER, 2000, p. 315).

Em 1944, José Augusto Rodrigues fundou o Laboratório Odeon, no prédio do Cine Odeon, na Cinelândia, dedicado a trabalhos pequenos. Depois, em 1954, a empresa se mudou para um casarão em Botafogo (RJ) e foi rebatizada como Líder Cine Laboratórios. O fechamento da CIC e a primeira lei que obriga a copiagem de filmes estrangeiros no Brasil abrem caminho para a ascensão comercial da Líder Cine Laboratório nos anos seguintes. (HEFFNER, 2000, p. 315).

Ao longo da década de 1940 e 1950, diversos cineastas estrangeiros desembarcam no país em busca do exotismo visual do Brasil. Vários títulos são então produzidos. Orson Welles produz *Story of Samba*, em 1942, em Technicolor. Na década de 1950, Julien Lesser realiza *Amazônia Indomável* (1952) também em Technicolor, Gian-Gaspere Napoletano filma com Ferrania *Magia Verde* (1953), Zygmunt Sulestrowski usa Ancoscolor com *Feitiço de Amazonas* (1954), Curt Siodmark utiliza Eastman Kodak com *Escravos do Amor das Amazonas* (1957). Todavia, poucos profissionais brasileiros trabalharam nessas obras, devido à falta de experiência em lidar com os complexos métodos de filmagem em cor e falta de equipamentos adequados para a revelação e copiagem em território nacional. (HEFFNER, 2000, p. 153-154).

Em São Paulo, é formada em 19 de setembro de 1952 a produtora paulista Multifilmes por um grupo de empresários ligados originalmente a empreendimentos nas áreas de tecido, papéis, mecânica e a área financeira. O produtor geral nomeado para administrar a produtora foi o italiano Mário Civelli. O escritório central foi instalado na rua Martim Francisco, em São

Paulo e os estúdios município vizinho de Mairiporã, onde ocupavam um terreno de 50 mil metros quadrados. (SOUZA, 2000, p. 392).

Em 1953, a empresa lança comercialmente o primeiro longa-metragem brasileiro em 35 mm filmado em um processo substrativo de cor, o melodrama *Destino em Apuros*, dirigido por Ernesto Remani e com fotografia de H. B. Corel, que utilizaram o sistema o Ancoscolor. Os negativos precisaram ser revelados no laboratório americano Houston Color, que resultou em um orçamento muito maior do que o previsto para o filme. O custo final da produção chegou a 6 milhões de cruzeiros e passou do orçamento determinado pelo próprio estúdio. Quando lançado nos cinemas, as cores do filme receberam críticas negativas por parte da imprensa: o colorido foi considerado de má qualidade, sendo considerado um borrão. A obra não obteve um bom retorno de bilheteria e a Multifilmes não conseguiu recuperar o dinheiro investido. (HEFFNER, 2000, p. 153-154).

A partir da década de 1950, outros sistemas de cor passam a ser utilizados no Brasil. O diretor argentino Carlos Hugo Christensen passa a morar no Rio de Janeiro e retrata a cidade de maneira carinhosa, realizando, entre 1958 e 1965, uma série de comédias e aventuras românticas ambientadas nas paisagens locais. Para tanto, utiliza um sistema Agfacolor, da alemã Agfa, obtendo uma melhor qualidade na definição e composição da imagem. Como disse Marcelo Miranda (2015), os títulos dos filmes denotavam aquilo que Christensen buscava: *Meus Amores no Rio* (1958), *Matemática Zero... Amor Dez* (1960), *Amor para Três* (1960), *Esse Rio que Eu Amo* (1962), *Crônica da Cidade Amada* (1965). (MIRANDA, 2015).

Já os irmãos e diretores Geraldo e Renato Santos Pereira utilizam outro método de cor, o Gevacolor belga, em sua produção sobre a Inconfidência Mineira, *Rebelião em Vila Rica* (1958). De acordo com Heffner (2000, p. 154), esse negativo tinha baixa saturação, o que auxiliou na busca pelo realismo pretendido pelos produtores.

Nas décadas de 1950 e 1960, dois novos elementos facilitaram a produção de filmes em cores no Brasil. Um deles, a popularização do negativo Eastman Kodak no cinema nacional, que já dominava as produções estrangeiras e oferecia uma boa qualidade de imagem. Outro fator foi o investimento do laboratório Rex em novas tecnologias de cor. A empresa introduziu a revelação em cores em 1956, voltada, inicialmente, aos filmes publicitários. O laboratório também instala equipamentos da marca alemã ARRI, necessários para o desenvolvimento do cinema em cores no Brasil. O primeiro filme a utilizar a tecnologia alemã foi *A Morte Comanda o Cangaço* (1961), dirigido por Carlos Coimbra e considerado por Heffner (p.154), o marco da nacionalização do processo de cor. O filme

apresenta, em cores fortes e planos gerais e abertos, o sertão nordestino, a caatinga e seus majestosos monólitos.

Entretanto, poucos filmes são realizados em cores devido aos altos custos de filmagem, revelação e processamento, o que não possibilitava um retorno comercial. O mercado fica reservado para grandes produções como *Madona de Cedro* (1968), de Carlos Coimbra, as realizações de Carlos Hugo Christensen, algumas comédias de Mazzaropi e filmes de ciclo de cangaço, como *Lampião, Rei do Cangaço* (Carlos Coimbra, 1964) e *Maria Bonita, Rainha do Cangaço* (Miguel Borges, 1968). (HEFFNER, 2000, p. 154).

Heffner relata que os cineastas do Cinema Novo também se mantiveram longe das cores por motivos estéticos e financeiros. Um dos primeiros diretores do grupo que se aventurou na cor foi Arnaldo Jabor, que realizou seu curta-metragem, *O Circo* (1965), na Líder Laboratórios. O filme, contudo, teve problemas no processamento e apresentou cores com baixa qualidade. (HEFFNER, 2000, p. 154).

É importante destacar o trabalho do diretor Glauber Rocha e do fotógrafo Affonso Beato, que buscam uma nova estilística visual em *O Dragão da Maldade Contra o Santo Guerreiro* (Glauber Rocha, 1969), uma espécie de colorido tropical, que ficou conhecido como “Tropicolor”. Usava-se a cor para ressaltar e afirmar uma realidade, no caso o sertão baiano, e se caracterizava pelo alto contraste e elevada saturação. De acordo com Beato:

Não havia recursos. E isso fazia com que a densidade das cores ficasse muito alta e havia uma saturação, que era o que a gente queria das cores primárias. E isso tudo era meio combinado com o desenho de arte, cores, vestidos, onde houve uma interferência estética (BEATO apud RIBEIRO, 2014, p.05).

Essa característica visual será abordada em outros filmes da fase tropicalista do cinema brasileiro, no final da década de 1960. Em *Macunaíma* (Joaquim Pedro de Andrade, 1969), o fotógrafo italiano Guido Cosulich explora as características cromáticas consagradas pela pintura modernista e alcança cores ainda mais quentes e saturadas.

No final da década de 1960 e início da década de 1970, há uma maior produção de filmes coloridos. Rodolfo Neder (1969, p. 49) afirma que, em 1968, quase duas dezenas de produções cinematográficas são coloridas. Essa movimentação em direção à cor ocorre devido a dois fatores. Um deles, a entrada em funcionamento da unidade paulistana dos laboratórios Líder, que recebeu grandes investimentos e ficou responsável pela manipulação das obras cinematográficas em cor, enquanto o Rio de Janeiro trabalharia apenas com o preto e branco. O diálogo entre Paulo Schettino e Zaíra Rodrigues, filha do empresário José

Augusto Rodrigues, proprietário da Líder, explica como foi a entrada do laboratório em São Paulo:

P – A Líder Rio entra no mercado de cinema de São Paulo adquirindo a Policrom, um laboratório pequeno no Bixiga que já estava trabalhando com cores.

Z – Certo, apesar do meu pai querer fazer um laboratório mais moderno. Então contratou químicos que foram para lá aumentar o laboratório, na 13 de Maio, e foi um período duro já que a Rex existia, era um bom laboratório e também fazia colorido. (RODRIGUES apud SCHETTINO, 2007, p. 247).

Outro fator foi o início das transmissões em cores para televisão no Brasil. Schettino, na mesma entrevista com Zaíra Rodrigues, relata que:

P – Na realidade, quem puxa o avanço é a demanda da televisão. Quando o cinema publicitário em São Paulo ficou forte, produzia centenas de comerciais, o volume era imenso, e quando a televisão a cores é implantada no Brasil o laboratório tinha que ter uma qualidade profissional para cores. Uma outra coisa que a gente sempre tem que ter em mente quando se trabalha com o lado industrial do cinema, o cinema como indústria, se você faz um lançamento com cinquenta cópias, elas devem ser iguais, e só se consegue cópias iguais se houver um controle rígido de qualidade. Isso, acredito, pressupõe o carinho com que o sr. Rodrigues investiu nessa área de tecnologia. (SCHETTINO, 2007, p. 248).

A empresa fez grandes investimentos em sua filial paulistana. Ainda de acordo com Neder (1969, p. 49), a Líder adquire novas máquinas ARRI, totalmente automáticas, que revelam 2.500 metros (negativos e positivos) por hora, copiadoras Geyer, para a síntese substrativa de 20.000 metros de película em cada dez horas de trabalho, além de novas máquinas para processar filmes de 16 e 35 milímetros, reduzindo ou ampliando os negativos. De acordo com Heffner, pouco tempo depois, em 1972, o faturamento da Líder permitiu que ela absorvesse o Laboratório Rex. Em 1974, a Líder Rio se mudou para uma nova sede, em Vila Isabel, e continuou crescendo e dominando o mercado.

Nessa década, serão poucos os filmes realizados em preto e branco. Serão igualmente poucas as obras que usarão as cores com consciência estética, equilíbrio e elemento de composição. Apenas algumas produções se destacam pelo uso expressivo da cor, como *São Bernardo* (Leon Hirszman, 1972) e *Lição de Amor* (Eduardo Escorel, 1975), como exemplifica Heffner. (2000, p. 155).

Vale mencionar uma crítica negativa às cores do cinema nacional na revista *Filme e Cultura*. Para Jaime Rodrigues, autor do artigo, até aquela época não havia um verdadeiro tratamento cromático nos filmes brasileiros e a cor seria apenas um elemento acessório. Ainda

de acordo com Rodrigues, a falta da qualidade das cores refletia um problema mais grave e histórico: a precariedade da infraestrutura técnica, amadorismo profissional e a supervalorização das viabilidades, conflitos de interesse e a influência estrangeira na política cinematográfica local.

O filme colorido brasileiro de hoje se coloca no nível da mercadoria de liquidação, da mercadoria de baixa rotação de estoque que, para ser consumida, necessita de apelos (para usar a expressão correta), de *merchandising* para circular. [...] A cor, no cinema brasileiro, é uma tentativa de sobrepor às indefinições legais, um veículo de apelo popular. (RODRIGUES, 1970, p. 7-9).

Nas décadas de década de 1970 e 1980, os laboratórios Líder ainda mantém o domínio do mercado cinematográfico. Surge também uma nova geração de negativos EXR⁷⁹ da Kodak que permite novas latitudes de cor, uma melhor definição nas altas luzes, boas passagens entre baixas e altas luzes e filmagem em condições precárias e são utilizados com frequência no Brasil. Atinge-se na década de 1980 o domínio da filmagem, do processamento e tratamento dos filmes em cor no Brasil. (HEFFNER, 2000, p. 154).

3.3 As técnicas eletrônicas e digitais

Na passagem da década de 1980 para 1990 surgem os primeiros telecines no Brasil e o tratamento das cores passa a ser eletrônico. Alguns laboratórios surgem nessa época, como os Estúdios Mega, com seu MegaColor, a Casablanca e a New Vision. De acordo com o colorista Marco Oliveira, os telecines eram compostos por um *scanner*, mesas de correção de cor, equipamento de amplificação de sinal, VTs e monitores, que formavam um conjunto de máquinas extremamente caras e “como era um investimento muito alto, eram poucas casas que existiam no Brasil. E a correção era basicamente para publicidade”, ressalta Oliveira (OLIVEIRA, 2017).

Outro profissional da imagem que estava presente nesse período de transição, Gigio Pelosi, relembra que o cinema acabou seguindo o fluxo natural da mudança de plataformas. Na época, trabalhava-se com película, telecine dos mais avançados, como nos grandes centros de cinema. “Lógico que em uma quantidade e em uma escala muito menor e talvez com uma

⁷⁹ https://www.kodak.com/uploadedfiles/motion/5293_ti1945.pdf

deficiência pequena, mas não relevante do aparelhamento do parque tecnológico”, ressalta Pelosi. (PELOSI, 2017).

De acordo com o colorista Ely Silva (2017), a produtora New Vision foi uma das precursoras do processo de pós-produção no Brasil, criando um método chamado pela empresa de CineVT e trazendo para o mercado brasileiro o primeiro telecine profissional de pós-produção, da marca Ursa, na metade da década de 1980. Silva ainda recorda que

Todos os formatos de trabalho, linguagem, estética, conhecimento e adaptação técnica dessa nova linguagem e forma de trabalho tiveram que ser criados. Foi um período de muitos processos empíricos experimentais. Assim foi o começo. Os primeiros estudos foram dentro de um laboratório cinematográfico que se chamava Líder Cinematográfica, que foram estudos em relação à forma de correção de cor física nas películas. (SILVA, 2017).

Em 1998, o tradicional laboratório Líder ganha um novo investidor, Wilson Borges, que saldou dívidas, adquiriu novos equipamentos e mudou o nome da empresa para LaboCine, buscando sobrevivência no início do cinema digital brasileiro. Embora tenha investido na digitalização dos sistemas, em animações computadorizadas e na restauração de filmes, como *Alô, Alô, Carnaval* (Adhemar Gonzaga, 1936), *Aviso aos navegantes* (Watson Macedo, 1950) e *Vidas Secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963), a Labocine fecha as portas em 2015. A então presidente da Labo, Silvia Rabello, explica um dos motivos do fechamento:

O problema é que 95% do faturamento vinham das cópias em película, e o restante do trabalho de pós-produção dos filmes. Como quase não há filmes em película sendo feitos, ficou inviável manter a empresa desse tamanho. (RABELLO apud MIRANDA, 2016).

Na virada da década de 1990 e 2000, há o estabelecimento de grandes casas de pós-produção, que também possuíam laboratórios de revelação e processamento de películas, como o MegaColor e a Casablanca. Assim como na época da introdução dos telecines no mercado, a publicidade foi o setor do audiovisual que possuía os recursos para o investimento em parques tecnológicos digitais. O cinema brasileiro acabou herdando do setor publicitário toda essa sofisticada estrutura de processamento de cor.

Mais recentemente, acontece o que Blasiis (2017) chama de tripla transição, ou seja, a passagem da captação, da pós-produção e da exibição para o sistema digital. A primeira etapa a realizar transição foi a pós-produção. Ou seja: a captação ainda era realizada em película, que era transferida via scanner para formatos digitais e finalizada em digital, posteriormente, retomava para película, via transfer, para exibição. Com o tempo, a captação e a exibição

fizeram a transição para o digital quase que simultaneamente. O Brasil consegue enfim chegar em um nível técnico compatível com aquele dos grandes centros.

4 O “NATURALISMO COLORIDO”. DESCRIÇÃO ANALÍTICA DE TRÊS COMÉDIAS DA GLOBOFILMES

Analisaremos agora três comédias produzidas pela Globo Filmes: *Se Eu Fosse Você 2* (Daniel Filho, 2009), *Ate que a Sorte nos Separe*, (Roberto Santucci, 2012) e *Qualquer Gato Vira-Lata* (Tomas Portella, 2011). Esses filmes possuem uma peculiaridade: são ou originaram continuações. Omar Calabrese (1987, p. 44) sugere que a repetição (ou continuação) está relacionada à estrutura do produto. Há uma reutilização de elementos narrativos e recursos técnicos que apontam para uma quase padronização do produto cultural. Nessas obras cinematográficas, personagens, cenários e até mesmo o projeto cromático se repetem nas continuações com o objetivo de agradar a uma audiência já acostumada com a obra original, vista anteriormente nos cinemas.

Para a análise dessas obras cinematográficas, usaremos o suporte teórico e metodológico dos autores Laurent Jullier e Michel Marie (2009). Eles propõe a separação do filme em três partes, cada uma delas possibilitando uma visão diferente da estrutura fílmica: o plano, a sequência e, por último, o filme como um todo. O plano, segundo os autores, deve ser compreendido de acordo com o ponto de vista da câmera, a composição dos cenários e a atuação dos personagens (2009, p. 42). Para Jullier e Marie, a sequência é um “conjunto de planos que apresenta uma unidade espacial, temporal, espaço temporal, narrativo (a unidade de ação) ou apenas técnico (planos que se seguem, filmados com algumas regras comuns)” (2009, p. 42). Já o estudo do filme como um todo observa a ação dos personagens, focalizando-se no enredo da obra (2009, p. 60).

A análise dos filmes foi realizada da seguinte forma: descrevemos a narrativa da sequência, as manifestações cromáticas associadas e, posteriormente, apresentamos as imagens do trecho selecionado. No final de cada subcapítulo, há uma abordagem mais detalhada do projeto cromático de cada filme. Os filmes foram estudados em DVD, na resolução de 720x480, 8 bits linear, 29.97 fps. e ainda reescalados para 1366x768, resolução de tela do notebook, o que diminui bastante o alcance das cores e do brilho das imagens em relação àquela original, projetada no cinema. Os frames das cenas foram capturadas desse DVD e salvas em um arquivo tiff sem compressão, mas que não refletem totalmente a imagem vista no cinema. Confesso que me surpreendi com tamanha diminuição do brilho e da saturação das imagens em DVD. Por ter trabalhado nos filmes, analisado suas imagens em um projetor calibrado e em tela grande, notei bastante diferença entre os materiais.

4.1 *Se Eu Fosse Você 2* – O Convencional

Se Eu Fosse Você 2 é um filme produzido pela Lereby Produções, Total Entertainment, Fox Film do Brasil, distribuição da Fox Film do Brasil, com direção de Daniel Filho e fotografia de Nonato Estrela. Foi filmado em 35 mm, com a pós-produção sendo realizada na Casablanca/Teleimage. O *color grading* foi responsabilidade do colorista sênior da empresa, Sergio Pasqualino, utilizando um sistema Lustre, da Autodesk. Foi um dos meus primeiros trabalhos no Lustre, como assistente de *color grading* e conformei algumas sequências de efeito. O primeiro filme foi lançado em 2006 e o segundo filme em 2009 e será essa continuação que iremos analisar por ter sido finalizada em digital.

O primeiro filme conta a história do casal Cláudio (Tony Ramos) e Helena (Glória Pires), casados há mais de 20 anos e que possuem alguns pequenos problemas conjugais. Após uma intervenção astral, os dois trocam de corpo e, sem saber como reverter a situação, precisam aprender a viver como o outro, enfrentando as situações do dia a dia e compreendendo seus problemas e dificuldades.

No segundo filme, Cláudio e Helena voltam a ter diversos conflitos e resolvem se afastar por um tempo. Cláudio resolve então passar uns dias no apartamento de seu amigo solteirão, Nelsinho (Cássio Gabus Mendes). O amigo leva Cláudio para uma festa e, na saída, Helena vê o marido em uma situação de aparente traição, o que a faz pedir o divórcio. Após uma discussão no prédio do advogado da esposa, João Paulo (Marcos Paulo), seguida por uma briga no elevador, o casal acaba trocando novamente de corpos. Para piorar a situação, eles descobrem que a filha do casal, Bia (Isabelle Drummond), de 18 anos, está grávida do namorado Olavinho (Bernardo Mendes). Contrariados com a situação, Cláudio e Helena precisam enfrentar os desafios de estarem novamente um no corpo do outro para poderem organizar a festa de casamento da filha e para viverem os dilemas do cotidiano.

Para o crítico Ricardo Calil (2005), o diretor Daniel Filho importou o tema da comédia sobre a troca de sexos do cinema americano, como a obra-prima *Quanto Mais Quente Melhor* (*Some Like it Hot*, Billy Wilder, 1959), ou de outros filmes como *Tootsie* (*Tootsie*, Sydney Pollack, 1982), *Vitor ou Vitória?* (*Victor Victória*, Blake Edwards, 1982). Já a estrutura narrativa vem da comédia italiana, baseada principalmente nos trejeitos de seus personagens⁸⁰.

⁸⁰ Embora a crítica tenha sido postada em 2005 e diga respeito ao primeiro filme, ela serve também ao segundo.

Apesar da dificuldade em conceituar exatamente o gênero do filme, assumimos nessa dissertação que *Se Eu Fosse Você 2* é uma versão estendida e cinematográfica de uma comédia de situações, uma *sitcom*, formato comum tanto na televisão americana quanto na brasileira. De acordo com o pesquisador Aronchi de Souza, o *sitcom*, abreviação do termo *situation comedy*, ou comédia de situação/costume, é o gênero de programa televisivo mais enraizado na cultura norte-americana. Com histórias curtas e situações cômicas do cotidiano, as *sitcoms* inserem humor na teledramaturgia. “A fórmula é mostrar cenas do cotidiano familiar com exagero das personagens do pai trabalhador, da mãe preocupada, do filho rebelde, do avô doente, de parentes enrolados, da empregada assanhada e de vizinhos chatos” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 136).

Em uma comédia de situações, narradas em um longa-metragem, há uma história principal, em nosso caso a troca de corpo entre os personagens de Tony Ramos e Glória Pires, envolvida por sintagmas cômicos, ou seja, situações engraçadas como as *gags*, piadas, comentários perspicazes e eventos cômicos, dentro de narrativas ficcionais. Sobre esses sintagmas cômicos, os pesquisadores americanos Steve Neale e Frank Krutnick afirmam que “todos eles compartilham, finalmente e fundamentalmente, o fato de serem casos e exemplos do cômico – formas, cuja principal função é serem engraçadas e então ocasionarem risadas”⁸¹. (NEALE; KRUTNICK, 1990, p. 43-44, tradução própria).

Logo no início do filme, há uma sequência, mostrada abaixo na figura 11, na qual Bia, a filha do casal, chega em casa, após conversar sobre sua gravidez com seu namorado Bernardo, e encontra Cláudio e Helena discutindo e falando em separação. Bia, desesperada, diz aos pais que eles não podem se separar e Cláudio minimiza a discussão, mas Helena, nervosa, quebra seu disco de vinil e o expulsa de casa.

Nessa sequência percebe-se o padrão cromático do filme e também de diversas comédias da Globo Filmes. Os tons de pele são naturalistas objetivando as aparências do mundo concreto, para que o espectador tenha a sensação de participar da narrativa do filme e evitar qualquer forma de estranhamento com aquilo que está representado na tela do cinema. O padrão naturalista gera veracidade às histórias de ficção, de qualquer gênero, por mais criativas e utópicas que sejam, como uma troca de corpo entre homem e mulher. Já os elementos de cena como cenário e figurinos apresentam dualidade entre duas cores básicas, o

⁸¹ They all share, finally and fundamentally, the fact that they are instances and examples of the comic – form whose principal function is to be funny and thus to occasion laughter.

vermelho e o azul. Segundo Heller (2013), a combinação do azul com vermelho causa uma impressão simpática e harmoniosa.

Um dos objetivos do uso dessas cores e do excesso de brilho é a caracterização de gênero. É necessário deixar bem claro aos espectadores que estão diante de uma comédia, com cores alegres e contrastantes. As cores trazem a sensação de felicidade e alegria, com personagens que estão passando por problemas familiares, mas que não perdem o humor. A saturação, o brilho e os tons utilizados são fatores que acabam por colaborar e fortalecer o humor, as piadas e as *gags*.

Figuras 11 - Casa de Cláudio e Helena



Fonte: DVD Se Eu Fosse Você 2

A figura 12 mostra Helena/Cláudio chegando em casa, onde sua filha Bia a estava esperando. A filha chama o namorado Bernardo, que estava escondido, para conversar com a mãe (no caso, o pai) sobre sua gravidez e a intenção de se casarem. Helena/Cláudio se surpreende com o namoro da filha, uma vez que apenas a esposa sabia da relação. Ao conhecer Bernardo, diz ao garoto que ele é muito novo para namorar e vai embora, deixando o casal na sala.

É interessante notar a estilística visual aqui representada. Por não existir qualquer sintagma cômico relevante, o padrão naturalista prevalece em detrimento do excesso de cor. Há pouca variedade de cor no conjunto de cenas. Os tons dominantes são os pastéis, um marrom claro presentes na cortina e na parede. Como relata Heller (2013), o marrom é uma cor neutra que combina com todas as outras, não somente tem um efeito adaptativo, como

também retira a força de todas as outras cores. Perto do marrom, até mesmo o vermelho fica apagado, o azul perde sua claridade, o amarelo perde seu brilho.

Figura 12 - Helena, Bia e Bernardo



Fonte: DVD Se Eu Fosse Você 2

Na figura 13, há a sequência em que Cláudio/Helena vasculha o apartamento de Nelsinho e descobre as revistas masculinas e sua geladeira vazia, até seu amigo chegar. Ambos conversam sobre a saída na noite anterior. Aqui há um leve sintagma cômico, caracterizado pelo desconforto de Helena/Cláudio na casa de Nelsinho.

As cores quentes e saturadas no cenário, com paredes amarelas e objetos avermelhados, o excesso de brilho e a ausência de sombras ou áreas escuras são obtidos durante o processo de *color grading*, saturando apenas determinada cor, como o vermelho ou amarelo. Esses elementos combinados servem para permitir ao espectador notar as nuances da interpretação de Tony Ramos e caracterizar e potencializar um sintagma cômico. De acordo com Tenchella:

Quando a gente está em uma comédia, a narrativa de uma comédia é difícil, mais difícil do que um drama. Em todos os aspectos. Uma comédia se dá em pequenas sutilezas. Uma piada, não depende só do texto, depende daquele ator, do gestual daquele ator, da feição daquele ator. Então um filme de comédia não pode ser escuro porque as coisas engraçadas nem sempre são aqueles que estão no texto, são coisas que estão no subtexto, nos pequenos gestuais, no olhar de um ator, geralmente as feições estão ali. Sua paleta de cor vai do realismo ao saturado justamente para estimular a gente. O fato de ser super luminoso ou saturado é para criar um o superestimulo, a predisposição de contar aquela história torná-la engraçada. Então você pode dar a sensação de privação ou superestimular também é possível. Porque você esta estimulando uma pré-disposição para entrar naquela história. (TENCHELLA, 2017).

Figuras 13 - Cláudio/Helena na casa de Nelsinho



Fonte: DVD Se Eu Fosse Você 2

Na sequência do jogo de futebol, figura 14, temos um elemento cômico mais forte. Cláudio e seu amigo Nelsinho vão disputar uma partida de futebol e Cláudio começa no banco. Devido ao calor, Helena, agora no corpo do marido, passa cremes e protetor solar no rosto. Durante a partida, Nelsinho se machuca e pede para Cláudio/Helena entrar em campo. O personagem de Tony Ramos joga mal, permitindo dois gols ao time adversário. No final, após um escanteio, faz um gol por sorte.

Há um excesso de saturação em toda cena e um elevado contraste no uniforme dos jogadores de ambos os times. O uniforme vermelho do time de Cláudio remete à força, à atividade e à agressividade. Heller (2013) nos lembra que vermelho é a cor da guerra e de seu deus, Marte. É também a cor de qualidades positivas como atividade e coragem. Já a camisa do adversário é azul, o oposto do vermelho. É a cor fria por natureza, a cor da razão e da tristeza. O azul é plácido, passivo, introvertido; no simbolismo ele pertence à água, que também é um atributo feminino. No final, o time de Cláudio vence a partida.

O excesso de cor, brilho e saturação em toda sequência, uma das mais hilárias do filme, tem por objetivo, mais uma vez, fortalecer a narrativa cômica e deixar evidente as situações engraçadas e *nonsense* das cenas. O tom mais quente da cena remete ao clima do Rio de Janeiro, onde esse filme e maioria das comédias da Globo Filmes se desenrolam e, principalmente, visa produzir sensações de alegria e festividade nos espectadores.

Figura 14 - Futebol.



Fonte: DVD Se Eu Fosse Você 2

Se Eu Fosse Você 2 é um filme bem produzido tecnicamente - filmado em película 35 mm e com ótima iluminação - e realizado para atrair um grande número de espectadores ao cinema. Possui elementos que já foram apresentados ao grande público, como os mesmos personagens, estrutura narrativa e estilística visual. É um filme voltado à todas as faixas etárias, sem nudez ou palavrado de baixo nível. As diversas situações cômicas, ocasionadas pela troca de sexo entre Tony Ramos e Glória Pires se alternam com situações mais dramáticas e realistas como a separação do casal e a gravidez da filha adolescente.

É interessante notar que a estilística visual de *Se Eu Fosse Você 2* segue também uma certa tradição cinematográfica, um modelo cromático utilizado nas comédias musicais americanas produzidas em Technicolor, que se caracterizava pela variedade de matizes e brilhos acentuados, como em *Como agarrar um milionário* (*How to marry a millionaire*, Jean Negulesco, 1953), figura 15A. O desenvolvimento de novas câmeras e a introdução de negativos que incluíam três canais de cor na própria película, pelas empresas Kodak, Agfa, Ferrania e Fuji tornaram as cores menos chamativas, como visto em *Um convidado bem*

trapalhão (*The party*, Blake Edwards, 1968), figura 15B. Ao longo da história, novas emulsões surgiam e possibilitavam imagens cada vez mais definidas e cores mais equilibradas, como nas recentes comédias de Hollywood *Quero ser grande* (*Big*, Penny Marshall, 1988), figura 15C e *Abaixo o amor* (*Down with love*, Peyton Reed, 2003), figura 15D. *Se Eu Fosse Você 2* dirigido por Daniel Filho, com fotografia de Nonato Estrela e *grading* de Sérgio Pasqualino acompanha essa mesma concepção cromática das comédias de Hollywood.

Figura 15 – Comédias de Hollywood



Fonte: IMDB

O filme também chama atenção por sua “transparência”⁸², termo utilizado na fotografia de cinema e no *color grading* quando os elementos de cena, personagens e cenário estão bem definidos, contrastados, com uma imagem limpa, sem uma cor interferindo em outra, uma qualidade de imagem alcançada na pós-produção. É o que vemos nesse filme como um todo: uma imagem limpa, brilhante e saturada. Uma imagem transparente. Para conseguir essa definição, deve-se isolar cada elemento com máscaras ou por *keyer* HLS, como já descrevemos antes, no capítulo 1.2.

Podemos afirmar que *Se eu Fosse Você 2* possui uma estilística visual naturalista e colorida. O projeto cromático do filme foi pensado e executado para não causar estranhamentos e agradar ao máximo aos espectadores. Onde houve a possibilidade, com boas

⁸² Ouvi esse termo pela primeira vez durante o *color grading* do filme *O Contador de Histórias* (Luis Villaça, 2009). Foi utilizado muitas vezes pelo fotógrafo Lauro Escorel e pelo colorista Ely Silva.

locações, cenários e figurinos, o processo *de color grading*, como complemento da produção cinematográfica, privilegiou o equilíbrio entre o naturalismo e o colorido (matizes, saturações e brilhos) visando apresentar e fixar o gênero da obra, adornar e contribuir para a comicidade da narrativa, reforçando imagetivamente os sintagmas cômicos. Outros filmes coproduzidos pela Globo Filmes apresentam tratamento de cor similar como *Muita Calma nessa Hora* (José Joffily, 2010) e *S.O.S Mulheres ao Mar 1 e 2* (Cris D'Amato, 2014 e 2015).

4.2 Até que a Sorte nos Separe – O Kitsch

Até que a Sorte nos Separe é uma coprodução entre Globo Filmes, Gullane, Paris Filmes, RioFilme e Telecine, com distribuição da própria Paris Filmes, direção de Roberto Santucci e fotografia de Juarez Pavelak. Captado em digital, a pós-produção foi realizada na Casablanca/Teleimage e, dessa vez, o responsável pelo *grading* foi o colorista sênior da empresa, Ely Silva. Fui responsável pelos primeiros testes e visualizações das imagens captadas em um sistema Lustre. O primeiro filme da franquia estreou nos cinemas em 2012 e será essa versão que iremos analisar, uma vez que as continuações, uma lançada em 2013 e outra em 2015, seguiram o mesmo padrão cromático do primeiro.

O filme é inspirado no livro *Casais Inteligentes Enriquecem Juntos*, de Gustavo Cerbasi, lançado em 2004. O longa-metragem conta a história de Tino (Leandro Hassum), um *personal trainer*, namorado de Jane (Danielle Winits). O casal ganha 100 milhões de reais na loteria e, a partir disso, vivem uma vida luxuosa, com gastos dispendiosos. Passados 16 anos, Tino e Jane se encontram casados, com dois filhos.

Tino é então avisado por seu gerente do banco que gastou todo o dinheiro do prêmio e está endividado. Sugere a Tino que peça ajuda a Amauri (Kiko Mascarenhas), seu vizinho, especialista em gerenciamento financeiro, sério e taciturno, que também enfrenta uma crise em seu casamento com Laura (Rita Elmor).

Tino tenta evitar que Jane descubra a nova e difícil situação financeira, pois ela está grávida e não pode passar por emoções fortes ou receber notícias ruins e, a partir daí, se envolve em diversas situações cômicas com seu melhor amigo, Adelson (Aílton Graça), para fingir que a situação financeira do casal continua a mesma.

Até que a Sorte nos Separe é outra versão estendida e cinematográfica do modelo *sitcom*, uma comédia de situações. Os sintagmas cômicos acompanham a história principal, as tentativas de Tino de esconder de sua esposa sua real situação financeira. Mas, diferente do

longa-metragem analisado previamente, *Se Eu Fosse Você 2*, o humor de *Até que a Sorte nos Separe* é mais caricatural e burlesco. Para o crítico Bruno Carmelo

Até que a Sorte nos Separe é um filme sintomático. Mais do que ilustrar o modo Globo Filmes de produção, ele representa um certo tipo de humor burlesco e televisivo, frequentemente associado às crianças (*Os Trapalhões* vêm à mente), mas cada vez mais vendido ao público adulto. Trata-se do humor da caricatura, que exagera os mais famosos estereótipos sociais: gordos, nerds, gays, mulheres fáceis, *femmes fatales*, etc. Este tipo de humor encontra a representação perfeita na imagem de Leandro Hassum, ator preso ao físico igualmente caricatural. (CARMELO, s.d.).

De acordo com o colorista Ely Silva, o filme teve tratamento em um sistema Pablo, da Quantel, e monitorado em um projetor Barco⁸³. Segundo o colorista, os produtores do filme o instruíram sobre o *grading* por dois motivos. Primeiro, porque consideravam a obra importante e dirigida por um diretor em ascensão no mercado, Roberto Santucci. Segundo, devido a uma questão técnica, uma vez que o longa tinha sido gravado com duas câmeras digitais diferentes, com espaço de cor⁸⁴ distintas. Os produtores necessitavam que seu filme ficasse com uma estética agradável, equilibrado e harmônico. Ely Silva nos relata que a instrução passada pelos produtores foi para que o filme ficasse “muito luminoso, brilhante e colorido para que assim pudesse ser leve e alegre, para ajudar na narrativa dessa comédia.” (SILVA, 2017).

O filme inicia com uma sequência, figura 15, apresentando os personagens Tino e Jane, ainda jovens, com seu filho pequeno, em sua casa nos subúrbios da cidade do Rio de Janeiro. Após chegar de uma aula desmarcada, Tino é informado que a esposa jogou na Mega Sena acumulada e o sorteio seria realizado naquela hora. O casal acerta todos os números e se torna milionário.

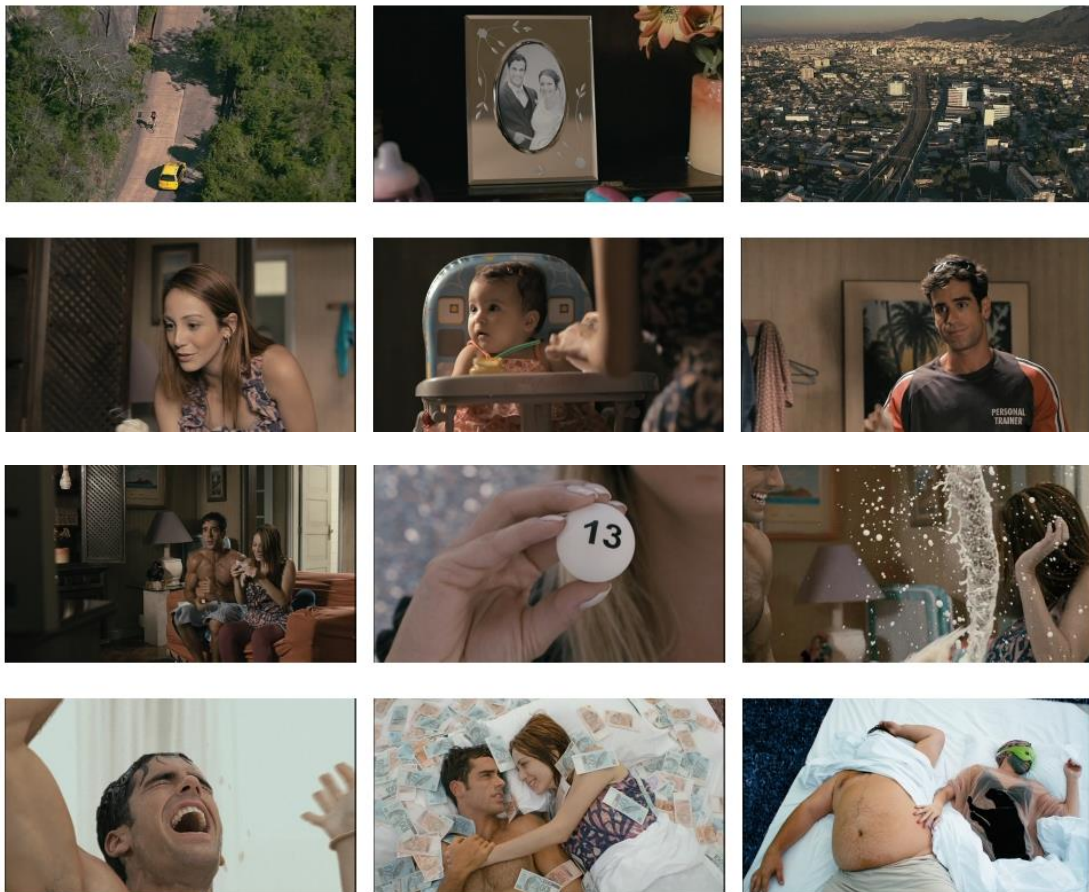
Essa sequência inicia com duas tonalidades, o sépia e o marrom. Também não há muito brilho. A composição cromática foi usada para mostrar um passado recente, e uma situação de classe social mais baixa de Tino e Jane. Se por um lado o sépia é comumente associada às coisas antigas, devido ao amarelado das fotos, por outro, é inevitável a associação do marrom à sujeira. No marrom todas as cores luminosas desaparecem. Na natureza é a cor daquilo que definhou.

⁸³ <https://www.barco.com/pt/Produtos/Projetores>

⁸⁴ Organização das cores dentro de um sistema, como um dispositivo físico ou digital. Exemplos: RGB para TV; Adode RGB usado em softwares de tratamento de imagem da Adobe e CMYK para impressão.

Com os números sorteados e a comprovação da riqueza, há uma suave passagem, dentro da mesma cena - realizada na pós-produção através de máscaras de transparência - da residência de Tino e Jane para outro ambiente, de paredes brancas e com excesso de brilho. O brilho nos remete à cor prata, associada à pompa, ao luxo, às festividades. Prata é a cor do vil metal, das moedas que pagam as contas, a cor da riqueza. É também a cor da Lua, daqueles que ascenderam da terra (sépia) para a Lua (prata). O excesso de brilho tem como objetivo o contraste entre a nova vida de milionários do casal e antiga, onde passavam inúmeras dificuldades financeiras.

Figura 16 - Casa de Tino e Jane. Passagem para a riqueza



Fonte: DVD Até que a Sorte nos Separe

Na sequência seguinte, figura 17, fragmentada, com planos rápidos, é apresentado o estilo de vida novo-rico da família de Tino e Jane. A mansão do casal possui uma grande sala, banheiros luxuosos e um elevador. Tino toma seu calórico café da manhã sendo observado por sua filha. Logo após o casal vai ao *shopping*, onde, com seus filhos faz compras milionárias.

Nessa sequência estamos de volta ao padrão cromático em geral associado às comédias da Globo Filmes. Os tons de pele são naturalistas visando a identificação com os personagens e a narrativa mostrada na tela do cinema. Como dito anteriormente, o naturalismo garante o fator de veracidade às histórias de ficção.

Já os elementos de cena como o cenário e figurinos passam a ter um excesso de matizes – amarelos, azuis e vermelhos - e saturação. O colorido aqui serve para apresentar e fixar o gênero da comédia. Esse excesso de cores auxilia a narrativa dessa comédia burlesca. As cores trazem a sensação de uma realidade abstrata, com excesso de fantasia e felicidade. Por ser um projeto cromático tão simples, que privilegia o brilho em detrimento das sombras, um outro objetivo é não interferir nas piadas e mostrar todas as nuances dos personagens.

Figura 17 - Mansão de Tino e Jane



Fonte: DVD Até que a Sorte nos Separe

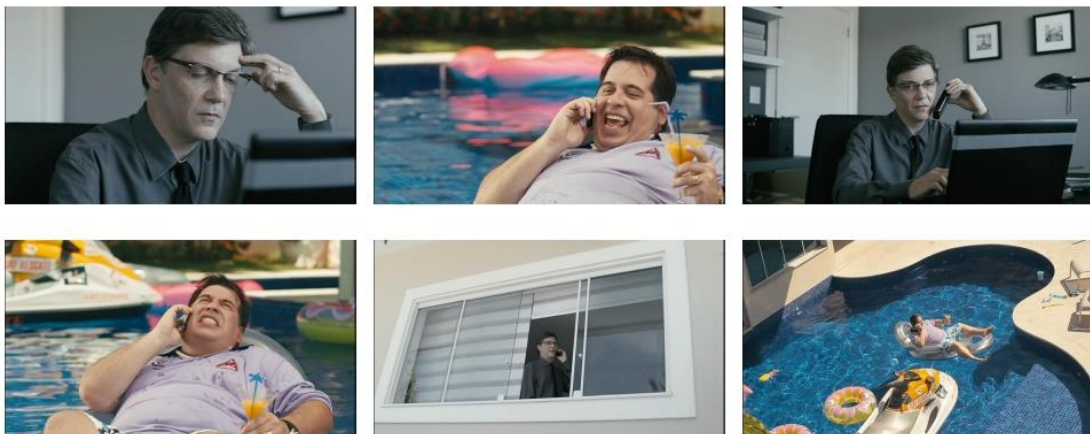
Um outro objetivo desse jogo de cores é a distinção entre personagens e situações. Na sequência da piscina, figura 18, Tino se joga na água, liga para seu vizinho Amauri e o convida para se juntar a ele na piscina. Amauri nega, uma vez que está trabalhando. O cenário de Tino pertence ao universo cômico naturalista colorido, com elementos de cena multicoloridos e saturados que denotam alegria e tranquilidade. Já Amauri está envolto em cores monocromáticas, quase um preto e branco, em uma cena que foi dessaturada durante o *color grading*, sugerindo excesso de seriedade e preocupação.

O contraste entre esses dois universos, embora marque a separação entre o “cômico” e o “sério”, tem como objetivo provocar humor. Significa que não é necessariamente o naturalismo colorido que provoca comicidade nesse filme, mas o contraste entre o saturado e

o dessaturado também. Isso demonstra que a dessaturação também é utilizada pelas comédias da Globo Filmes.

Esse jogo de cenas entre Tino/colorido e Amauri/ dessaturado ocorre também em outros momentos do filme. Isso nos remete às primeiras décadas do século XX, na época da introdução das cores no cinema e a um discurso típico daquela época, no qual os filmes realizados em preto e branco eram considerados mais “sérios”, comprometidos com a realidade e com personagens com maior conteúdo psicológico, enquanto que os coloridos seriam os “cômicos” e ligados à “fantasia”, com personagens mais “caricatos”. O teórico do cinema Stanley Cavell (1976, p.90) relaciona diretamente a monocromia aos dramas. Segundo o pesquisador, o preto e branco são as cores naturais dos melodramas e obras cinematográficas mais austeras.

Figura 18 - Tino na piscina conversando com Amauri



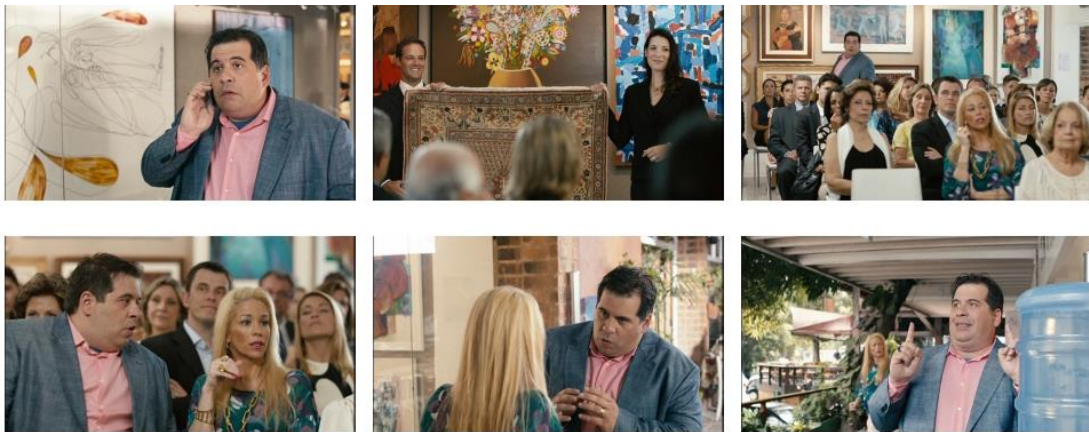
Fonte: DVD Até que a Sorte nos Separe

A estilística visual continua no decorrer da obra cinematográfica. Na sequência do leilão de obras de arte, figura 19, antes de entrar na sala, Tino é avisado por Amauri, agora seu conselheiro financeiro, que está falido e com dívidas. O personagem de Leandro Hassum entra no leilão, senta-se ao lado de sua esposa e tenta impedi-la de fazer alguma compra, mas acaba fazendo alguns lances. Já do lado de fora, tenta comunicar a Jane que estão com problemas financeiros, mas sua esposa passa mal e desmaia.

Podemos notar aqui o mesmo padrão cromático presente em outras cenas cômicas do filme: tons de pele naturalistas e um excesso de brilho e matizes. Quase não há sombras na cena. O multicolorido aqui abarca algumas funções: serve como um “cosmético” para a narrativa da obra cinematográfica, uma maneira de tornar a imagem mais atrativa. A cor aqui

é uma maquiagem que deveria seduzir o espectador. Todavia, esse excesso das cores nos remete ao kitsch, às cores que fogem do controle, irregulares e sem harmonia, associadas aos personagens centrais, que ascendem socialmente ou se integram socialmente através de um artifício, nesse caso a loteria. O exagero de cor também serve para potencializar as imagens e as situações jocosas vistas na tela do cinema, provocando sensações de prazer e alegria.

Figura 19 - Leilão



Fonte: DVD Até que a Sorte nos Separe

Há outra sequência multicolorida, apresentada nas figura 20. Nesse trecho, Tino recebe em sua mansão seu amigo Adelson, que finge ser um decorador de sucesso, para enganar Jane e fazê-la comprar móveis usados (*vintage*, segundo Adelson) para o futuro filho do casal.

O tom é naturalista, com excesso de saturação e brilho nos figurinos e cenário. A cena é bem contrastada, bem recortada cromaticamente, cujo objetivo é reforçar a narrativa cômica, que beira o absurdo. Como em uma comédia os gestos e os olhares fazem parte da comicidade dos personagens, há a necessidade das sequências serem brilhantes e sem sombras, para que nenhum desses movimentos passem despercebidos do espectador.

Figura 20 – Quarto do bebê



Fonte: DVD Até que a Sorte nos Separe

O primeiro *Até que a Sorte nos Separe*, lançado em 2012, mostrava todo o otimismo da sociedade brasileira na época. A situação econômica era favorável, havia uma maior possibilidade de consumo de bens materiais e culturais. A arte e, em especial o cinema, espelharam esse período. *Até que a Sorte nos Separe* mostra também um outro lado do brasileiro, aquele que vive de esperança, a espera da salvação por um prêmio ou pela redenção pelo menor esforço, como sugere o poeta pernambucano Ângelo Monteiro (apud ORMOND, 2016). Tino ganhou na Mega Sena, tornou-se um “novo rico”, gastando dinheiro facilmente, com festas para os amigos e passeios com a família.

Ainda que *Até que a Sorte nos Separe* se enquadre em um projeto cromático que chamamos de “naturalismo colorido”, há nessa obra, mais que em outras, um excesso de matizes, saturações e brilhos obtidos durante tratamento digital da imagem, visando a caracterização do gênero comédia e a acentuação dos elementos cômicos, que transforma *Até que a Sorte nos Separe* em uma obra kitsch. Como Abraham Moles afirma, o kitsch apresenta “as combinações de todas as cores do arco-íris, misturadas ao máximo...” (MOLES, 1994, p. 55).

Podemos analisar o kitsch de outra maneira, como aponta Sheila Schwarzman (2016, p. 14), o termo pode ser associado aos novos emergentes, à ascensão a uma classe economicamente mais elevada, que consome bens materiais, faz procedimentos estéticos e achincalha os vizinhos. Tino e Jane, os personagens principais, ascendem socialmente por intermédio de um artifício, e passam a imitar o comportamento e o gosto de uma elite, mas os reinterpreta, com desequilíbrio e sem harmonia. O exagero das cores, dos brilhos e saturações denota essa imitação dos hábitos de uma classe alta, o excesso de luxo e o consumo

desenfreado. Afinal, “consumir significa antes *exercer uma função* que faz desfilarem pela vida cotidiana um fluxo acelerado de objetos entre a fábrica e a lata de lixo... (MOLES, 1994, p. 28. Grifos do autor). Ou ainda: “O kitsch é a aceitação social do prazer pela comunhão secreta com um ‘mau gosto’ repousante e moderado” (MOLES, 1994, p. 28).

Outras obras cinematográficas coproduzidas pela Globo Filmes apresentam uma estilística visual semelhante como *De Pernas Pro Ar* (Roberto Santucci, 2010), figuras 20^a e 20B, e *Meu passado me condena* (Julia Rezende, 2015), figuras 20C e 20D.

Figura 21 – O kitsch nas comédias brasileiras



Fonte: <http://globofilmes.globo.com/filme/>

4.3 *Qualquer Gato Vira-Lata* – O “calor” do grão

Qualquer Gato Vira-Lata é uma coprodução entre Globo Filmes, Filmland, e Tietê Produções, distribuição da Buena Vista, com direção de Tomas Portella e fotografia de André Modugno. Foi filmado em Super 16 mm e sua pós-produção realizada totalmente em digital, na Casablanca/Teleimage. O *color grading* foi responsabilidade do colorista sênior da empresa, João Theodoro Nascimento Filho, em um sistema Autodesk Lustre. O primeiro longa estreou nos cinemas em 2011 e o segundo em 2015. Analisaremos aqui o primeiro filme, pois tive nele uma maior participação, como assistente do colorista João Theodoro: realizei a concepção do projeto no Lustre com sua respectiva lut, a conformação do longa, a inserção de cartelas iniciais, cenas de composição e créditos finais e a checagem final do

filme para a posterior transferência para película. Paulo Saias, produtor de finalização do filme, nos relata a experiência de trabalhar com película e digital:

Sem a possibilidade de manipular o negativo digitalmente talvez nem tivéssemos escolhido captar em película. O processo acabou combinando o melhor dos dois mundos, o grão e fotografia orgânica do negativo com um cuidadoso ajuste dos níveis de cor e brilho entre cortes e ajustes individuais das peles e tons gerais das cenas. (SAIAS, 2018).

O filme é baseado na peça de teatro *Qualquer Gato Vira-Lata Tem uma Vida Sexual Mais Sadia que a Minha* (Juca de Oliveira, 1998), levada aos cinemas pelo produtor Pedro Rovai. A passagem de conteúdo de um meio para outro, no caso teatro-cinema, exige um investimento inicial alto tanto para o pagamento dos direitos autorais quanto para a adaptação da obra. Em um cenário assim, é normal uma maior participação dos produtores executivos na produção e finalização da obra. No caso de *Qualquer Gato Vira-Lata*, Saias sugere que Rovai “é um dos poucos produtores com autoridade total sobre o filme, ele que manda, mas ao mesmo tempo deixa o diretor seguir sua proposta criativa e está sempre aberto a ouvir idéias diferentes”. (SAIAS, 2017).

O longa conta a história de Tati (Cleo Pires), uma jovem insegura, apaixonada pelo namorado Marcelo (Dudu Azevedo), um rapaz com boa condição financeira e seguro de si, que a dispensa em frente a um bar lotado. No mesmo dia, Tati assiste a uma palestra de Conrado (Malvino Salvador), um professor de biologia que dá aulas na mesma faculdade onde ela estuda, e que possui a seguinte tese: os machos são poligâmicos por natureza e são eles que devem ir atrás das suas fêmeas. Para o professor, as mulheres põem abaixo os milhões de anos de evolução tentando conquistar os homens. Tati pede ao professor para que ela seja o objeto de sua pesquisa e lhe dê conselhos para reconquistar seu ex-namorado.

Tati começa a receber as orientações de Conrado, ignorando as tentativas do ex-namorado, mas o professor também se apaixona por ela. A situação piora quando Marcelo e Conrado se conhecem e o jovem começa a sentir ciúmes do professor. Marcelo também percebe que está perdendo Tati e resolve ir atrás dela mais uma vez. O triângulo amoroso é formado e resta a Tati decidir com quem vai ficar no final.

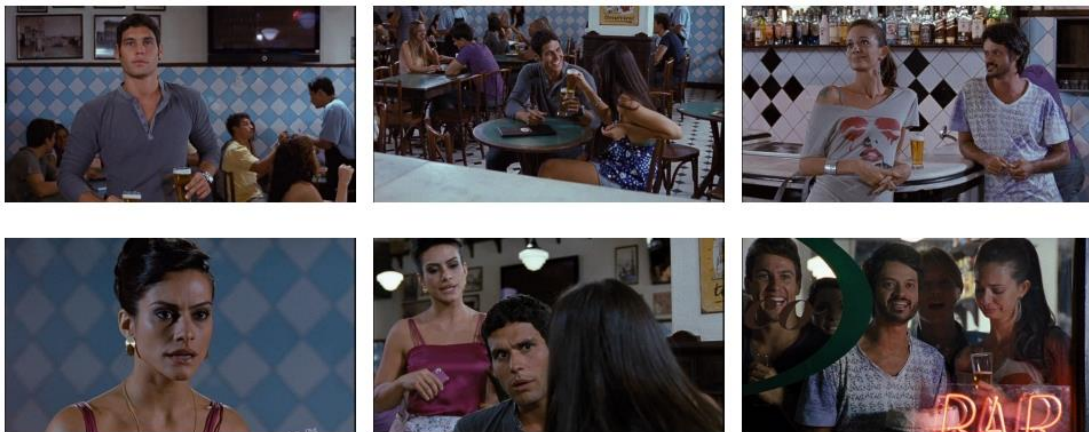
Se *Se eu fosse você 2* e *Até que a sorte nos separe* estão identificados com o modelo de uma *sitcom*, *Qualquer Gato Vira-Lata* pode ser associado a uma comédia romântica, seguindo a linha de outros filmes norte-americanos como *Hitch*, *o Conselheiro Amoroso* (*Hitch*, Andy Tennant, 2005) e *Ele Não Está Tão A Fim De Você* (*He's Just Not That Into*

You, Ken Kwapis, 2009) nos quais a história de amor é o elemento principal da narrativa. Leger Grindon (2011, p.11) cita um artigo do *American Film Institute* de 2008, no qual se define uma comédia romântica “como um gênero no qual o desenvolvimento do romance conduz as situações cômicas” (*American Film Institute* apud GRINDON, 2011, p.11, tradução própria)⁸⁵. No filme, o desenrolar do triângulo amoroso entre Tati, Conrado e Marcelo leva às diversas situações engraçadas, *gags* e piadas.

Após a abertura, que mostra Tati ligando várias vezes para Marcelo e se aprontando para sair com o namorado, há um corte para a cena do bar, onde a personagem de Cléo Pires encontra o namorado na mesa paquerando outra mulher. Marcelo sai do bar e é seguido por Tati. Os amigos acompanham a briga do casal pelo vidro. Do lado de fora, Marcelo termina o relacionamento com a namorada e a deixa chorando na chuva.

Na sequência do bar, figura 22, notamos os tons naturais, com o objetivo de fazer o espectador adentrar a história e se sentir participante dela. A outra tonalidade que prevalece é o azul claro, nos cenários e figurinos, sem tantas cores, saturações ou brilho. A blusa rosa de Tati serve para diferenciá-la nas cenas. A sequência, contudo, é quase monocromática. Há também um excesso de grão nas cenas, sugerindo cenas com baixa iluminação durante o *set* de filmagem e com o brilho realçado na pós-produção.

Figura 22 - Sequência do bar



Fonte: DVD Qualquer Gato Vira-Lata

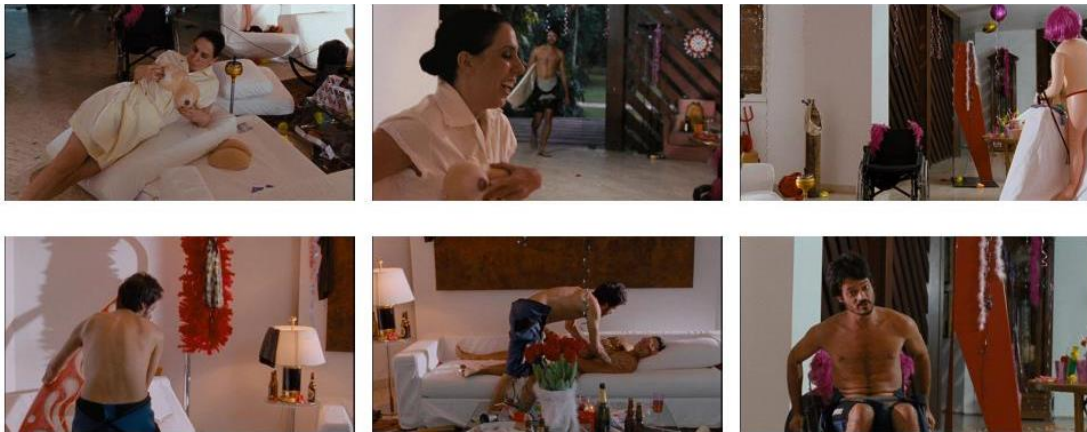
A figura 23 mostra a casa dos pais de Marcelo, após uma festa. A empregada doméstica arruma a bagunça e ainda bebe um pouco dos copos parcialmente vazios. Magrão,

⁸⁵ A genre in which the development of romance leads to comic situations.

o melhor amigo de Marcelo, chega na mansão, acorda o dono da casa que estava dormindo no sofá, relata como foi a festa e o convida para surfar.

Os elementos multicoloridos e saturados, presentes em outras comédias da Globo Filmes, deram lugar a uma tonalidade rosa, obtidos durante a filmagem e acentuada no processo de *color grading*, que banha toda cena, demonstrando a busca de uma identidade visual para esse filme, com cores mais naturalistas e outras associadas ao feminino, por se tratar de uma comédia romântica. É interessante notar que não há tanto brilho nas cenas. Ao contrário, existem áreas mais escuras, sombras, normais em uma filmagem no interior de uma residência, mas que não aparecem frequentemente em outras comédias da Globo Filmes.

Figura 23 - Sequência da festa



Fonte: DVD Qualquer Gato Vira-Lata

Na figura 24, apresentamos a sequência no apartamento de Tati, onde há um elemento cômico. Conrado vai aconselhar a personagem de Cléo Pires a como tratar Marcelo. É quando o ex-namorado de Tati chega para pegar seus equipamentos de escalada e encontra o professor em casa. Marcelo questiona se ele é o tio de Tati. A moça fica nervosa com a situação e pisoteia o equipamento do ex-namorado. Marcelo vai embora desconfiado, desce de rapel o prédio e entra pela janela. Os três se desentendem, Conrado vai embora e Tati acaba beijando Marcelo, mas o expulsa de casa.

As sequências no apartamento da personagem não possuem tanta definição, nem saturação ou brilho excessivos. Há tons de rosa e azul claro, pois é o apartamento de uma jovem mulher. As cores servem também para denotar o clima romântico do filme. O *grading*, como complemento do processo fílmico, acentua o colorido do cenário, trazendo as médias luzes para um tom levemente mais quente e rosa.

Figura 24 - Casa de Tati



Fonte: DVD Qualquer Gato Vira-Lata

Apresentamos outra sequência cômica que se desenrola na sala do apartamento de Marcelo, mostrada na figura 25, quando Marcão sugere que Conrado é um típico guru que se aproveita das alunas. Há aqui diversas *gags*, ou seja, movimentos corporais cômicos de Magrão, insinuando a Marcelo que o professor Conrado deve estar tendo relações sexuais com Tati. Ainda assim, vemos uma sequência que tende aos tons mais escuros, com muitas sombras e sem variedade de matizes, diferente da imagem comumente associada às comédias da Globo Filmes, nas quais as cenas cômicas são coloridas e brilhantes.

Figura 25 - Casa de Marcelo



Fonte: DVD Qualquer Gato Vira-Lata

O que mais chama a atenção na estilística visual de *Qualquer Gato Vira-Lata* é sua imagem “suja” para os padrões das comédias contemporâneas, com excesso de áreas escuras, um certo desfoque e a presença do grão, privilegiando-se o naturalismo em detrimento do colorido, curiosamente aquilo que a distancia do gênero cômico e a diferencia do projeto cromático de outras comédias da Globo Filmes.

Devido a essas características, *Qualquer Gato Vira-Lata* remonta a uma determinada produção de comédias brasileiras que, embora não pertençam ao subgênero romântico, e sim, ao erótico e ao de costumes, e por terem sido realizadas ano período anterior à tecnologia digital, também apresentam características cromáticas e de textura semelhantes, como granulação e baixas luzes, a exemplo de *Os Paqueras* (Reginaldo Farias, 1969), figuras 26A e 26B, e *Ainda agarro essa vizinha* (Pedro Carlos Rovai, 1974), figuras 26C e 26D. Contudo, o filme dirigido por Tomas Portella, assim como outros filmes atuais, teve a possibilidade de receber uma série de investimentos estatais e de empresas privadas para uma produção e pós-produção com boa qualidade técnica – além da divulgação da maior empresa de comunicação do país, diferentemente daquelas produções da década de 1960 e 1970, que não possuíam muitos investimentos para sua realização e contavam com um mínimo de promoção.

Paulo Saias (2018), produtor de finalização do filme, propõe que, por ter sido filmado em super 16 mm, um negativo com menor resolução e nitidez que o 35 mm e com maior granulação em filmagens com pouca luz, o longa possui essa estilística visual “suja”, distante da imagem limpa e nítida das comédias da Globo Filmes.

Apostamos também em outro fator, além da característica do negativo: existe em *Qualquer Gato Vira-Lata* uma incongruência entre a produção e *color grading*. A fotografia provavelmente privilegiou as sombras e baixas luzes, visando uma carga dramática maior, em decorrência do estilo do filme, uma comédia romântica, narrando as dores e as dificuldades de um relacionamento a três. Contudo, durante a pós-produção houve um aumento do brilho e da saturação da obra, o que explicaria a presença do grão e de artefatos, causando essa aparência “suja” na imagem, e essa distância entre o gênero do filme, uma comédia, e sua estilística visual.

Todavia, o grão pode ser encarado sob outro ponto de vista: *Qualquer Gato Vira-Lata* foi lançado em 2011, em uma época em que as produções brasileiras estavam migrando para a captação digital, com sua imagem nítida e fria. Gaudreault e Marion (2016, p. 86), após um estudo aprofundado sobre a digitalização do cinema, assumem que a imagem digital possui uma qualificação que está longe de ser neutra, levando consigo uma conotação de frieza asseptizada, uma hiperperfeição que vai além do natural. Ora, no filme dirigido por Tomas Portella, com fotografia de André Modugno e *color grading* de João Theodoro Nascimento Filho a “sujeira” e a presença do grão garantem o calor, a vitalidade e a humanidade do filme. O grão se apresenta como um índice do real, um elemento que garante a realidade e a magia do filme.

Figura 26 – Os paqueras e Ainda agarro essa vizinha



Fonte: <http://www.bcc.org.br/fotos>. Material editado.

CONCLUSÃO

A dissertação apresentou, inicialmente, um panorama do atual mercado brasileiro de pós-produção digital, investigou o processo de *color grading*, em seus aspectos práticos e teóricos, desde a captação das imagens à transferência do filme concluído para as salas de cinema, e analisou a atuação dos coloristas, sua relação com outros profissionais da área cinematográfica e seu trabalho no tratamento cromático de um longa-metragem. Em um segundo momento, apresentamos as características cromáticas das comédias nacionais, a busca por imagens naturalistas e os motivos de sua utilização, bem como a utilização das cores, e como podem ser utilizadas para caracterizar o gênero do filme, demarcar sequências e ressaltar determinados estados de espírito de um personagem.

No início do milênio existiam poucas e grandes casas de finalização no mercado. Hoje existem dois tipos de organizações atuando no negócio: as finalizadoras de porte médio, que oferecem uma atividade específica de pós-produção – efeitos, *color grading* ou DCP –, e as empresas híbridas, que oferecem outros tipos de serviços, como alugueis de equipamentos ou mesmo a própria produção fílmica, associados à pós-produção.

O tratamento da imagem se inicia hoje já durante as filmagens, em um processo chamado de *on-set*, onde um colorista faz as primeiras visualizações e experiências com as imagens. Ocorre então a conformação online do material filmado, seguindo o *offline* gerado pela produtora. O longa-metragem, conformado e sem tratamento, é exportado para o *back-up* e para o tratamento de imagem.

O *color grading* é um trabalho em conjunto, realizado por um colorista, com a participação maior ou menor de fotógrafos, diretores de cena e produtores executivos. No decorrer da pesquisa, alicerçada por conhecimentos práticos e entrevistas, pudemos demonstrar que existem formas diversas de interferência no tratamento da cor de um longa-metragem. Em filmes cujo objetivo é atingir o maior número possível de espectadores, como as comédias co-produzidas pela Globo Filmes em parceria com pequenas produtoras independentes, a interferência pode existir de maneira sutil, durante uma reunião de *briefing*, onde são passadas as informações e exigências da obra, ou de forma mais direta, quando o produtor interfere diretamente no tratamento de imagem, junto ao colorista, relevando as preferências artísticas do diretor e do fotógrafo.

E mesmo que as novas tecnologias de *color grading* permitam diversas estilísticas visuais e uma imagem mais trabalhada, há um consenso entre os profissionais entrevistados para esta dissertação de que as comédias devem necessariamente ser naturalistas e coloridas,

ou seja, com uma estilística visual condizente com a narrativa cômica, visando um grande número de espectadores.

Podemos arriscar outra opinião quanto ao uso desse projeto cromático nas comédias co-produzidas pela Globo Filmes. A aceitação do público por uma determinada obra cinematográfica é normalmente alcançada através de determinados elementos que estabeleçam uma empatia entre o espectador e o filme. No caso específico das comédias da Globo Filmes, essa empatia ocorre pois o espectador já está familiarizado com as cores, normalmente identificadas como “televisivas” dessas produções. Usa-se uma determinada estilística de imagem, de fato testada em outros veículos, sobretudo na TV, já conhecida pelo grande público, evitando assim experimentalismos e rebuscamentos cromáticos.

Um outro motivo seria a troca de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, conhecida como “cultura da convergência”, que envolve uma mudança na forma de produzir e na maneira de consumir experiências. Hoje, fala-se em uma produção audiovisual que será replicada em dispositivos móveis, em *sites* de vídeos e filmes na internet como YouTube e Netflix e canais sob demanda. Existe então a necessidade de uma determinada “estilística visual” que seja agradável, voltada para o grande público e que, ao mesmo tempo, atenda a todos esses suportes.

Conceituamos essa estilística visual de “naturalismo colorido” - que se caracteriza por um naturalismo nos tons de pele, com a presença de cenário e figurinos com matizes variadas, saturação acentuada e brilho elevado, sem áreas escuras - buscando assim evitar o adjetivo “televisivo”, a nosso ver, mais vago e superficial. Todavia, as obras cinematográficas aqui analisadas, *Se eu fosse você 2* (Daniel Filho, 2010), *Até que a sorte nos separe* (Roberto Santucci, 2012) e *Qualquer gato vira-latas* (Thomas Portela, 2010), apresentam variações nesse projeto cromático. Enquanto o “naturalismo” parece ser constante, o “colorido” varia de acordo com fatores diversos, como o investimento financeiro na produção, o tema e o subgênero da comédia e o estilo do fotógrafo e do colorista.

Se eu fosse você 2, (Daniel Filho, 2009) mesmo contando uma história fantástica - a troca de corpo entre o casal Cláudio e Helena - apresenta um projeto cromático mais convencional, com um uso comedido e equilibrado das cores. *Até que a Sorte nos Separe* (Roberto Santucci, 2012) apresenta os dilemas de Tino e Jane, um casal que ascende socialmente graças a um prêmio e que adquire o estilo de vida dos novos ricos. Por ser uma comédia mais burlesca, possui um excesso de cor e brilho, sendo associada ao kitsch. *Qualquer Gato Vira-Lata* (Tomas Portela, 2011) narra o triângulo amoroso entre Marcelo, Tati e Conrado. É o menos colorido dos filmes e o mais granuloso, ligando-se a determinadas

tradições cinematográficas brasileiras, produzidas por Pedro Carlos Rovai e Reginaldo Farias. Logo, não podemos assumir uma padronização, mas sim uma aproximação cromática entre as comédias da Globo Filmes.

E, se chamamos o estilo visual das comédias brasileiras de “naturalismo colorido”, com suas variações de matizes, saturações e brilhos, podemos sugerir o “naturalismo dessaturado” para dramas, como *O ano em que meus pais saíram de Férias* (Cao Hamburger, 2006), *Que Horas Ela Volta* (Anna Muylaert, 2015) e *À Deriva* (Heitor Dhalia, 2009) e um “naturalismo contrastado” para policiais e filmes de ação, como *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002), *Alemão* (José Eduardo Belmonte, 2014) e *Tropa de Elite* (José Padilha, 2007 e 2010).

Nosso objetivo foi buscar compreender tais comédias a partir do processo de *color grading*, da gama de intenções por parte dos produtores e profissionais nele envolvidos, e das relações entre tais profissionais e os coloristas. Sob esta perspectiva conjunta, chamar essas comédias contemporâneas realizadas pela Globo Filmes de “televisivas” seria apenas reduzi-las a um rótulo, um mero chavão.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, L. F. S. & MACEDO, L. P. & ROSSINI, M. de S. O Filme popular contemporâneo: fenômenos de público e modelos estéticos (2002 – 2012). *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na região Sul. S. Cruz do Sul – RS.

ALBUQUERQUE, Marcelo. *Laboratório da Cor: Paradigmas do Estudo da Cor na Contemporaneidade*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

ARAÚJO, Inácio. *A hora e a vez da globochanchada*. Blog do Inácio Araújo. Uol Cinema, 26 de junho de 2009. Disponível em: http://inacio-a.blog.uol.com.br/arch2009-06-21_2009-06-27.html. Acesso em 15/05/2016.

AUTRAN, Arthur Franco de Sá Neto. *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro*. São Paulo: Hucitec, 2013.

BAHIA, Lia. *Uma análise do campo cinematográfico brasileiro sob uma perspectiva industrial*. Dissertação (Mestrado). Análise da Imagem e do Som – UFF, Niterói, 2009.

BALLERINI, Francisco. *Cinema Brasileiro no Século XXI*. São Paulo: Summus, 2012.

BARRAGUE, Luis Ignácio. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 17/novembro/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

BARONE, João Guilherme Reis e Silva. *Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

BATCHELOR, David. *Cromofobia*. São Paulo: Senac, 2007.

BERNARDET, Jean. Claude. *De Pernas pro Ar 2*. Disponível em: http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2013-04-07_2013-04-13.html. Acesso em 27/03/2018.

BLANCO, Letícia. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 10/setembro/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

BLASIIS, José Augusto Quartim de. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. São Paulo, 15/maio/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

BOLAÑO, C. & MANSO, A. C. Para uma Economia Política do audiovisual brasileiro. Cinema, televisão e o novo modelo de regulação da produção audiovisual. In: MELEIRO, Alessandra (org.). *Cinema no Mundo: indústria, política e mercado: América Latina*. São Paulo: Escrituras, 2007.

BRITZ, I. BRAGA, R. S. de LUCA, L. G. *Film Business. O negócio do Cinema*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2010.

BUSCOMBE, Edward. Sound and Color. *Jump Cut*. N.17, 23-25. 1978.

BUTCHER, Pedro. *A dona da história: origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro*. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

CALABRESE, Omar. *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70, 1997.

CALIL, Ricardo. *O Mistério da grande angular*. Revista Cinética. Disponível em <http://www.revistacinetica.com.br/seeufossevc.htm>. Acesso em 15/07/2017.

CARRIÈRE, Jean-Claude. *A linguagem secreta do cinema*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

CAVALCANTI, Alberto. Cor. In: PELLIZARI, L.; VALENTINETTI, C. M. *Alberto Cavalcanti: Pontos sobre o Brasil*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1995. Pgs. 259-267.

CAVELL, Stanley. *The World Viewed. Reflections on the Ontology of Film*. Enlarged Edition. Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts, 1979.

COMOLLI, Jean-Louis. Machines of the Visible. (121-142). In: *The Cinematic Apparatus*. Eds Teresa de laetentis and Stephen Heath. St. Martin's Press, 1980.

COSTA, Maria Helena B. e Vaz da. *Cores & Filmes. Um estudo da cor no cinema*. Curitiba: Editora CRV, 2011.

_____. Thinking bout color and the “Reality Effect” in the cinema. *Revista Fronteira – estudos midiáticos*. Setembro/Dezembro. Unisinos, 2014. https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/19284/1/Maria%20Helena%20Braga_%20Considerando%20a%20cor%20e%20o%20efeito.pdf. Acesso em 15/06/2017.

COUCHOT, Edmont. Da Representação à Simulação. In Parente, André. *Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual*. São Paulo: Editora 34, 1993.

D'HEYERE, Hilde. Technicolor-Multicolor-Sennet-Color: Natural Color Process in Mack Sennett comedies 1926-1931. In: BROWN, Simon; STREET, Sarah; WATKINS, Liz. *Color and the Moving Image. History. Theory, aesthetics, archive*. New York and London: Routledge

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FELINTO, Erick. *Cinema e tecnologias digitais*. In: Fernando Mascarello. (Org.). *História do Cinema Mundial*. Campinas: Papirus, 2006. p. 413-428.

FERREIRA, Arnaldo Telles; PEREIRA, Inajá Bonning. A cor como elemento constitutivo da linguagem cinematográfica. *Unoesc & Ciência – ACHS*, Joaçaba, v. 2, n. 1, p. 17-28, jan./jun. 2011.

FONSECA, Rodrigo. *Neochanchada se firma como gênero mais rentável do cinema nacional*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/neochanchada-se-firma-comogenero-mais-rentavel-do-cinema-nacional-6628147>.

GATTI, André P. Investimento no cinema brasileiro na Retomada (1994 – 2003). *Revista Facom* - n.º. 16 - 2º semestre de 2016. Disponível em http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom/facom_16/gatti.pdf. Acesso em 15/07/2017.

GAUDREAU, André; MARION, Philippe. *O fim do cinema? Uma mídia em crise na era digital*. Tradução de Christian Pierre Kasper. Campinas, SP: Papirus, 2016.

GRAU, Oliver. *Arte Virtual. Da Ilusão à Imersão*. Tradução de Cristina Pescador. Flavia Gisele Saretta, Jussânia Costamilan. São Paulo. UNESP: Editora Senac, 2007.

GRINDON, Leger. *The Hollywood Romantic Comedy. Conventions, history, controversies*. West Sussex. Wiley-Blackwell. 2011.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e Cultural da simbologia das cores*. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2002.

HEFFNER, Hernani. Cor. In: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (org.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. pgs. 153-154. São Paulo: Senac, 2000.

_____. Laboratórios cinematográficos. In: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (org.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. pgs. 314-315. São Paulo: Senac, 2000.

HELLER, Eva. *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão*. Tradução de Maria Lúcia Lopes da Silva. 1. ed. São Paulo, Gustavo Gili, 2013.

HÉRCULES, Laura C. *Sob o Domínio da Cor: Cinema e Pintura em Le Bonheur, de Agnès Varda*. Tese (Doutorado). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2013.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução de Susana Alexandria. 2ª Edição. São Paulo: Aleph, 2011.

KALMUS, Natalie. *Color Consciousness*. Reprinted from Journal of the Society of Motion Pictures Engineers. August, 1935. Pg. 139-147.

KRISTEVA, Julia. Giotto's Joy. In ROUDIEZ, Leon S. & JARDINE, Alice (orgs.). *Desire in Language: A semiotic Approach to Literature and Art*. Oxford: Blackwell, 1982. Pg. 211-225.

LAURETTI, Patrícia. O Cinema está preocupado com as colunas sociais. *Jornal da Unicamp*. São Paulo: Campinas, 03 a 16 de setembro. Disponível em:

<http://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/jornal/paginas/ju538pag6-7.pdf>. Acesso em 20/03/2018.

LICHTENSTEIN, J. *A Pintura*. Vol. 9. O Desenho e a Cor. Org. Jacqueline Lichtenstein. Tradução de Magnólia Costa. São Paulo: Editora. 34, 2006.

LOKEN, Helge. *Color Grading: Art or Science? An exploration of the use and effects of colour in films and television programmes*. Bournemouth University, 2008.

LUI, Fernando. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 03/dezembro/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.

_____. *Máquina e Imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas*. São Paulo: Edusp, 1993.

_____. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. São Paulo: Papyrus, 2011.

MANNONI, Laurent. *A grande arte da luz e da sombra: arqueologia do cinema*. São Paulo: Editora SENAC; São Paulo: UNESP, 2003.

MANOVICH, Lev. *What is digital cinema?* Disponível em: <http://www.manovich.net/TEXT/digital-cinema.html>. Acesso em: 05/06/2017.

MARSON, Melina I. *O cinema da retomada: Estado e cinema no Brasil. Da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine*. 2006. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

MARTIN, Marcel. *A Linguagem Cinematográfica*. Tradução de Paulo Neves. 2. Ed. São Paulo: Brasiliense, 2011.

MELEIRO, Alessandra (org.). *Cinema no Mundo: indústria, política e mercado: América Latina*. São Paulo: Escrituras, 2007, vol. 2.

MELO, Luís Alberto Rocha. Luiz de Barros e a Companhia Industrial Cinematográfica. XIX *Encontro Socine - Sociedade de Estudos de Cinema e Audiovisual*. 2015. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

_____. Gênero, produtores e autores – Linhas de produção no cinema brasileiro recente. In: CAETANO, Daniel (org.). *Cinema Brasileiro 1995 – 2005: revisão de uma década*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

MIRANDA, André. *LaboCine sai de circuito em março*. Principal laboratório do país encerrará atividades devido à perda de faturamento em consequência da digitalização das salas de cinema. (2016). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/labocine-sai-de-circuito-em-marco-15209540>.

MIRANDA, Marcelo. *Meus Amores no Rio*. Disponível em: <http://www.portalbrasileirodecinema.com.br/christensen/filme-meus-amores-no-rio.php?indice=filmes>. Acesso em 17/04/18.

MISEK, Richard. *Cinema. A History of Screen Color*. West Sussex. United Kingdom; Wiley-Blackwell. 2010.

_____. The 'look' and how to keep it: cinematography, post-production and digital colour. *Screen*, Volume 51, Issue 4, 1 December 2010, pgs 404 – 409. Disponível em <https://academic.oup.com/screen/article-abstract/51/4/404/1616838?redirectedFrom=fulltext>.

MOLES, Abraham. *O Kitsch*. São Paulo: Perspectiva, 1994.

MONTEIRO, Luan Montemart. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 19/novembro/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

MORAES, Lidiane P. *Neochanchada. A comédia que faz o brasileiro sorrir*. Revista Livre de Cinema v. 4, n. 2, pgs. 3-18 mai-ago, 2017.

MORATELLI, Valmir. *Cinema nacional vive fase de "neochanchada"*. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/cinema-nacional-vive-fase-deneochanchada/n1597208767183.html>. Acesso em 18 de janeiro de 2018.

MOURA, Edgar. *Da cor*. Santa Catarina: Iphoto Editora, 2016.

NEALE, Steven & KRUTNIK, Frank. *Popular Film and Television Comedy*. New York, Routledge, 2005.

NEDER, Rodolfo. O desafio da cor. In: *Filme e Cultura*. Ano II. N. 12. MAI/JUN. 1969, p. 49.

NOGUIRA, Luís. *Manuais de cinema II. Gêneros cinematográficos*. Covilhã: Labcom Books, 2010..

NORONHA, Daniela. *A Arte da Correção da Cor*. Coloristas falam sobre a profissão e suas trajetórias pessoais. Disponível em <http://www.abcine.org.br/artigos/?id=452&a-arte-da-correcao-de-cor>. Acesso em 17/04/18.

OLIVEIRA, Ana Carolina C. P. *A Direção de Fotografia Pós Intermediação Digital: As possibilidades e desafios da transição tecnológica*. Niterói: UFF, 2014.

OLIVEIRA, Marco. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. São Paulo, 30/maio/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

OLIVEIRA, Vanessa K. L. de. *Revisitando o cinema popular nacional*. Alcar 2015. 10 Encontro Nacional de História da Mídia. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

ORICCHIO, Luiz Zanin. *Comédias que vão além do riso*. 03 Junho 2013. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,comedias-que-vaio-alem-do-riso-imp-,1038278>. Acesso em 01/04/2018.

_____. *Cinema de Novo: um Balanço Crítico da Retomada*. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 2003.

ORMOND, Andrea. A lavagem da burra. Até que a Sorte nos Separe 3, de Roberto Santucci (Brasil, 2016). Disponível em <http://revistacinetica.com.br/home/ate-que-a-sorte-nos-separe-3-de-roberto-santucci-brasil-2016/>. Acesso em 01/03/2018.

ORTIZ, José Mário Ortiz Ramos. *Cinema, Televisão e Publicidade. Cultura Popular de Massa no Brasil nos anos 1970-1980*. 2a. Edição. São Paulo: Annablume, 2004.

PALMER, Marcos Ubaldo. *Cor e Significado no Cinema: Produção de sentido no filme “A Invenção de Hugo Cabret”*. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. 2015.

PARENTE, Andre. *Imagem-Máquina. A Era das Tecnologias do Virtual*. Organização de Andre Parente; Tradução de Rogério Luz et al. Rio de Janeiro. Ed 34, 1993.

PEDROSA, Israel. *O Universo da Cor*. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

PELOSI, Gigio. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 19/novembro/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

REY, Sandra. Por uma abordagem metodológica da pesquisa em artes visuais. In BRITES, Blanca; TESSLER, Elida (org). *O Meio como ponto zero: Metodologia da pesquisa em artes plásticas*. Porto Alegre: UFRGS, 2002. Pgs. 123 – 140.

RIBEIRO, Márcio R. *A Classe média e proliferação das “globochanchadas”*. Artigo apresentado no XVIII Encontro Socine de Cinema e Audiovisual. Fortaleza: Unifor, 2014.

RODRIGUES, Jaime; FARIA, Marcos Ribas de; ESPIRITO SANTO, Michel do. Dossiê: O problema da Cor no Cinema Brasileiro. In: *Filme e Cultura*. Ano III. N. 17. Nov/Dez. 1970. Pgs. 6 – 18.

ROSSINI, Miriam de S. As marcas televisivas na Atual produção cinematográfica brasileira. *Revista Geminis*. Ano 5. nº. 1 – V.1. p. 19 – 33. 2014.

ROUSSEAU, René-Lucien. *A linguagem das cores: a energia, o simbolismo, as vibrações e os ciclos das estruturas coloridas*. São Paulo: Pensamento, 2002.

SAIAS, Paulo. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 19/janeiro/2018. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

SALOMÃO, Pedro Eduardo Pereira. O paradoxo do realismo no cinema contemporâneo. *Digitagrama – Revista Acadêmica de Cinema*. nº 4, 1º semestre 2007. <http://www.estacio.br/graduacao/cinema/digitagrama/numero4/pedroeduardo.asp>

SANGION, Juliana. Cinema e TV no Brasil: breve panorama a partir da criação da Globo Filmes. *Ciência e Cultura*. Vol. 64 n.3. São Paulo, 2012.

_____. *Vale a pena ver de novo? A Globo Filmes e as novas configurações do audiovisual brasileiro na pós-retomada*. Tese (Doutorado). Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2011.

SCHETTINO, Paulo. B. C. *Diálogos sobre a tecnologia do cinema brasileiro*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

SCHVARZMAN, Sheila. O cinema contemporâneo brasileiro de grande público e a crise brasileira. *Revista O Olho da História*. nº 23. Novembro, 2016.

SCHWARTZ, Vanessa R. O Espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto o público pela realidade na Paris fim-de-século. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (org). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naif, 2004. Pgs. 337-361.

SILVA, Ely. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. Juiz de Fora, 03/dezembro/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

SOARES, Natália de Castro. *A cor no cinema silencioso do Brasil (1913-1931): produção e linguagem*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2014.

SOUZA, Carlos Roberto. Os Pioneiros do Cinema Brasileiro. *Revista Alceu*. n.15 - p. 20 a 37 - jul./dez. 2007. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Souza.pdf. Acesso em 17/04/2018.

SOUZA, José Inácio de Melo. Multifilmes. In: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (org.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. pgs. 392-393. São Paulo: Senac, 2000.

STIVALETTI, Thiago. Tiradentes: *Os novos valores das comédias*. Disponível em: <http://www.filmeb.com.br/noticias/nacional-producao/tiradentes-os-novos-valores-das-comedias>. Acesso em 25/03/2018.

TENCHELLA, Marcus. Entrevista concedida a Carlos Eduardo Mendes de A. Couto. São Paulo, 04/junho/2017. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

TUGNY, Augustin de. *Regimes da Cor*. Tese (Doutorado). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2010.

VALENTE, Eduardo. “Que gêneros são nossos?”. In: EDUARDO, Cléber; VALENTE, Eduardo; VIEIRA, João Luiz. *Catálogo da Mostra Cinema Brasileiro: Anos 2000, 10 questões*. Realizada no Centro Cultural Banco do Brasil, abril-maio, 2011.

VON HUKERMAN, A. *Color Correction Handbook*. Professional Techniques for Video and Cinema. Peachpit Press, 2014.

XAVIER, Ismail. *O Discurso Cinematográfico: a opacidade e a transparência*. 4 Edição. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

APÊNDICE I

Entrevista com José Augusto Quartin de Blasiis

Professor universitário e proprietário da empresa Cinemática Audiovisual.

São Paulo, 17/05/2017

1 - Zé Augusto, qual a importância hoje da pós-produção para a indústria do cinema brasileiro?

Acho que a importância da pós-produção é para o cinema mundial. Começando por isso. Hoje o filme base do entretenimento virou um filme de efeitos especiais. De personagens da mitologia dos quadrinhos. Que é um tipo de cinema que eu confesso que não me agrada muito. Um tipo de cinema menos humanizado. A pós-produção do cinema americano, principalmente, sempre foi fortíssima. Os caras sempre trabalharam com efeitos. Eu, quando coordenei um curso de cinema, que chamava cinema digital, o primeiro filme que eles assistiam era *King Kong*, um filme de 1933, (Merian C. Cooper e Ernest B. Shoedsack, 1933) e o filme dois que eles assistiam era o *Cidadão Kane* (Orson Wells, 1941). Todos esses filmes com trucagens extremamente elaboradas, todas óticas, de *back projection*⁸⁶, de *matte painting*⁸⁷, toda uma síntese de técnicas que eram desenvolvidas durante os anos anteriores por alguns estúdios, por algumas empresas especializadas em efeitos. Isso nunca parou. São sempre novas tecnologias agregadas à narrativa cinematográfica. Isso é uma coisa. Outra: a “melhoria”, vou colocar entre aspas, a “melhoria” ou modernização dos suportes. A gente está no processo, nós estamos abandonando a película... já abandonada, tadinha, já morta. Não existe mais nenhum laboratório de revelação na América do Sul, de negativos, portanto não tem mais venda. Nos Estados Unidos ainda existe, já esta virando de maneira artesanal. Alguns caras, alguns cineastas ainda resistem e tal. O Tarantino⁸⁸ fez o ultimo filme dele, o *Oito Odiados* (2015), com película 65 mm, mas você vai olhar e o filme é totalmente pós-produzido digitalmente, inclusive finalizado em 6K⁸⁹, para poder aguentar a resolução do negativo de 65 mm.

⁸⁶ Sistema de projeção de uma imagem por trás de uma tela para resultar num plano em combinação com outra imagem sobreposta.

⁸⁷ Representação pintada de um cenário, ambiente, ou localização distante que permite aos produtores e diretores de filmes criarem uma ilusão de um ambiente que de certa forma seria difícil ou impossível construir ou visitar.

⁸⁸ Quentin Tarantino, cineasta.

⁸⁹ Resolução de 6144×3072.

A partir do momento, um pouco lá trás, que a gente começou o que eu chamo de tripla transição, que é a transição da captação, ou seja, a transição da produção e da pós-produção e a transição da exibição para o formato data digital, quem veio primeiro foi a pós-produção, ou seja, eu continuava captando em película, transferiam meu negativo via scanner para formatos digitais e fazia toda finalização já em digital e voltava para película para exibição. Ou seja, eu fazia um transfer, desse transfer eu criava um internegativo⁹⁰ e copiava tradicionalmente, como os cinemas estavam acostumados a distribuir e exibir cópias.

Aí, paralelamente o 1) Produção e o 3) Exibição vieram quase que simultaneamente e, em termos de tecnologia digital, a captação surgiu antes. Mas o momento em que ela fica madura, que ela passa a ser, digamos assim, majoritário no cinema mundial, eu poderia dizer que foi com a colocação de duas câmeras no mercado. Primeiro a RED⁹¹. Mas, efetivamente, aquela que modificou tudo, a revolução foi com a Arri Alexa⁹². Esta câmera determinou uma captura segura e com a qualidade que os fotógrafos desejavam em termos de latitude, transparência, textura, tudo o que você teria na, tinha, na película. Então a captação estava andando nesse nível, ao mesmo tempo a gente já estava digitalizando as salas de cinema pelo mundo. Nos Estados Unidos as grandes *majors* criaram a DCI, *Digital Cinema Initiative*, que era exatamente para formatar um novo projeto de exibição digital, projeto que já está 100% instalado na Europa, 100% instalado nos Estados Unidos, Canadá, Japão e o Brasil pode-se dizer que já está 100% instalado por que não há mais nenhuma cópia, nenhum laboratório de cópiagem no Brasil. Significa que as salas que não fizeram a conversão, ou a convergência, vamos chamar assim, morreram, fecharam. Mas como nós temos aumentado o número de salas brasileiras, a gente tá aí com perto de 3.100 salas⁹³, então significa que esse processo só avançou e não retroagiu.

Aí a pós-produção continuou trabalhando com a sua grande tradição de efeitos e entrou, sim, um grande fator, que eu acho que é o mais próximo do seu trabalho que é uma estetização da fotografia/da imagem/tratamento de cor. O colorista passou a ser um co-autor, muitas vezes, da fotografia, junto com o fotógrafo. Muitas vezes o diretor de arte, eu brinco, principalmente no cinema brasileiro, talvez seja o profissional mais traído. E eu to falando como um

⁹⁰ Primeira cópia da máster do negativo, de onde serão feitas as cópias.

⁹¹ www.red.com/

⁹² <https://www.arri.com/br/camera/alexa/>

⁹³ O parque exibidor brasileiro encerrou o ano de 2016 com 3.160 salas em funcionamento, o que representa um crescimento de 5,2% em relação ao ano anterior.

Fonte: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/informe_exibicao_2016_0.pdf. Acesso em 03/11/2017.

profissional que esteve em todas as principais etapas de modificação dos sistemas. Fui formado no sistema ótico, entrei nos primeiros sistemas de pós-produção eletrônica, depois pós-produção digital com fita, depois pós-produção data⁹⁴. Passei por todos os processos e trabalhei em cargos importantes em duas das grandes finalizadoras do Brasil Nos Estúdios Mega, criei um laboratório chamado MegaColor, que era do grupo Mega e da Shibi Filmes e depois na Casablanca trabalhei por 10 anos, peguei o auge desse processo de transformação. Então eu vi tudo isso acontecer, como eu sou uma pessoa preocupada com processos eu não andei só olhando para frente, eu olhei para os lados, até porque eu tenho uma carreira acadêmica, sou professor, tenho uma formação em História, fui coordenador de curso. De cinema, trabalhos em cursos de rádio e TV, tenho 37 anos de magistério e 35 do mercado profissional de pós-produção, também sou fotógrafo, então tenho uma formação bastante ampla que me possibilita ter um olhar, um recorte, nessa minha caminhada profissional e vi então talvez então por esse viés, de formação em História, fui sempre olhando para esses marcos, para esses acontecimentos que mudavam estruturas de pensamento, estruturas de funcionabilidade e, por que não, estruturas estéticas.

Tem um fator que sempre foi influenciador aqui no Brasil que foi a publicidade, na qual eu trabalhei também por uma boa quantidade de anos. Então quem tinha dinheiro para investir nos parques tecnológicos mais sofisticados do Brasil, desde o ótico e depois no digital, foi a publicidade. Longa-metragem brasileiro nunca teve dinheiro para pagar estruturas sofisticadas. Quando a gente teve a retomada, eu costumo dizer que o cinema brasileiro, ele dormiu ótico e analógico e acordou digital. E aí você não tinha nenhuma estrutura de pós-produção sofisticada pensada para esse cinema, então todos os grandes filmes da retomada foram finalizados fora do Brasil, em Los Angeles, em Nova York, ou, por exemplo, os filmes do Walter Salles, que normalmente eram finalizados na França, por uma relação de proximidade dele.

No Brasil, acompanhando bem esse processo, eu passei pela transição de uma sofisticação do parque ótico brasileiro, tenho grande orgulho pessoal nisso, porque fundei um laboratório moderníssimo de pós-produção de cinema, de revelação e pós-produção de cinema, retomando técnicas sofisticadas de finalização ótica que essas sim, nesse momento, eram só aplicadas ao mercado de longa-metragem e curtas. Entretenimento. Não mais o mercado de publicidade, pois o mercado de publicidade estava totalmente voltado para a finalização eletrônica e digital passando para data. Só que a publicidade continuava tendo acesso aos

⁹⁴ Arquivos digitais sequenciais.

softwares mais poderosos, ela era que pagava pelos grandes *softwares* de estetização e de correção de cor e ela foi responsável pela formação dos primeiros grandes coloristas que passamos a ter no Brasil. Saímos do marcador de luz, que a gente chamava, que era o *color timer*, e passamos para o colorista, passamos para o cara que colocava a cor em vídeo, como chamava em televisão e produtoras de vídeo. Aí sim, prosseguindo essa estrutura para o cinema, por que o cinema, a partir de todo aumento das leis de incentivo dos processos do fundo setorial, partindo de tudo isso, a gente passou a ter uma produção muito mais robusta no cinema brasileiro e aí, teve essa estrutura, pagar esses volumes de dinheiro para finalizar esses filmes era uma coisa interessante para os donos dessas finalizadoras.

2 - Você é dono de uma pós-produtora hoje, uma finalizadora de vídeo e áudio. Como é a relação entre uma produtora, a contratante, e a finalizadora, contratada, desde o primeiro contato até a entrega do produto?

Então, primeiro você tem um departamento comercial. Essas relações se dão sempre numa estrutura comercial. A minha, como é uma empresa muito pequena, quem faz o atendimento comercial sou eu mesmo. Eu já tenho essa manha, eu já exerci essa função, tanto no Mega quanto na Casablanca, que são as finalizadoras que eu falei na resposta anterior.

Tem vários fatores. Tem o fator preço, que é o preponderante no Brasil. Fator estrutura, aquela que você tem. Fator profissionais que você tem a disposição. Então os coloristas, já que nosso tema é cor, eles são profissionais procurados. “que quero trabalhar com fulano ou beltrano”, por que eu sei que ele vai me dar determinado caminho. Colorista cria muita estética. Muitas coisas que não estavam pensadas lá trás são criadas nas plataformas de correção de cor, junto com o fotógrafo, obviamente. Não é sozinho, mas o colorista cria muito do “nada” algumas coisas, então, eles são os profissionais procurados.

Os efeitos estão ficando mais presentes no cinema brasileiro, principalmente o efeito oculto. O efeito do disfarce, de você não colocar determinadas questões, então esse processo se dá por uma questão comercial, por uma questão prazo e produto a ser entregue.

A gente tá numa troca de modelo, né? No primeiro grande modelo, a gente tinha poucas grandes finalizadoras e algumas finalizadoras médias, passamos por um momento de queda dessas finalizadoras tradicionais e uma certa pulverização com muita produtora fazendo parte

do trabalho *in-house*⁹⁵, na publicidade isso virou uma regra em geral, então você contrata só o cara pra fazer a cor pra você e o resto fazendo internamente, e a gente volta a ter um modelo híbrido, a gente tem, mas misturando já, é uma produtora que finaliza, mas não é uma finalizadora de mercado, que é o caso da O2. Você tem uma Quanta, por exemplo, que é uma locadora e uma finalizadora, então ela agrega serviços, mas que eu saiba ela não é uma produtora. E você tem as produtoras e por ai espalhado uma quantidade muito grande de médias e pequenas finalizadoras e ainda estou incluído nas pequenas os *in-house*, né? Os profissionais liberais com pequenas estruturas de trabalho em casa, e só foi possível com a miniaturização e o barateamento das tecnologias digitais. Antes eu pagava um milhão, um milhão e meio de dólares por uma mesa de telecine. Uma mesa, um console custava 250 mil dólares de um telecine que custava um milhão e meio. Hoje você pega um software de graça para fazer correção de cor e as pessoas corrigem com monitores e até televisores, monitores de computadores, como se fosse normal e tal. Estruturas com projeção, como a gente chegou a ter, o formato buscado era o da sala de certo tamanho, projetor... era um mundo muito difícil, porque era um mundo log, o mundo log era necessário uma curva logarítmica porque eu tinha que entregar isso de novo para um negativo, então a monitoração é log, trabalhava com arquivos log, foi muito difícil, nós apanhamos bastante para aprender a trabalhar com isso e hoje é tudo no espaço linear, né? Porque embora você possa trabalhar log com P3⁹⁶, no fundo está todo mundo trabalhando linear, quando na maioria nem no espaço de cor P3 estão trabalhando, trabalham tudo no REC 709⁹⁷ que virou uma realidade de mercado nas salas de cinema. É uma relação que ela vem mudando bastante, mas a relação básica continua sendo preço, prazo e você disponibilizar estrutura e profissionais que aquele projeto demanda ou aquele cliente quer.

3 - Com a introdução da tecnologia digital o que mudou na marcação de cor de um longa-metragem?

Olha, com toda sinceridade e honestidade, não mudou muito, porque antes você tinha que fotografar tudo muito bem fotografado no *set*, eram feitos diversos testes, você fazia nos Estados Unidos e aqui no Brasil nunca foi uma realidade, você fazia copiões, *one light*

⁹⁵ Serviços realizados em departamentos dentro da própria empresa.

⁹⁶ P3 é um formato imagem construída em *ascii*, com o valor numérico de cada pixel variando de zero ao máximo valor dado pelo header. No caso do P3 é 1024.

⁹⁷ Espaço de cor para HDTV, geralmente formado por 8 bits linear de imagem.

*show*⁹⁸, uma luz só, uma luz técnica, então tudo aquilo que estava fotografado errado e fora do padrão apareceria. Depois você montava o filme numa moviola, separava o negativo, emendava os negativos, fazia uma dosificação, uma marcação de luz cena a cena para os testes ou pilotinhos como a gente tinha. Com sistemas automatizados americanos que você fazia dois frames, frame inicial, frame do meio e frame do final de cada cena, assistia isso num projetorzinho de *slide* calibrado ai ia mudando, mudando até que você conseguia ficar OK, e você conseguia fazer um primeiro copião desse material, acertava tudo com marcação de luz, no Brasil sempre na mão, com filtrinho, nos Estados Unidos sempre projetando numa segunda tela paralela comparativa, sempre mais sofisticado do que a gente teve aqui, e na hora que isso tudo estivesse marcado e equilibrado, você ia fazendo um interpositivo desse material que iriam sair vários internegativos que é um *Double Negative*. Então é um processo bastante longo para chegar na cor. Claro que o fotógrafo tinha que entregar tudo mais na fotografia, você tem eu ter um controle muito maior sobre o processo estético.

Falando de hoje, você claro, deve fazer testes, deve fazer *looks* e deve fazer testes de *looks*. Entraram duas palavrinhas bonitinhas ai no nosso jargão, né? Que é muito confundido no mercado, que é *look* e *lut*. Então tem muita garotada fazendo cor na internet, “que eu inventei um *lut* aqui, que o *lut* que eu to aplicando aqui, o *lut* acolá... eles estão falando de *look* e não de *lut* porque *lut* basicamente é um espaço de reprodução. É um espaço que vai caber X latitudes de cor, X latitudes de imagem, X reprodutibilidade de cor, e ai eu preciso ter todo meu processo calibrado para o meu *lut* ou não. Não é essa zona que a gente faz aqui. A gente é muito leviano tecnicamente no Brasil. A gente inventa um monte de modismos e acha que aqui é solução e vira uma grande confusão. Enfim, hoje você deve fazer isso, você vai fotografar em *raw* ou *log*, então a primeira coisa que apareceu de novidade no mercado foram os *on-sets*, que é como fazer uma espécie de dosificação no set de filmagem. Se você assiste *making-ofs* de grande séries internacionais e vou citar uma das maiores, *Game of Thrones*, você vai olhar que todos os *looks*, de todas as cenas, de todas as sequências estão nos monitores do set, não vão ser necessariamente inventados na marcação de luz. Eles estão lá, eles são pré-estabelecidos, *arriflex*, essa série é feita com *Alexa*, ela tem um gerador de *looks*, que eu gero um *look* e encaixo na minha câmera, na saída dela e ela já sai para o monitor, ou encaixo no monitor. Eu vejo aquele pré-*look* estudado, que os fotógrafos trocam, não é o mesmo fotógrafo que faz temporada inteira e ele vai ter que passar pelos mesmos ambientes

⁹⁸ A mesma marcação de cor aplicada em todo filme, geralmente mais brilho e saturação, com o objetivo de facilitar a montagem do filme.

que outros fotógrafos passaram, como ele vai fazer uma fotografia que ele está sempre na sala do trono, sempre estou no norte, sempre estou na propriedade da família Stark que está lá no norte, que está lá na muralha, então fotógrafos diferentes, então você percebe diferenças estilísticas, mas o *look* básico está lá. E, no meio disso tudo, arquivos e arquivos e arquivos digitais, então o *workflow* se tornou muito mais complexo. Antes era um assistente de câmera, negativo, lata, laboratório revelava e a partir daí acontecia dentro do laboratório. Hoje eu tenho que fazer *back-ups*, aplicar luts ou não, ou aplicar o *set* ou não. Eu acho que a melhor forma de você fazer isso é fazer um pré-estudo, você ter um sinal limpo e um sinal com estudo, o lut, óbvio que tem que ter. De reprodução, esse de reprodução *broadcast*. E é um desejo do fotógrafo, você vai mandar essas informações para os metadados⁹⁹ e vai fazer o *proxy*¹⁰⁰ de edição com a aplicação de um determinado *look*. Senão o diretor vai montar o filme, sempre com uma cara muito *flat*¹⁰¹, depois que vier a pós-produção do filme, seis meses ou mais depois, ele vai ficar extremamente impactado negativamente. Feito isso, preservado isso, o filme é exportado em uma xml, vai para uma casa de pós-produção que vai pegar esses arquivos em alta, vai consolidar esses arquivos, o chamado processo de conformação, aí tem os profissionais todos envolvidos, data manager¹⁰², todos os processos dentro das casas de finalização e, aí sim, entra a correção de cor, propriamente dita, ideal que seja feita numa sala grande, numa projeção, mas isso se tornou algo não muito economicamente viável, pelos custos executados no Brasil e você vai fazendo a dosificação, a marcação cena a cena e usa ou não o *look* que veio do set. Aí é uma decisão. Me baseio nele para trabalhar. Deve-se fazer cabines de teste. Deve-se fazer *proofs*¹⁰³ que a gente chama antes de gerar esse DCP. Deve-se exibir em salas de cinema convencional, via DCP, tudo o que a gente fazia no ótico, tudo o que a gente fazia na intermediação digital, no negativo, pós digital a gente volta para negativo não está muito diferente hoje em dia, não. O que eu tenho é mais ferramentas, mais máscaras, mais trackings, mais layers, mais capacidade processamento, mais possibilidade de mexer, mas um longa têm X horas de correção de cor pagas, não dá para eu gastar 200, 300 horas, para mascar luz num longa metragem.

⁹⁹ Informações contidas dentro do próprio arquivo, como resolução, data, número de câmera, e que podem ser visualizadas dentro dos *softwares*.

¹⁰⁰ Imagens em baixa resolução usadas em edição, tratamento de cor e efeitos para não sobrecarregar os *softwares*. Na hora de gerar o filme final, trocam-se os *proxies* por imagens *full resolution*.

¹⁰¹ Imagem sem tratamento de cor.

¹⁰² Profissional responsável pelos arquivos do filme dentro da pós-produtora.

¹⁰³ Teste de projeção, geralmente com 5 minutos de duração com cenas variadas do filme.

4 - Especificamente, como um *color grading* pode interferir na estética e na narrativa de um filme?

Ah, eu acho que bastante e ele pode atrapalhar também. Ele pode estar em completo desacordo com o gênero do filme, eu já vi muito filme assim, que pesou a mão da escolha do diretor contra um fotógrafo, que pesou a mão de um colorista contra gênero, passou a mão das pessoas não entenderem que gênero era aquele, para que público estava sendo feito, por exemplo uma comédia, um filme infanto-juvenil de aventura, que tem que ter a cara do *Harry Potter*, por exemplo, e não pode ter a cara do *Tropa de Elite*, entendeu? Não bate uma coisa com a outra. Pode sim e, ao mesmo tempo, ele pode encontrar a cara do filme. É só pegar as séries, as séries são magníficas. Você pega as seis temporadas, você assiste o primeiro episódio, o primeiro episódio da primeira temporada e o último episódio e você sabe que está na mesma série. Ou séries de longas-metragens, vamos pegar aí *Piratas do Caribe*, *Senhor dos Anéis*, três longas-metragens e depois o *Hobbit*, todo mundo ali com aquela cara, com aquela estética, com aquele universo, com aquela época.

Eu acho que a fotografia e a correção de cor tem que espelhar a época, então eu tenho que ter partido da época para eu explorar. Se é uma época incerta então eu posso explorar, eu tenho que é ter um ponto de vista cultural. A gente tá aqui falando de ficção, mas podem ser documentários também, que também tem fotografia, que também tem estética, trabalhar com material de arquivo. O que você faz com materiais de arquivo na correção de cor? Interfiro, não interfiro? Nas restaurações de longa metragem eu vou pressupor que a fotografia era daquele jeito, vamos fazer uma investigação para saber como era ela? Lembro-me do meu incômodo nos projetos que eu trabalhei de restauro, a gente usava cópias muito velhas, que a gente usava como referência que já estavam esmaecidas, e eram feitas para projetar com projetores antigos, com carvão como lâmpada, com temperatura de cor diferente das lâmpadas xênon de hoje, então aquela cópia não vai nunca reproduzir aquela cor, daquela época. E a gente usava aquilo como referência. Falseando aquela referência.

Então, sim, eu acho que ele é extremamente importante. Tem filmes que você se leva pela fotografia, têm filmes que a fotografia e a câmera te incomodam. Então tem que ter um pouco de cuidado, tem que ter bom senso, e uma excelente combinação com a direção de arte, uma excelente combinação com uma leitura precisa do roteiro, do que se quer dizer com aquele roteiro, em minha opinião.

5 - Tem uma linha tênue aí, na marcação, que às vezes o filme é do diretor de fotografia, às vezes o filme é do produtor, às vezes é o colorista quem dá o *look*. Como é essa relação? Imagino que você já tenha visto. Eu já vi várias vezes.

Nossa, brigas e mais brigas, né? Do fotógrafo ser expulso do processo, do fotógrafo vir marcar a luz, ficar quinze dias marcando a luz e quando o diretor chega a primeira frase é fantástica: “não é nada disso! Isso não é o meu filme!” (risos). Faltou combinar com o inimigo, como dizia o Garrincha lá com a prancheta, né? Você combinou com outro cara que eu vou passar a bola por aqui e ele vai ficar olhando? Eu vi isso acontecer “N” vezes. Vi filme que estartou e a briga começou antes e o fotógrafo nem foi, eu já vi assistentes de câmera irem fazer correção de cor de filmes.

E eu sempre tive uma profissão que esteve nesse meio, como um supervisor de pós-produção ou finalizador. E eu sempre estive muito perto de marcar e sempre fui o cara que fez imagem e corrigiu cor de imagem para clientes, que servia de intermediário no processo, que pensava criticamente, então tenho mais elementos, mais olhos. Em alguns casos, quando o diretor de arte é muito poderoso, ou ele está tendo... A Daniela Thomas¹⁰⁴, que co-dirige filmes e é uma diretora de arte, bate muito o pé em relação aos conceitos de relação de arte que foram criados, que fazem parte da concepção do filme dela como diretora, coisa que gente vê. Rarissimamente a gente vê um diretor de arte, na correção de cor. E já vi filmes que vinham quentinhos com pele normal e saíram verdes, cianos e hiper-contrastados, ou seja, como fica todo o resto da paleta de cor se inverte completamente o arco básico de estética de uma cena? Não gosto de uma coisa que, por causa da publicidade, virou um certo vício numa fase do cinema brasileiro que eu chamava de multi-*look*. Uma cena um *look*, o cara voltava para esse mesmo ambiente três dias depois e já estava diferente. O mundo não é assim, né? Estamos aqui, com uma luzinha mais quentinha, lá fora vai estar um final de dia um pouquinho mais frio, eu vou entrar numa luz que está amarela, outra que está super verde, as luzes da rua tem quatro ou cinco iluminações diferentes, tem mercúrio, vapor de sódio, tem aquele outro tipo de metal iluminando as pontes, tem led que acabou de chegar, então no mundo tem essas pequenas variáveis que nosso olho, ajusta-se muito a elas, só quando ela é muito diferente aí a gente não consegue zerar, então eu gosto de uma estetização, mas com um certo naturalismo,

¹⁰⁴ Cineasta, diretora teatral, dramaturga e diretora de arte. Dirigiu diversos filmes como *Terra Estrangeira* (1996), *O Primeiro Dia* (1998), *Linha de Passe* (2007). Fonte: <http://www.filmeb.com.br/quem-e-quem/diretor/daniela-thomas>. Acesso em 04/11/2017.

e a hora que você vende a proposta ela tem que ser coerente o filme inteiro, eu não posso ficar inventando.

6 - Há uma convergência entre programas de TV brasileiros, publicidade e fotografia de filmes nacionais?

Então... Há, mas em minha opinião ela vem sempre da publicidade para o cinema e muitas vezes da publicidade para a televisão. Aqui eu acho que foi publicidade para cinema; cinema para televisão. Quando a publicidade influenciou o cinema, o cinema criou uma determinada estética em cima da ficção, porque a publicidade não é ficcional, ela é promocional. E aí, com grandes obras, as narrativas de televisão, principalmente as séries, seriados, aí eu vejo sim, uma forte influência dessa estética cinematográfica que, na minha opinião, vem na mão dos coloristas/fotógrafos, que os fotógrafos de cinema passaram a trabalhar muito mais em televisão, como nunca antes. Fazendo um marco histórico ai, a Manchete, que foi quem iniciou o processo no início dos anos 80, quando ela se fundou com o Dib Lufti¹⁰⁵, com o Guerrinha¹⁰⁶, que influenciou em seguida, criou até um abalo na TV Globo que era aquela coisa toda iluminadona, todos os cantos do cenário iluminados. Depois vieram novelas com contra-luz recortado, com *key*¹⁰⁷ e *fill light*¹⁰⁸ bem delineados, que não eram uma característica, a altura da luz, o ataque da luz diferente, e deu para notar quando ela começou a tentar a se adaptar com seus iluminadores internos de televisão, depois quando ela também começou a convidar fotógrafos, depois a mão de obra interna da televisão foi também se sofisticando. Então eu acho que hoje nós temos uma roda. Acho que hoje talvez a publicidade influencie menos, porque está numa certa decadência, principalmente em alguns estilos de produção, a gente vê muito de varejo, onde não se prima muito pela estética, mas tem coisas que aparecem diferentes, obviamente. Você pode olhar que hoje, os grandes comerciais... Coincidentemente, eu estive na Cinemateca Brasileira neste último sábado e todos os

¹⁰⁵ Dib Lufti é um diretor de fotografia. Nascido em 1936, em Marília (SP), mudou-se para o Rio de Janeiro no fim da adolescência. Em 1957, começou a trabalhar como câmera na TV Rio. Conhecido por seus trabalhos no Cinema Novo. Fonte: <http://www.filmeb.com.br/quem-e-quem/diretor-de-fotografia/dib-lufti>. Acesso em 04/11/2017.

¹⁰⁶ José Guilherme Guerra Cavalcanti, em arte mais conhecido como José Guerra, é um diretor de fotografia brasileiro nascido no Rio de Janeiro (RJ) em 17 de setembro de 1950. Era conhecido no meio cinematográfico como Guerrinha. Foi um dos sócios fundadores da Associação Brasileira de Cinematografia (ABC). Fonte: <http://www.historiadocinemabrasileiro.com.br/jose-guerra/>. Acesso em 04/11/2017

¹⁰⁷ É a luz “principal” que ilumina uma Cena. A luz que define a natureza essencial do principal elemento em Cena.

¹⁰⁸ É uma luz que serve para suavizar as sombras.

comerciais que apareceram lá eram com estética cinematográfica. Todos com estética de cinema claramente. Então eu hoje não mais falo cinema, TV e publicidade, eu falo em produção audiovisual. Eu acho que a produção audiovisual passou a ter, variedades e uniformidades, ela hoje esta um pouco indistinta, porque vieram os dispositivos móveis, o Youtube, a internet, o Netflix, *on demand*, o OTT¹⁰⁹, o mundo mudou. Então não existe mais a TV, né? A Globo lança na internet uma série antes da TV, como a Netflix já vinha fazendo. Antes a Netflix não tinha TV aberta. A TV Globo com Globo Play, todas as séries eu estão estreando agora, por doze reais e alguma coisinha por mês pode ver tudo antes.

7 - Acredita que uma tecnologia como o *Instagram* e seus inúmeros filtros, acaba influenciando a correção de cor?

Em minha opinião, não. Acho que isso é um vício do espectador, um vício... acho que é um *gadgetzinho*, um *featurezinho* que você dá para as pessoas. Eu, por exemplo, uso pouco, muito raramente. Eu prefiro por a minha foto, do jeito que ela foi tirada no celular com um pensamento. Eu tiro ela com alguma preocupação, eu fecho o diafragma com alguma ferramenta que tem, tento expor direitinho, entendeu? Tento balancear a cor, não uso o balanceamento automático, raramente, eu uso um contrastezinho, talvez uma pequena dessaturação, porque os filtros do *Instagram* ou lavam demais ou saturam demais. Não tem aquele que tem um contraste bonitinho com uma leve dessaturação. E aí você tem que ficar editando esses filtros.

Eu agora inseri no meu curso lá na Universidade, que os alunos usam *Instagram*. A gente fez um *Instagram* fechado, dentro da sala, e eles fazem um ensaiozinho por semana. Nesse momento ainda é tudo PB¹¹⁰. Até aprender a base da fotografia, exposição, enquadramento, uma certa estética, aí eu vou passar para cor, e não vou querer nada publicado com filtro. Essa é a regra e não vou querer nada publicado no fim. Essa é a regra. Fotografa e põe puro. Porque eu quero entender o que ele fez e não o que o filtro fez por ele. Agora tem uns bacaninhas, uns vinhetes, uns filtrinhos que funcionam, mas eu acho... eu não gosto muito do *Instagram*, não. Eu gosto de outras ferramentas que tem aí para outros *softwares*, os do *Lightroom*, por exemplo, são muito melhores.

¹⁰⁹ Aparelho que possibilita navegar na internet e acessar canais de streaming.

¹¹⁰ Imagem preto e branco.

8 - O senhor consegue notar uma padronização ou aproximação cromática nas produções da Globo filmes?

A Globo Filmes não é a produtora desses projetos, é apenas a coprodutora e a divulgadora, e não vai influenciar em nada a estética desses filmes. E eu estive dentro da Globo Filmes, eu participei de reuniões de filmes, de projetos grandes, eu fui ao Rio, eu participei de reuniões de produtoras no Rio, dentro do escritório da Globo Filmes, quando eu trabalhava nesses empregos meus eu tinha um status bastante importante que me levavam ter a esse nível de reunião, a esse nível de decisão e eu nunca vi uma discussão estética a respeito do produto. O produto sempre ficou por conta da produtora original, do fotógrafo e do diretor. De vez em quando uma discussãozinha, muito mais entre o fotógrafo e o diretor, “quero ver o olho do ator”, “o olho está escuro, sem brilhação, tem que abrir e tal” e dá-lhe máscaras, *tracking*, para poder acertar. Não acredito que ela interfira e não seja ela que determine, não. Modismos de mercado, modismos fotográficos e modismos estilísticos de país são mais importantes que qualquer pré-determinação de qualquer produtora.

09 - O que o senhor acha da atual indústria cinematográfica nacional? Com pontos positivos e negativos.

No fundo, nossos produtos não são pagos, nosso produto depende de dinheiro público, depende de fundo setorial, praticamente nenhum filme brasileiro se pagaria na bilheteria. E não pode se pagar apenas na bilheteria, o filme tem que se pagar em todas as mídias. Hoje, 75% do que o *blockbuster* americano ganha de dinheiro não é na tela do cinema, isso distribuído no mundo inteiro, com mais de 150 mil telas que a gente tem pelo mundo. Só nos Estados Unidos e Canadá a gente 50 mil telas e nem lá dentro você paga. O grande estúdio americano, se não tiver o mercado internacional, não paga nenhum filme, sendo que o segundo mercado fora dos EUA e Canadá e pouca gente sabe, é o Japão, grande consumidor de filme americano. Então, é uma mecânica que a gente ainda não fechou. Para fechar, a gente precisa de sustentabilidade, nos valores de compra pelas TVs, por exemplo, a valores reais de mercado. Ou seja, se eu tenho um filme de 10 milhões de espectadores, quanto vale para ser comprado? Tem que valer alguns milhões. E assim para todos os dispositivos. Só que para isso nós temos que ter uma unidade de *casting*, uma intratabilidade do produto, que eu queira vê-lo. Todo produto de grande sucesso no cinema vai ser mais alugado no *pay-per-view*, ele vai ser o mais comprado em DVD na época, e vai ser o mais visto na TV aberta,

you can look at *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002) and *Carandiru* (Hector Babenco, 2003), for example. It was quite clear in that era, they were audiences that people hadn't had for a long time in Brazilian cinema. As they were the largest audience, they had a big DVD sale, a big sale on closed TV and a big audience on open TV. In fact, in that era, *Carandiru* beat big American *blockbusters* in open TV audience. So when the product has a positive spin it goes, the product goes, right? People want to see it more than once, the one they haven't seen. Brazil has 250 million inhabitants, I have a cinema in only 900 Brazilian municipalities. I have 91% of cities that don't have a cinema. If someone hasn't seen that product in cinema because they didn't have that opportunity, then they go to the piraterie. Today it's sold on electronic piraterie on the internet. So there's another detail too. People are watching a lot of audiovisual on computer screens, tablets and cell phones, and here I have to narrate for a screen of that size. That's different from narrating for a big screen.

Entrevista com Marco Oliveira

Colorista Sênior e proprietário da empresa Core – Color Grading Services

São Paulo, 30/05/2017

Entrevista realizada por Messenger.

1 - Defina Color Grading.

Color grading é a expressão usada para o que a gente costuma chamar de correção de cor. Só que o termo correção de cor nunca agradou muito. Os fotógrafos ficaram incomodados com a expressão, com a tradução. E eles falavam: “se eu não errei, então não precisa corrigir”. Então não é necessariamente uma correção de cor.

Mas o que eu acho é que é justamente um conjunto de técnicas que você usa hoje digitalmente para manipular uma imagem em tudo o que diz respeito à cor, seja a correção quando você tem distorção de refletor ou de horário de dia que não era o esperado ou qualquer defeito, de temperatura, de uma fonte de luz, intensidade, exposição. Isso a gente pode considerar que é correção de cor. E aquilo que entra mais na manipulação, é qualquer efeito especial voltado para a estilização. Agora com essa febre de luts... Então eu acho que é um conjunto de técnicas para manipular a cor de um filme ou vídeo.

2 - Fale um pouco sobre sua história como colorista.

Bom, quando eu comecei o mercado era um pouco diferente. Uma questão principalmente tecnológica. A gente está falando de vinte e poucos anos atrás, quando a correção de cor era feita nos primeiros telecines, que era no momento da conversão do material filmado em película para fita, para o digital e essa transferência era simultânea com a correção de cor, com o *color grading* e era feito exclusivamente nos telecines.

Os telecines eram máquinas muito caras, um conjunto de máquinas muito caras. O *scanner* em si, mais as mesas de correção de cor que controlavam esses scanners, que também tinham ferramentas específicas de correção de cor, já de amplificação de sinal, e os VTs, monitores e tudo mais.

Como era um investimento muito alto, eram poucas casas que existiam no Brasil. E a correção era basicamente para publicidade. Televisão era rodada em vídeo, então a maioria dos projetos não tinha correção de cor, e os longas-metragens ainda eram feitos em intermediação ótica, eram feitos no laboratório, com filtros, totalmente físicos. Então o “filé” mesmo da correção de cor era a publicidade. Então a gente acabava atendendo o Brasil inteiro. As empresas que tinham telecine eram todas aqui em São Paulo, se não me engano tinha uma no Rio de Janeiro. A gente concentrava a correção de cor do Brasil inteiro.

Eu comecei trabalhando na Casablanca, na verdade eu comecei trabalhando com coordenação na Casablanca, fazia pauta na madrugada. E o fato de eu estar de madrugada me deu a chance de eu conhecer todas as plataformas, todos os equipamentos de pós-produção, todos os serviços de pós-produção que tinham na casa, e eu fiquei louco quando eu vi o telecine, justamente o conjunto, porque você tinha que dominar um pouco de fotografia, um pouco de pós-produção, com sinal de vídeo, VT e tudo mais. E ainda tinha o negativo, você tinha que conhecer a emulsão, tinha que conhecer a revelação. Então isso foi o que mais me chamou a atenção.

Sou formado em Rádio e Televisão, na FAAP. E é isso... porque naquele tempo você não tinha muito como hoje é possível, do pessoal baixar um *software* de correção de cor, instalar em uma máquina própria, ter uma câmera com qualidade razoável, para você conseguir treinar pelo menos. Baixar um material da internet, não havia essa possibilidade. O único jeito era você conhecer alguém ou ficar enviando currículo, por exemplo, para conseguir uma chance em uma finalizadora que tivesse o equipamento, e se submeter a trabalhar de madrugada e pegar o que tivesse de oportunidade. Quando eu comecei não tinha oficialmente a posição de assistente. Para poder aprender a otimizar o tempo a gente acabava ajudando na manutenção da máquina, com limpeza, com manutenção preventiva, tinha uma questão de filtro, lente...

então a gente ficava com todo esse preparo e, aos poucos, fomos começando a preparar material, fazer cópias do material e, com isso, acabou se formando a primeira geração de assistente de telecine.

E tinha uma coisa que não tem hoje, tinha uns trabalhos que demandavam uma experiência um pouco maior, não que não tenha hoje... antes era tudo muito fácil de se definir, então a gente tinha os telecines de *off-lines* de longas-metragens, que na verdade eram um copião eletrônico. Então aquele telecine, aquele processo de telecinagem, era mais de organização do material e avaliação do material para saber se estava tudo certo ou não, e daí se geravam as fitas que iam para a montagem do longa. Então a cor que a gente fazia não servia como resultado final do longa, servia só para montagem. Era um telecine muito técnico. A cor tinha que seguir a carta de cinza, ou os critérios combinados com o diretor de fotografia ou com a produção. E a gente não tinha muita liberdade, não tinha muita elucubração estética assim. Era mais tentar reproduzir o que foi captado e fazer uma avaliação do material para ver se tinha algum problema de exposição, de revelação de laboratório, de risco, alguma coisa assim. E tinham os relatórios. Então era um processo basicamente técnico e com isso a gente ia pegando agilidade na máquina, ia treinando o olho para pegar sutileza, conhecendo negativo, conhecendo as pessoas, então esse era o primeiro trabalho oficial, que o um colorista júnior fazia. Depois começava a pegar uns *off-lines* de publicidade e depois que você começava a formar sua carteira de clientes, começava a pegar os *on-line*. No começo era muito mais mensurável o que se fazia ou daria o título, em que estágio profissional estava aquele colorista. Então foi isso. Eu comecei trocando muitos rolos para outros coloristas, assistindo muita sessão, virando muita madrugada, esperando para ver o que aparecia de oportunidade e abraçar.

3 - O senhor foi escalado para tratar a cor de um longa-metragem. Qual é o seu método de trabalho, desde o briefing até a entrega do material pronto.

Cada projeto é um projeto. E nem sempre a gente tem as condições ideais de trabalho... às vezes a gente entra em um projeto, quando o projeto já começou. Vamos falar então do que seria uma situação ideal para gente trabalhar. O ideal seria envolver a pós-produção na pré-produção. Quanto antes estiver todo mundo envolvido, eu acho que menos se desperdiça dinheiro e tempo. E mais cedo a gente consegue buscar o consenso para o resultado final. Então o ideal o que é? Quando o roteiro está fechado, pronto para começar, já sabe que equipamento vai usar, já sabe quem é o diretor de arte, o diretor de fotografia, a gente arma

uma reunião, e junta o máximo de referência possível, filme, livro... já teve projeto que as referências eram animes¹¹¹ ou quadrinhos. Juntam as referências, senta todo mundo, às vezes, dependendo do projeto, até a figurinista, por que, às vezes, é uma parte importante... E aí a gente avalia onde... quais são as pretensões do diretor, as pretensões estéticas dele e o que a gente precisa ter para poder conseguir chegar naquele resultado com o trabalho de cada um.

Então, um exemplo prático. Recentemente eu fiz um filme, que era sobre a construção de Brasília, com o orçamento curto, mas o diretor e fotógrafo eram parceiros meus de longa data. O filme era de época, da época que foi construída Brasília, muito do filme se passava em Tabatinga, tinha a necessidade de mostrar o árido, o seco, a terra, a poeira, que era o que tinha no lugar, a sujeira típica do lugar e ao mesmo tempo, por ser um filme de época, ele tinha que ter uma cara específica, mas a intenção era de que não ficasse meio sépia, já que era tudo mais quente, e a gente queria chegar em um resultado um pouco diferente. Aí o diretor e o diretor de arte me trouxeram uns livros super bacanas com umas fotos de época da construção de Brasília, e tinha muito *kodachrome* e *ectachrome*¹¹² na época, já tinha uma cor específica, e aí conversando com eles, vendo onde eles queriam chegar eu vi que como tudo era muito “encardido”, muito sujo, muito pó, muita terra vermelha dentro do lugar... A gente combinou que no figurino não ia ter nenhuma peça branca. A gente ia evitar tanto no figurino como na direção de arte, pintura de parede, porta, assim... A gente não ia ter nada branco, branco. Se existisse a necessidade alguma coisa branca seria uma roupa manchada de chá, um begezinho, ou um cinzazinho, sempre explorar o branco no brilho, na sensação de calor, mas nunca nas roupas. Aí foi feito um teste rápido, porque foi rodado em Brasília e eu estava finalizando isso aqui em São Paulo, então o fotógrafo e o diretor foram lá, abriram a câmera e rodaram os testes em algumas externas, em algumas locações, me mandaram o material. Eu avalei: isso vale, isso não vale, essa exposição está OK, essa exposição não está OK e eles rodaram o filme e eu só fui entrar em contato com eles com o filme pronto e rolou. Foi lindo, e a fotografia está toda OK. E a gente conseguiu fazer com pouca grana e com pouco tempo que a gente tinha, a gente conseguiu chegar num resultado muito, muito satisfatório, e eu falo que foi graças a uma reunião de três horas e dois testeinhos básicos.

Então eu acho que o procedimento básico é esse: uma conversa antes com todos os envolvidos. É muito difícil envolver a direção de arte, colocar em contato a direção de arte com a pós-produção antes do projeto. Só se coloca depois e quando se coloca. Mas o ideal é

¹¹¹ Animações produzidas no Japão.

¹¹² Filme produzido pela Kodak em 1940 e que foi descontinuado em 2012. Um bom website sobre o assunto é <https://www.thephoblographer.com/2016/01/03/remembrance-four-year-since-the-death-of-kodak-ektachrome>.

isso: uma reunião, um estudo de referências antes, com todo mundo já sabendo do roteiro do filme. E testes. Eu acho que eu sou muito empírico. Acho que a gente tem muita variável no processo de fazer um filme, então sempre que puder fazer um teste, faça um teste: de câmera, lente, figurino, exposição, do que puder fazer, por que às vezes um detalhezinho no *set*, pode me ajudar pra caramba ou pode derrubar, pode virar um transtorno pra mim. Uma coisinha que eu faço aqui, pode ser muito mais fácil para corrigir uma questão de fotografia, Então o processo é esse: teste no decorrer. E outra também: dependendo da estrutura que você tem para corrigir cor, não se deixe enganar, tem um conceito que a gente gosta de falar que é o *major delivery*. O que é? Você está fazendo uma publicidade, vai ter outras mídias, qual a principal entrega que você tem? Publicidade e televisão vão ser a principal entrega e os produtos secundários vão ser derivados desse, com seu *setup* todo de monitoração voltado para seu produto principal. A mesma coisa longa-metragem. O produto principal é tela de cinema, a gente faz tudo o mais próximo e o mais preparado possível para entregar o filme no cinema perfeito, lindo. Lógico que depois a gente vai ter TV, internet, *Blue-ray*... são todos produtos secundários. Então a prioridade será você trabalhar pensando já na sua principal entrega.

Portanto, muitas vezes você está numa estrutura que não é possível você marcar luz numa sala de projeção, então a gente tem esse processo, faz a cor no monitor, no melhor ajuste possível, no melhor *setup* possível e depois você faz um *proof*, uma seleção do material, uma montagem com as principais cenas do filme e vai projetando, gera um DCP, e vai para uma sala de cinema assistir isso para ver se está condizente, com o esperado por todo mundo, porque às vezes acontecem algumas distorçõezinhas.

4 - Qual a relação entre cor e a narrativa de um filme?

Acho que qualquer obra visual, seja uma foto, uma pintura, um desenho animado, um filme, a cor é essencial para ajudar a passar a emoção. A gente têm vários estudos psicológicos de qual cor tende a amplificar ou despertar alguma emoção e a gente usa isso no decorrer do filme, até para dar um ritmo no filme, para amplificar o momento que a gente queira, que seja mais intenso ou uma emoção específica, acalmar ou irritar, e hoje em dia, em função dos vários recursos fazendo parte também da correção de cor, a gente tem texturas.

Antes era tudo muito limitado. Em função da estrutura que a gente tinha, das técnicas de laboratório e tudo mais. Hoje esta tudo mais fácil, simular ou trabalhar isso de maneira digital, então existem muitos filtros ou caminhos para deixar tudo mais calmo, leve ou fantasioso.

Você trabalha com um contraste muito mais suave, com desfoques, com texturas mais agradáveis, fofas ao olhar. Ao mesmo tempo que, quando a gente precisa de algo muito mais intenso e incômodo, a gente trabalha com uma definição mais forte, mais artificial, a gente fala que é uma imagem mais ardida, muitas vezes com ruído ou com grão, quando a gente quer passar algum mal-estar. Então, eu acho que é isso. Diretamente ligado, a cor com a emoção. Isso para qualquer coisa, isso usado até em cor de parede de restaurante, logotipo, tem todo um estudo psicológico com a relação à cor e a emoção e no filme não é diferente. A gente usa e abusa.

5 - É um trabalho muito artístico, quase uma pintura digital, concorda? Por outro lado, torna-se também um trabalho muito mecanizado, uma vez que o colorista acaba seguindo conceitos do fotógrafo, produtor ou diretor, correto?

Muita gente costuma falar que “Ah, você é um artista digital”, e tudo mais. Eu costumo falar que eu não sou um artista, eu sou um artesão digital. Porque, primeiro, nosso trabalho raramente tem algo de original, e a gente está sempre vinculado à aprovação de alguém. Então isso varia muito de projeto para projeto. Tem projeto que tem mais autonomia é o diretor, tem projeto que o diretor passa a autonomia toda da correção de cor para o fotógrafo, em outros projetos para o colorista, quando existe uma cumplicidade. Mas o melhor resultado é quando você envolve todo mundo para entender a intenção emocional mesmo. Não apenas uma questão estética. A gente está contando uma história, correto? Então tem que levar em consideração o ponto de vista de todo mundo. E, além disso, tem também o que a gente imagina, o que a gente enxerga do filme, e o que a gente consegue extrair da fotografia.

O produtor é o que menos opina. O produtor opina mais, na prática, na questão do orçamento, que tá vinculado ao equipamento que a gente tem que trabalhar, se a gente vai trabalhar com qual câmera ou com qual lente, com o formato, ou com o tempo disponível para a gente fazer esse trabalho. Então eu acho que você tem que ter uma pretensão artística do trabalho, mas ao mesmo tempo, é um trabalho feito por muita gente. Então eu não posso escolher um caminho que é às vezes mais bonito, por uma sequência ou por uma cena específica, sendo que esse mais bonito, não é necessariamente mais bonito para o diretor e o fotógrafo, ou então ele não conta, não passa a emoção que se passa naquela situação. É bem isso, a questão da narrativa. Tem que ver o que o cara quer contar, que emoção ele quer passar naquela cena, então eu acho que a gente tá aqui para ajudar a traduzir aquela emoção em visual, em imagem.

6 - Como o senhor cria visuais ou *looks* para seus filmes? De onde vem a inspiração?

Como eu já falei antes, cada projeto é um projeto, então tem muito a ver como a gente enxerga aquele filme, que tipo de emoção desperta na gente, o que o filme faz a gente lembrar e também o que é possível fazer com aquele material. Às vezes a gente adoraria seguir por um caminho, mas o material captado não está condizente com aquilo. E quando eu falo condizente não quer dizer necessariamente que está mal captado, mas é que às vezes ele tem uma essência já na fotografia, que vai ao contrário daquilo que você esperava quando você leu o roteiro por exemplo.

Então, primeiro, eu acho que tem que ser coerente com o que está captado na imagem. Sempre que você fica brigando com o que está captado, com o que está nativo no material, isso acaba num momento ou outro, aparecendo e comprometendo material final. Eu acho que para ser um bom colorista você tem que ter um repertório cultural variado, você tem que assistir muita coisa, ser meio viciado em imagens, tem que ir em museu, tem que ver foto, tem que assistir televisão, tem que assistir filme, e não necessariamente coisa boa, você tem que assistir coisa ruim também, para ter critério do que é coisa ruim, para ter referencia do que é coisa bom e o que é ruim. Do que você gosta ou do que você não gosta. Mas eu acho que é isso, a emoção que você tem que passar para o filme em função de uma memória sua...

É muito comum a gente que faz entretenimento e faz publicidade usar uma referência bacana de foto, de algum fotógrafo, seja o que for, puxar aquela referência para o mundo em que você esta trabalhando para ver se funciona. Um exemplo, eu fiz há pouco tempo um curta-metragem com uma diretora e um fotografo superparceiros e eles vieram com a premissa assim... era um filme fantasioso, ele tinha essa necessidade. Era um mundo irreal. E ela veio com outras referências de algumas outras longas metragens. A gente foi assistindo o corte do filme já rodado e eu disse: “e se a gente for atrás de uma coisa de mangá¹¹³ ou de anime¹¹⁴?”. A diretora gostou da idéia e eu comecei a fazer uma pesquisa em paralelo - enquanto ela estava fechando a montagem - de um monte de mangá e anime, que são coisas que eu não sou tão fã assim. Tem coisa que eu acho lindo, mas não sou consumidor desse tipo de trabalho. E a gente começou a fazer uma pesquisa e apareceu muita coisa legal, principalmente em anime, eu comecei a procurar e assistir alguns desenhos em anime, e tinha muita coisa aquarelada, uma paleta de cor completamente diferente daquelas que a gente esta acostumado a trabalhar

¹¹³ Histórias em quadrinhos japonesas.

¹¹⁴ Desenhos animados japoneses.

e levantei um monte de coisa legal, e desse monte de coisa legal, nenhuma serviu para o filme. Mas tinha um filme - já que a gente estava nesse mundo de pegar essas referências mais japonesas, mais orientais, e o filme não tinha da nada de oriental - de ficção, meio B, assim, superdesconhecido, japonês, que era meio terror, meio ficção, de uma lenda japonesa que tinha um *look* lindo, foi o que funcionou melhor. A gente adaptou aquilo... lógico que a situação de luz era diferente, a fotografia, tudo era diferente, mas a paleta de cor que a gente acabou usando, o tom de pele foi muito perto dessa referência, e era um caminho inusitado. Esse curta, era um mundo meio viajante assim de moda, e a gente usou como referência um filme de terror japonês, então é um pouco da memória da gente e como a gente interpreta isso para cair na questão da narrativa.

7 - Em minha experiência percebi que há filmes, de produtor, de fotógrafo e de colorista. Como o senhor percebe essas movimentações durante o color grading?

Então, eu não sei se dá para ser tão direto assim nessa decupagem, filme de produtor, filme de colorista, filme de fotógrafo... Eu acho que cada projeto é um projeto, como eu já falei. Filme é um processo que envolve muita gente. São produtos. Afinal de contas, o filme é um produto, correto? E para esse produto tem um público. Então tem um filme mais comercial, tem um filme infantil... tem um filme infantil comercial, tem um filme infantil mais de arte, vamos dizer assim... Então, em primeiro lugar tem a intenção do público, para quem os caras querem destinar aquele filme, qual a procura de audiência. É meio velado, mas a gente sempre quer que assistam o filme da gente.

Se a questão é a quantidade ou qualidade do público, aí então é que eu acho que entra a questão do filme de produtor, que você está chamando aqui.

Entra a questão do filme de fotógrafo que é um filme mais, não diria mais artístico, mas são os filmes que se tem mais a expectativa de que a fotografia seja um fator de chamar a atenção no filme, e não quer dizer que a fotografia seja boa ou ruim... Tem filmes que a fotografia é quase um personagem e outros que não. A fotografia é só uma etapa, um departamento necessário no filme.

Só vai ter filme de colorista quando a cumplicidade entre diretor, fotógrafo, até às vezes produtor, com o colorista, é grande. Então eles vão te dar uma autonomia de trabalhar ou de mostrar isso no filme. Então é meio difícil dizer. É mais uma questão do projeto em si, da questão montada para o projeto. Por exemplo, tem diretor que não tem o menor saco para a correção de cor, então ele delega para o fotógrafo mesmo, ele só fica ali no *thumbs up* e

thumbs down, só fala “gosto disso”, “não gosto disso”, e o poder de decisão dele é esse. Não traz referência, não traz nada, e é o fotógrafo que vai decidir junto com o colorista.

Existem outros projetos que o produtor executivo vem já com uma encomenda: “esse filme tem que ficar com cara de Disney”, “esse filme tem que ficar com cara disso ou daquilo”. Então a encomenda vem antes de todo mundo. Até antes da escolha do diretor e do fotógrafo. Até mesmo essa encomenda já vai determinar, na maioria das vezes, a escolha do resto da equipe. E tem diretor que não. Ele já tem o visual do filme já pronto antes de rodar, então isso é muito individual, eu não consigo separar isso por formato de filme.

08 - Há uma distinção cromática entre filmes de fotógrafo/diretor/autor e filmes de grandes estúdios, não?

Como a gente já comentou antes, essa distinção nunca é muito declarada, mas é uma tendência que a gente sabe que tem. Então a gente tem o filme mais comercial, geralmente uma comédia, uma comédia romântica, que você não vai fazer nada muito puxado, que no meu ponto de vista é justamente para que o visual não chame mais a atenção do que o texto ou próprios protagonistas do filme.

Quando a gente tem um filme mais autoral, um filme mais artístico, eu acho que desde o começo há uma preocupação maior já do diretor. Geralmente isso vem do roteiro, que também pesa muito na escolha de quem vai fotografar o filme, que o filme já é pensado no impacto visual que ele vai ter, no conjunto de emoções que ele vai passar. Então se for um filme de arte ele vai ser mais pensado nisso, ele vai encarar a cor e a fotografia como um elemento mais importante... não mais importante quanto texto, mas tão importante quanto. O que não aconteceria no caso de uma comédia.

E os filmes dos grandes estúdios, tem toda a questão da bilheteria, eles têm que ter uma resposta, então tem um trabalho de cor, tem um trabalho de narrativa, mas ele tem também um interesse com a bilheteria, então uma coisa não pode se sobrepor a outra. E tem outra questão também, os filmes dos grandes estúdios, geralmente tem mais orçamento, tem mais dinheiro, então vai ter uma pós-produção mais trabalhada, vai ter mais tempo, um visual mais trabalhado, tem um equipamento de captação, de lente, de câmera, melhor. Então a expectativa do acabamento do filme é um pouco maior que o do filme de arte. Filme de arte é... “poxa, eu to com aquela lente, aquela lente não tem muita definição, mas é isso que eu quero, não quero muita definição”. “Tá com pouca luz, vai ter ruído, mas eu quero ruído, faz parte da narrativa”. Vira intencional esses extremos que vão gerar textura ou até mal estar e

emoção diferente. Assim como nos *blockbusters*, que eles vão querer tudo mais nítido, mais cristalino, que você enxergue tudo, mais “saudável”... e nem sei se são esses os adjetivos.

Mas a gente roda, roda, roda e a conclusão é sempre a mesma, a preocupação é sempre quem vai assistir, quantas pessoas você precisa... Todo mundo quer que seu filme seja assistido pelo maior público possível, mas tem filme que a preocupação com a quantidade de público é maior do que a preocupação com o filme em si. Então é isso: quem vai assistir, quantas pessoas vão assistir, e o que você quer que essas pessoas sintam quando assistirem o filme. Então nosso trabalho está vinculado ajudar a narrativa e a passar uma emoção, seja uma emoção boa ou uma emoção ruim.

Entrevista com Marcus Tchenchella

Colorista Sênior da Casablanca

São Paulo, 04/06/2017

Entrevista realizada e-mail e por áudio de whatsapp.

1 – Fale um pouco da sua carreira como colorista.

Sou formado em Rádio e TV, em Comunicação Social, pela Unesp – Bauru. E inicialmente, na minha carreira, eu trabalhava com produção. Não era uma parte tão técnica e até achava que era isso que eu queria fazer. Até brinco que foi a minha carreira que me escolheu. Teve um momento em que eu trabalhava com produção lá em Bauru, e lá o mercado era muito fechado, e eu resolvi logo depois que me formei que eu deveria arriscar algo alguma coisa aqui em São Paulo. Eu voltei para a minha cidade natal que é Jundiaí, aqui mais próximo e passei por uma fase ai... o início de carreira geralmente é mais difícil, né? Eu passei por uma fase que eu fiquei desempregado quase um ano. E eu tive um amigo, que eu tinha trabalhado com ele em produção, e que estava trabalhando como assistente de telecine. Eu nem sabia muito sobre a profissão de colorista. Eu sabia por cima que ela existia e o que era, mas como era o processo, como era o trabalho, não sabia muito. Por isso que eu brinco que foi a minha carreira que me escolheu, porque eu estava quase desistindo da área. Ele me mandou um e-mail perguntando se eu estava trabalhando, por que ele tinha um vaga e ele achou que eu tinha o perfil porque ele já tinha trabalhado comigo em produção e ele tinha gostado muito do meu trabalho. E daí eu estava precisando muito trabalhar, disse que topava, ia ver o que é, com certeza. Fiz uma pesquisa rápida para ver o que seria um colorista, para ter uma noção e não chegar lá completamente cego e passei por duas entrevistas e fui aceito e entrei no cargo, e

comecei a trabalhar como assistente de telecine nos estúdios Mega, que hoje em dia já não existe mais. Isso foi em 2006. E foi assim que eu comecei, por isso eu brinco que foi a minha carreira que me escolheu. Embora eu tivesse uma formação, minha área de atuação era mais voltada para gerenciamento de produção e não era nada técnico assim, e foi aí que eu comecei a aprender as coisas mais técnicas, de vídeo, de cinema, foi uma grande escola para mim, trabalhar esse tempo como assistente de colorista que na verdade era chamado com o assistente de telecine, mas na verdade você era assistente do colorista. Comecei a trabalhar no Mega, em 2006. Lembro que foi no dia 02 de janeiro de 2006, e lá eu fiquei até março de 2007, finalzinho de março, e comecei a trabalhar na Casablanca em abril de 2007, 10 de abril de 2007. Entrei como assistente ainda e foram surgindo oportunidades de crescimento e em 2007, no final do ano, em outubro eu fui promovido ao cargo de colorista júnior. Existem essas separações aí; colorista júnior, pleno e sênior. Galguei meu degrau lá e estou na Casablanca até hoje. Acabei de fazer 10 anos de Casablanca e 10 anos como colorista.

02 – O senhor já fez *on set*? Pode nos explicar os serviços realizados ali?

Na verdade eu fiz *on set* uma vez apenas na minha carreira, que foi uma tentativa de uma das empresas aqui, a Teleimage, que fazia entretenimento, tentou criar esse tipo de departamento, oferecer esse tipo de serviço e foi feito apenas uma vez. Então não posso falar à fundo como é, um trabalho de *on set*, mas no meu caso, na minha experiência, mas basicamente estava acabando de surgir o DIT¹¹⁵ com o surgimento das câmeras digitais, com o processo de mídias digitais, não se lidava mais com negativos, surgiu esse novo cargo, e eu na verdade dividi essa função com outro colega. Ele era mais voltado para o DIT que era o processo dentro do set, mas de setagem de câmera, junto com o diretor de fotografia. Meu trabalho era junto com o diretor de fotografia, mas apenas quando a mídia saía da câmera. E, basicamente, vinham algumas atribuições com os serviços de *on set*, no caso: normalmente não se faz uma cor valendo, uma cor *online* no set, não se faz uma correção de cor, um *grading*, até mesmo porque a quantidade material é muito grande. É o material bruto. E o tempo que você tem não te permite que você faça um trabalho muito grande de correção, embora algumas coisas já tenham acontecido no set, entendeu?

¹¹⁵ *Digital Imaging Technician*. Técnico de Imagem Digital. É o responsável pelo gerenciamento, distribuição e backup das mídias de áudio e vídeo gravadas no set.

De fazer a correção um pouco mais pesada em algumas situações, foi no filme *Crô*, do Bruno Barreto (2013), que eu trabalhei no *on set*, e lá um dos nossos serviços, que eu dividia com o Marcelo¹¹⁶, era a parte de *backup* e gerenciamento de mídia. Então, como a mídia é digital, em uma viagem você pode perder a mídia de um filme inteiro. As pessoas pensam “Ah, agora o digital é mais barato fazer que o negativo”, porque o negativo era muito mais caro, mas para fazer o digital corretamente, com segurança, com qualidade, às vezes é mais caro que trabalhar com o negativo. Por que eu to dizendo isso? Porque toda mídia que saía da câmera era infinitamente triplicada dentro da nossa máquina, por que essas mídias não podem nem viajar no mesmo carro, por que qualquer acidente você pode perder uma diária de filmagem, Então a mídia era imediatamente triplicada em HDs, para *backup*.

Isso posto, um dos trabalhos da correção de cor era averiguar as imagens, e eu já conversava de forma avançada com o diretor de fotografia, e ele falava, por exemplo, “olha não deu tempo de iluminar corretamente esse *set* da forma que eu queria, você consegue verificar se eu consigo fazer tal coisa ou fazer isso futuramente?” Enfim, eu já verificava e dava garantia a ele se o que ele queria para a fotografia do filme era possível ou não. Às vezes rolava até uns testes de situações, de *looks* e estudos, mas era um trabalho à parte. Fazia uma correção de cor e já saía uma mídia em baixa, que além de triplicar a mídia, esse material também era convertido com cor, algum pouco de *briefing* já, com o encaminhamento, com a intenção do fotógrafo, num HD que iria direto para a montagem, que a edição já começou a trabalhar em paralelo, em algumas cenas. Esse que eu trabalhei era especificamente um filme de comédia e, às vezes, era verificado se era possível montar uma cena, se era necessário voltar alguma coisa, se estava funcionando.

E como a gente sabe que no Brasil tudo tem a ver com captação de dinheiro, é um pouco diferente a forma como é feito, por causa de leis, teria que ter captação (de patrocinadores) para continuar o processo, tem as regras da Ancine... então o pessoal monta o filme com uma qualidade de imagem melhor, uma cor mais bonita, até mesmo para montar para futuros investidores do filme. É basicamente isso. O trabalho de correção de cor era muito mais voltado para a montagem e edição para captar patrocinadores para o filme e a parte de gerenciamento de mídia, de gestão de mídia mesmo, de *backup* para segurança do filme.

¹¹⁶ Marcelo Krowczuk. Profissional responsável por gerenciamento de mídia em filmes captados em digital.

3 – O senhor foi escalado para tratar a cor de um longa-metragem. Como é seu método de trabalho, desde o briefing até a entrega do material final?

Em relação ao método, no caso a execução de um produto eu não tenho um método muito engessado, “é assim, pronto e acabou”. Às vezes algumas correções são mais fáceis, mas eu também gosto de deixar o meu cliente à vontade dentro do processo dele, até porque não é apenas o meu processo criativo e técnico, mas também o processo criativo e técnico para o meu cliente. Então eu tenho que adequar a maneira de como eu trabalho. Mas primeiramente eu gosto de assistir o filme, no caso de um longa-metragem, o *offline* dele, que é a edição sem finalização, só para ver a montagem dele, para sentir qual é a história, qual é a narrativa, e poder imaginar quais seriam as dificuldades que eu vou ter ou os desafios ou as coisas que vão ficar muito legais, vou ter a sensação de como aquela fotografia como um todo está junta agora. Isso feito, eu gosto de ter uma diária ou duas diárias com o diretor e o diretor de fotografia. Hoje em dia isso mudou um pouco. Eu vou fazer um parêntese para falar um pouco disso. Antigamente, e eu falo dos produtos audiovisuais no geral, o fotógrafo sempre estava presente na etapa da pós-produção. Hoje em dia, como está havendo o sucateamento da área, por causa dos próprios cachês, por causa do volume de dinheiro dos projetos que diminuiu muito no geral, você não tem mais tão próximo o diretor de fotografia. Às vezes é até o próprio diretor que acompanha o processo de *color grading*. Mas, especificamente no caso do longa metragem, do entretenimento, você ainda tem a presença do fotógrafo, mais presente do que em outros produtos, como a publicidade, que nem sempre você tem, que é outro *timing* de projeto também. Bom, feito esse parêntese, eu costumo ter uma diária ou duas com essas pessoas porque o trabalho de *color grading* é um trabalho que leva horas, que tem minúcias, então acaba desgastando... Para eu que estou fazendo é mais fácil, porque sou eu que estou naquela sala escura, trabalhando e geralmente para quem está do lado é cansativo esse processo de trabalhar cena a cena o filme. Bom, eu gosto de dar uma passada no filme junto com o cliente, para a gente ir marcando algumas referências do que poderiam ser aquelas sequências. Então, feito isso, a gente marca aquela sequência, vê as dificuldades, às vezes ele faz pedidos específicos de alguma dificuldade que teve em alguma diária, a gente estuda a possibilidade, faz um teste e normalmente ele vai embora. Daí eu trabalho, dependendo do tempo e do orçamento do filme, para fazer a marcação do filme completo, mas não é uma marcação final. Por que, veja bem, a gente ganha tempo com esse meu processo de trabalhar sozinho, de forma mais focada, com coisas mais técnicas. E no trabalho de correção de cor tem dois aspectos. Um deles é o aspecto técnico e o outro é o aspecto mais artístico.

Um deles é igualar diferenças de câmeras, de take, de pontos de filmagem, de closes e diálogos ou coisas assim... porque uma externa nem sempre é no mesmo horário, então você tem várias diferenças de sol, de luz, de ponto de corte, de momento do dia. Então o trabalho mais técnico é igualar essas diferenças, para que as pessoas não percebam que é essa montagem de momentos diferentes de uma cena. Na segunda parte você vem com a proposta mais artística que é a intenção de um *look*, um direcionamento de paleta de cor e estética. Então eu faço essa primeira passagem para deixar o filme mais pronto o possível e depois vem o diretor de fotografia junto com o diretor, às vezes varia um pouco, porque algumas vezes o diretor de fotografia gosta de repassar e revisar antes de apresentar o filme ao diretor. Então pode ser que volte um ou voltem os dois, que é o ideal, na verdade. Eu já vi casos de haver um *look* negociado entre o diretor e o fotógrafo e o fotógrafo vai na primeira diária, faz o que foi combinado, ou pelo menos acredita que foi o combinado e no final o diretor não gosta de nada, diz que não é nada daquilo. Já vi casos do diretor de fotografia ser demitido dentro da sala de correção de cor por não chegarem ao acordo, que é uma coisa muito engraçada, né? Às vezes eu já vi acontecer assim, há uma proposta, um direcionamento na fotografia quando a gente vê essa coisa um pouco mais *flat*, e o diretor passa meses sem ver o longa metragem, ou passa muito tempo olhando o material flat, (flat que a gente chama é a base da imagem). Quando chega a hora do online, ele já viciou tanto o olhar dele com aquela imagem crua da câmera, que ele sente dificuldade de ver algo diferente. Então é legal quando a gente consegue ter os dois já combinando o processo estético já no começo. Eles retornam, a gente assiste o filme mais bem acabado, só com a liberdade para “Ah, aqui nesse plano eu achei que poderia ter uma coisa diferença” ou “eu senti uma diferençazinha” ou “eu não gostei de como ficou a sequência porque eu senti a sequência muito escura ou muito clara”. Variam os diversos pedidos, né? E ainda podendo afinar esse filme, a gente passa uns dias trabalhando assim, dependendo da necessidade, ele decidindo se já está pronto ou não. Isso feito aí tem a apresentação que vem o produtor executivo, eles mandam para um distribuidor, e o distribuidor tem algum pedido em relação ao filme... Mas geralmente é assim: eu gosto de ver sozinho, depois eu assisto com o acompanhamento e o *briefing* do diretor de fotografia ou diretor de cena ou dos dois, repasso esse filme sozinho, faço uma marcação. Eles voltam. A gente assiste, faz as correções, afino o filme melhor, e se dá o trabalho por encerrado, já com a parte de letreiros, áudio até chegar ao DCP, mas a parte de cor é isso.

04 – Qual a relação entre cor e a narrativa de um filme?

Quando você vai a um cinema, um entretenimento, você vai para assistir uma história. Você vai para assistir a versão daquele diretor, como ele concebeu aquela história, com início, meio e fim. Como ele fez essa narrativa dele, como ele resolveu contar essa história. E a cor, como outros processos, como a edição, o áudio, etc, a cor também contribui para a narrativa. Todos os outros processos passam por uma forma subentendida, seja pela trilha-sonora, por um foley¹¹⁷ bem feito, uma montagem específica daquele ponto, daquela fala, o *close* escolhido daquele ator, no plano geral que foi usado, e seja o tratamento de imagens também, no *color grading*. Uma mesma cena pode ter diversos tipos de tratamento de imagens. Ela ajuda a contar a narrativa, sim, mas não de uma forma necessariamente explícita... Assim como todos os outros aspectos, não é uma coisa dominante. O *color grading* está inserido no contexto de contar uma história. A gente percebe como uma sensação, fica subentendido, mas ele tá lá e isso contribui para a nossa percepção da própria história, porque temos memórias visuais, das nossas próprias experiências, e de outras coisas que a gente já tenha visto por aí. Então eu acho que a cor contribui sim, para a narrativa. Pode contribuir com cenas muito mais festivas, alegres e brilhantes. Pode contribuir sendo algo mais denso e escuro, Você pode ter uma noite americana, algo que foi filmado de dia e foi transformado em noite para que nossa percepção daquela cena seja diferente. Vou falar especificamente da noite americana que como exemplo seja a mais fácil de contar. Você tem uma noite que é artificial, na verdade. Pega uma cena que foi filmada durante o dia e dá a ela uma sensação noturna.

05 – É um trabalho muito artístico, quase uma pintura digital. Por outro lado é também um trabalho mecanizado, onde o colorista acaba seguindo conceitos do fotógrafo, produtor ou diretor, correto?

Realmente eu acho que existem os dois lados, entendeu? Não tem como afirmar se ele é um trabalho artístico ou um trabalho mecanizado apenas. Porque, na verdade, quando a gente fala de longa-metragem, ele é a visão de alguém como um diretor, um diretor geral, um diretor de cena. E a gente contribui na visão dele. Mas cada parte do processo, da realização, é um trabalho muito coletivo. Por mais que seja direcionado, as pessoas colocam as próprias visões dentro do pedido. Desde a direção de arte, quando algo é aprovado, as coisas são entregues, mas são objetos que as pessoas interpretaram daquele pedido, seja de objetos de cenas, seja da

¹¹⁷ Foley é a reprodução de efeitos sonoros complementares de um filme, vídeo ou de outros meios audiovisuais na pós-produção para melhorar a qualidade do áudio ou mesmo criar sons antes inexistentes na filmagem.

construção de um cenário, por mais que tudo seja aprovado, sejam feitas correções, sempre haverá a visão daquele profissional daquele pedido.

E quando a gente vai falar especificamente sobre o trabalho de *color grading*, não sei se é correto falar que ele é quase um trabalho de pintura digital porque eu pego uma base de alguém, pego uma fotografia já estabelecida, dentro de um cenário específico, dentro de um figurino, específico, dentro de uma maquiagem específica em uma atriz ou em um ator. Se for o caso de uma externa, vamos ter as condições climáticas que vão limitar o meu trabalho de uma forma ou outra. Então, na verdade ele é um trabalho artístico, mas não é um trabalho completamente autoral, não é um trabalho apenas meu, não é apenas o meu conceito, a minha visão sobre algo. Ele já é um processo, um coletivo de trabalhos ali que afetam diretamente o meu trabalho. Uma direção de arte, um figurino e a fotografia diretamente são coisas que influenciam diretamente nessa base que a gente tem de trabalho, né? Quais os elementos que a gente tem para trabalhar nessa cena. Ele não é completamente autoral. É a visão final do diretor do que vai ser aquela cena. É um trabalho artístico também. Tem a parte técnica que é igualar os planos, corrigir as lentes, e o trabalho artístico que é converter a cena em uma sensação de uma emoção específica, agregar ela dentro de uma narrativa ou história. Ele é um trabalho artístico quando eu tenho briefing que não é algo pronto. Um pedido para transmitir algo.

Por exemplo, um longa-metragem que eu fiz e tinha um trecho de cenas de amor de um casal, e que eu tinha um *briefing*, mas na hora em que ele viram, eles protestaram: “Não era bem isso, eu gostaria de ter outra sensação e que isso fosse algo mais intimista, mas que ao mesmo tempo que ele se destacasse do restante do filme e não achei que isso está acontecendo”. No lado artístico eu passo a ter liberdade de dar outras opções, como essa cena ser mais fria para que ela pule do restante, mas de uma forma sutil, mudando alguns tons de pele. Então eu acho isso mais bonito. Existe essa liberdade: de ter um *briefing* mais fechado, mas ainda eu possa ter outra proposta. Às vezes o cliente deixa a gente livre, inclusive. Às vezes ele fala: “olha essa sequência é um sonho e eu não sei direito o que eu quero, o que eu quero transmitir”. Então você passa a fazer propostas. Ou se fizermos um filme colorido, a gente pode fazer uma queda, que será muito dessaturado, ou mais saturado ainda, para ser algo bem irreal, bem lúdico. Então existe sim algo da pintura digital, sim.

Mas falando de um longa-metragem, já tive casos em que trabalhei um filme que era para ser uma comédia romântica ou uma “dramédia”, porque ele se passou em lugares diferentes, entre Rio e São Paulo, e as piadas não eram como uma comédia comum, não era para ser engraçada do início ao fim, tinha pequenos momentos de questionamento e até alguns tons mais

sombrios com inversões psicológicas do personagem. Não era uma comédia específica. Então toda correção de cor dela foi feita de uma forma mais realista, para não parecer tão artificial assim, muitas vezes tem um croma mais baixo. Mas aconteceu do produtor chegar e falar: “mas isso é um filme de comédia, não me interessam as pequenas nuances”. E acontece um embate entre o produtor executivo, o diretor de cena e o diretor de fotografia. E eles precisam chegar em um consenso e o filme acabar sendo remarcado inteiro. Inteiro, não, mas grandes sequências. “Isso não passa porque é uma comédia que eu quero vender”, o produtor fala. E a gente ser obrigado a fazer essas correções em cima disso.

Existe um *business*, né? Além da parte artística. Eu já vi muita coisa acontecer em relação a isso. Eu já vi a edição de um longa metragem mudar, o final de uma história ser reeditado para ter um final diferente porque o distribuidor chegou para o produtor e diretor do filme e falou assim: “Não, eu gostei do seu filme, mas se você quiser manter assim, eu vou manter o contrato em nossas 30 cópias para distribuição, mas se você alterar esse final para tal outra coisa eu vou te garantir 50, por exemplo”. E você vê o diretor encurralado entre duas decisões. “Ou distribuo menos, mas entrego o filme do jeito que eu quero ou eu faço as correções e tenho uma imersão maior de mercado, mais pessoas terão a oportunidade de ver esse filme, e de repente terei a oportunidade ter uma bilheteria maior...”. E acabou vencendo o lado do distribuidor. Então, em um negócio como outro qualquer, algumas questões acabam sendo pesadas. Eu já vi o filme sendo levemente remarcado, porque o produtor não quis, não gostou de algo específico, algumas cenas serem remarcadas.

E, sim, acaba sendo um trabalho mecanizado a partir do momento em que eu tenho uma base para trabalhar, que ele é colaborativo, não é autoral.

Ele é artístico quando eu tenho liberdade e a minha visão daquilo eu posso imprimir naquele desenho de cor, o meu trabalho, na forma como eu faria aquele trabalho do diretor de fotografia ou o diretor de cena. Existe a minha forma de fazer. Outro colorista chegaria no mesmo resultado usando outras técnicas, outras formas e outras ferramentas. E ele deixa de ser autoral e passa a ser mecanizado também quando sofre alterações devido a negócios, ou o próprio diretor não gostou de algo, porque o fotógrafo achou que não era daquele jeito.

6 – Como o senhor cria visuais ou *looks* para seus filmes? De onde vem sua inspiração?

Na maior parte dos filmes eu tenho um tipo de *briefing*, mas a gente tem a liberdade criar em cima do *briefing*. Então, esses dias mesmo eu recebi o *briefing* de um projeto que eu comecei e falaram: “ah, o *briefing* desse projeto é um programa de TV”. E era um programa de TV que

eu próprio tinha sido o colorista. E foi muito gratificante receber esse *briefing*. O meu *briefing* para isso foi o programa *Bem Coffee Brasil*. E eu disse, “inclusive eu sou o colorista desse projeto”. Então é legal quando você recebe isso. É um *feedback* positivo, inclusive. E eu citei esse programa porque eu fiquei sabendo por outros amigos coloristas que esse programa se tornou *briefing* para eles em outros programas e em outros projetos deles.

A inspiração para fazer um *look*... o meu trabalho é amarrado dentro de um desenho de fotografia. Por mais que as câmeras, hoje em dia as digitais, profissionais para cinema, para profissionais de audiovisual, trabalhem no log, na imagem logaritmica, que tentam simular aquele range da película, e eu sou muito grato, por ter podido trabalhar com película também, e entender melhor como é essa curva de imagem, você acaba tendo uma intenção da fotografia e de outros elementos dentro dessa obra...

Mas para inspirar, buscar um *look* específico, uma emoção, acho que um colorista nunca pode estar amarrado. A gente bebe de várias fontes. A gente não pode beber em fontes de *set*, de cinema. Mas falando em termos de imagem, de sensações, o *color grading* tem tendências geográficas... algumas referências que vem pra gente: “eu que quero que seja um filme europeu” por causa da geografia climática, as externas daquela região, as tendências da correção de cor de um povo específico acabam sendo amarrados, acaba sendo uma coisa cultural essa sensação versus correção de cor para um projeto em que as pessoas estão inseridas. Nós somos de um país tropical onde as pessoas estão habituadas com coisas com cor, com coisas mais solares, diferente para alguma coisa filmada em Londres, na Inglaterra em geral, onde existe um outro tipo de clima, uma condição mais nublada, mais frio, com cores mais opacas, onde as pessoas estão acostumadas a ver o mundo um pouco mais cinza, por exemplo, ou menos solar. Então as referências vem inseridas numa cultura de uma pessoa ou região. Os *briefings* vem dessa forma. Então é importante você ver filmes de outros lugares, ver séries, mas não só isso. Acompanhar moda, acompanhar, vídeo-clipes, tendências de pintura, esculturas, qualquer coisa, que você possa participar, possa acompanhar. E por exemplo sou uma pessoa que gosta muito de moda e existe fotografia estilo de moda, existem composições de paletas de cor seja ela da moda, seja ela no vídeo-clipe, seja ela em uma pintura, uma ilustração, então é legal acompanhar as tendências.

O *color grading* tem tendências mundiais. Antes do telecine era o processo ótico, através de filtros, e por mais que você pudesse manipular aquela imagem por um tom, era feito por filtros gerais dentro da imagem. E quando surgiu a correção através da intermediação digital, quando você pode manipular mais a imagem, de forma específica ou pontual dentro de uma cena. Houve uma tendência de se ter uma correção de cor um pouco mais carregada, porque

os próprios profissionais queriam explorar essa ferramenta que eles tinham. E inserido numa cultura, na década de 1980, por exemplo, tinham umas cores mais carregadas e vibrantes, mais neons, mais voltadas para aquela época. Foi a época da popularização do *vídeo-game*... Acho que foi uma coisa mais carregada. E depois a tendência mundial foi uma coisa mais despojada. Agora, chegando mais para os dias de hoje, agora o que é pedido... quando começou o *Instagram*, por exemplo, as pessoas começaram a brincar com filmes mais lavados e mais tonalizados com um preto com tom mais tonado: azulado, magenta, um verde, mais intencional assim, com cores um pouco mais sujas. A partir desse momento as pessoas começaram a pedir coisas mais naturalistas, E também o próprio color grading tem uma cultura, uma tendência que acaba vindo nos projetos, então é importante estar atualizado do que está acontecendo, coisas da corrente ou da contra-corrente do que está sendo feito. É importante observar essa movimentação.

7 – Em minha experiência percebi que há filmes de produtor, filmes de fotógrafo e filmes de colorista. Como o senhor percebe essas movimentações durante o color grading?

Eu percebo na entrega de um projeto. Geralmente ele vem com pedidos específicos, você sente no momento do seu *briefing*: “Ah, isso precisa ser de tal forma, porque de outra forma jamais será aprovado”. Já cheguei a entregar um filme e o produtor, chegar e falar “não”. Veio para assistir e ele não gostar. “Era para ser uma comédia e ponto final. Não me interessam essas pequenas nuances que vocês colocaram, acho que isso não vende, acho que isso não pode ser assim”. E acaba a gente mexendo no filme de novo.

Filmes de fotógrafo e de colorista são mais difíceis da gente notar. Existe a equipe e as pessoas que confiam demais naquele trabalho, que encomendaram aqueles diretores mais autorais, que buscaram aquele diretor de fotografia e que permitiram ao colorista a liberdade de explorar de uma forma ou outra. Mesmo no trabalho de correção de cor, você tem que preparar um caminho muito diferente do que era e vender a idéia, porque parte do trabalho de *color grading*, assim como qualquer negócio, é feito no convencimento que algo pode ser legal. Depende do projeto. Depende de quem tem a voz final. É óbvio que o produtor acaba tendo mais voz.

8 – O senhor percebe uma aproximação cromática entre as comédias blockbusters da Globo Filmes?

No geral, sim. Acho que é um negócio muito fechado, como *business*, eles acabam criando uma fórmula das coisas que dão ou não dão certo para eles. Então é a mesma equipe que entende a linguagem do cliente deles, que criam roteiros com estruturas parecidas, você tem a mesma equipe de direção, equipes de direção de arte, equipes de figurino. Então, por mais que as histórias sejam diferentes, acabam indo para uma certa industrialização do produto. Ela é feita como um objeto de arte, artístico, mas comercial também, existe a questão comercial acima disso. Então a própria fotografia acaba se aproximando. Então, se você assistir um determinado filme e perguntar “Isso tem cara de Globo Filmes?” Sim. Eu diria que sim. A gente percebe que dentro do contexto e do formato, não só o aspecto do *color grading*, e eu posso falar como um profissional do *color grading* e do audiovisual, a gente percebe que há uma certa padronização de um produto. E isso não necessariamente é algo ruim, eu acho que para tudo há espaço. Eu acho que o Brasil precisa trabalhar muito o cinema, o filme como um objeto comercial. O cinema é algo artístico, mas também existe o aspecto comercial de crescimento para que possam se fazer outras coisas, outros filmes. Mas acho que sim, principalmente nas comédias há uma identidade visual, uma narrativa como um todo.

09 – De um modo geral, as cores da comédia variam do realismo ao saturado. Por que isso?

Nós somos seres supervisuais. No sentido das nossas sensações, no cinema principalmente, o que a gente mais usa é a visão. Então a correção de cor tem um impacto direto numa narrativa de uma história, embora seja subentendido pelo nosso cérebro, mas como experiência... um filme com uma carga dramática mais forte, é normal que ele seja mais carregado, mais entonado, algum tipo de tom, um tipo de tom mais frio ou dessaturado, diferente de uma comédia que é o inverso disso, justamente porque você sofre a privação sensorial de alguma cor ou tom, você sofre aquele peso, aquela falta de algo que vemos no nosso dia a dia.

Quando a gente está em uma comédia, a narrativa de uma comédia é difícil, mais difícil que um drama. Em todos os aspectos. Uma comédia se dá em pequenas sutilezas. Uma piada, não depende só do texto, depende daquele ator, do gestual daquele ator, da feição daquele ator.

Então um filme de comédia não pode ser escuro porque as coisas engraçadas nem sempre são aqueles que estão no texto, são coisas que estão no subtexto, nos pequenos gestuais, no olhar de um ator, geralmente as feições estão ali. Sua paleta de cor vai do realismo ao saturado justamente para estimular a gente. O fato de ser superluminoso ou saturado é para criar um o

superestímulo, a pré-disposição de contar aquela história e torná-la engraçada. Então você pode dar a sensação de privação ou superestimular também. Porque você está estimulando uma pré-disposição para entrar naquela história

Entrevista com Letícia Blanco

Colorista da Vetor Zero.

São Paulo, 10/09/2017

Entrevista realizada por messenger.

1. Fale um pouco da sua carreira de colorista.

Eu comecei a minha carreira como assistente de telecine, mais ou menos em 2003, por aí, na Casablanca. Então a função do assistente de telecine é basicamente preparar o material para o colorista marcar cor e depois que marcou a cor, descarregar o material. Além disso, o assistente de telecine é encarregado também de preparar o áudio que vai ser sincado com o material filmado, fazer cópias sozinha, checar o material que foi printado¹¹⁸. Enfim, esse momento é muito legal porque dá a oportunidade de entrar em contato com o material, entrar em contato com vários profissionais diferentes, cada um trabalhando de um jeito diferente, então é bacana para você perceber a diferença de método de cada colorista, cada um tem a sua forma específica de enxergar as coisas, de fazer o *workflow* de trabalho, como ele monta os *layers* de cor, então esse período todo é bem importante.

Depois de alguns anos no telecine, eu mudei de equipamento, eu fui para o Pablo¹¹⁹, que já era um equipamento não linear, e fiquei bastante tempo trabalhando nessa máquina como assistente e fui, pouco à pouco, colocando mais a mão na massa e tal... Nesse período que eu fiquei no Pablo também foi muito bacana para exercitar a parte de *workflow*¹²⁰, de *input*¹²¹, *output*¹²², por se tratar de um equipamento não-linear a preparação do material era bem mais complicada, você tinha outros fatores envolvidos, você tinha o *conform*, você tinha diferentes tipos de materiais, começaram a aparecer as câmeras digitais... então nesse período do Pablo eu peguei bastante experiência na parte da *workflow*, de preparação de material, de ver como cada material reage... e assim foi.

¹¹⁸ Printado: filme em digital que foi passado para película.

¹¹⁹ <http://www1.quantel.co.uk>

¹²⁰ Fluxo de trabalho.

¹²¹ Entrada do material no equipamento de trabalho.

¹²² Saída do material do equipamento de trabalho.

No Pablo eu comecei a marcar cor, acabei saindo da Casablanca depois de uns 10 anos mais ou menos, passei mais um ano na *Psycho n' Look*¹²³ e depois saí como *free lancer* e depois de alguns anos trabalhando como *free lancer* eu acabei ficando fixa na Vetor Zero¹²⁴, que é onde eu estou hoje.

O que eu acho bacana na minha carreira foi essa oportunidade que eu tive de entrar em contato com diferentes tipos de materiais, absurdamente variados, tanto em tipo de câmera, peguei a época de negativo, que eu acho essencial na minha formação, e tive a oportunidade de lidar com matérias de diretores diferentes, de fotógrafos diferentes, muito variados, então dá para dizer que eu já vi bastante coisa, dificilmente um material é uma surpresa para mim, isso é bacana. Isso deu uma certa solidez para minha carreira. Eu trabalhei ao lado de pessoas muito boas, muito competentes, e muito do que eu aprendi eu devo a esses caras, eu tive a oportunidade de trabalhar com os caras que são os *tops* da carreira, então acho que isso me ajudou bastante.

2. Como é a pesquisa da estética ou do visual de um filme? Onde você busca idéias e inspiração?

Eu acho que a pesquisa da estética ou do visual de um filme começa antes do filme, é uma coisa que você deve fazer constantemente na sua carreira, que é buscar referência, que é criar esse cabedal. Então você tem que assistir filmes, você tem que observar, você tem que ver não apenas referências de cinema, mas você tem que ver o que está aparecendo no *youtube*, o que está aparecendo na TV, você tem que ver todas as estéticas possíveis, você tem que ver como era a estética dos filmes antigos, como era a estética de cada época. Isso você vê na TV, você vê em filmes, você lê em livros, então essa é uma coisa que você tem que fazer constantemente, independente de estar fazendo um filme agora ou não, essa pesquisa tem sempre que estar acontecendo. E aí a segunda parte é quando um filme cai na sua mão, que é você chegar e conversar com o diretor, e tentar entender qual mensagem ele esta tentando passar com aquele filme, entendeu? Qual a principal característica daquele filme, o que importa ali: a delicadeza, a agressividade, juventude... Aí conversando com o diretor, você entendendo o que é o filme, entendendo o que o cara quer, você consegue pescar na suas referências que você foi construindo ao longo ao longo da sua carreira, e juntando esses dois,

¹²³ <https://psychonlook.com.br>

¹²⁴ <http://vetorzero.com.br>

você consegue criar alguma coisa para oferecer para o diretor. Eu gosto de apresentar mais de uma opção, eu gosto de pegar e fazer alguns estudos rápidos em algumas cenas, eu separo as situações mais importantes do filme, umas duas, três quatro, dependendo de cada filme e eu gosto de fazer alguns estudos, ir para um lado, ir para o outro e apresentar para o cara duas, três quatro opções e ver o que agrada mais. A partir daquela que agradou mais o diretor eu começo a construir, a modificar e lapidar até chegar no que o cara quer. Mas às vezes acontece de você pegar um filme e ser tão evidente a idéia que você quer passar, é tão característico que às vezes não tem mais de uma cor para representar aquilo, às vezes tem que ser aquele *look*, você pensa naquilo, faz, assina e é exatamente o que está na cabeça do diretor também. Aí nesse caso nem precisaria de mais opções e mais estudos. Tem filme que realmente não aceita outro *look*, aceita um *look* só. Você olha para o filme e é isso. Isso acontece em alguns casos.

3. Uma vez com a estética ou o “visual” do filme definido, como é seu método de trabalho?

Uma vez com esse *look* definido, que eu apresentei e o cara aprovou, gostou, discutiu, “é assim que vai ser o filme”, a minha idéia é passar o *look* dessas três, quatro cenas para o resto do filme e aí começa o trabalho do colorista, né? Você aplica aquele *look* para todo mundo, afina de acordo com cada cena, aí você vai cuidar de dar *match* em todas as cenas, que é deixar todas as cenas conversando entre si, fazer o filme ter uma unidade, o que significa deixar as cenas literalmente iguais em termos de tom, luminância e contraste ou às vezes as cenas não precisam ficar rigorosamente iguais, mas elas precisam ter alguma coisa que unifique elas, alguma coisa que seja uma âncora para a imagem, então se você tem um filme que tem muitas situações diversas, uma no sol, uma na chuva, uma não sei o que, obviamente não tem como você deixar a mesma luminância, o mesmo tom, o mesmo contraste para todas, mas você busca alguma coisa que dê unidade, alguma coisa na textura da imagem que seja igual, ou você deixa... sei lá... todas as imagens têm aquela característica, todas têm, talvez, as baixas azuladas, as altas quentes, ou todas elas vão ter a saturação baixa, ou todas elas vão ter a mesma curva de contraste, alguma coisa que unifique.

Com esse filme pronto, o que pode acontecer? E eu já tive as duas situações. Eu já tive situação do diretor que sentou do meu lado e marcou o filme inteiro comigo, e aí nesse caso você vai marcando e aí o cara vai dando opinião na hora. Então você marca a cena e o cara fala: “ah, a roupa dessa menina aqui, tem como separar só a roupa e deixá-la um pouquinho

mais vermelha?” ou então “tem como pegar só aquele cara que está no canto e subir um pouquinho a luminância dele?”. Então o diretor vai falando para você na hora. Eu já tive situação assim. Mas já tive situação que eu marquei o filme sozinha, depois apresentei para o diretor, o que no meu caso é mais comum. Normalmente eu apresento o estudo, o diretor senta, o fotógrafo senta do meu lado e aprovando aquele estudo eu marco o filme todo, afino, e quando eu considero que o filme está bom, eu dou um *play* para o diretor, e se ele tiver algum comentário, alguma coisa que ele queira acrescentar, um detalhezinho, eu complemento, apresento de novo e a gente vai lapidando até o filme ficar do jeito que ele quer. Mas essa é apenas a primeira etapa, com o diretor, fotógrafo, enfim... Geralmente tem várias outras etapas depois dessa... o filme vai para a agência, no caso de filme publicitário, depois da agência o filme vai para o cliente, e em todas essas etapas você vai ter pessoas opinando, pedindo coisas, pedindo para modificar, mudar completamente o *look*. Isso acontece. É o trabalho que vai acontecendo ao longo do caminho. Do começo ao fim do filme você vai ter muitas mudanças.

4. O que eu percebo é que em um *color grading*, o diretor de fotografia e o colorista tem uma visão e uma busca mais artística, enquanto o diretor e o produtor uma intenção mais comercial, correto?

Depende. Depende muito. Porque o filme, no final, é do cliente. Então você já quer cortar etapas para deixar o cliente feliz. Você já faz um *look* pensando no que o cliente vai aprovar. Então, dependendo do material, principalmente publicitário, você já tem mais ou menos idéia do tipo de filme que o cara quer. Se é um cliente mais careta, se é um cliente mais arrojado. Se ele provavelmente vai querer uma coisa mais moderna ou uma coisa mais tradicional. Já dá para ter essa idéia quando você conhece o cliente. Então já tem muito diretor que já começa no caminho, mesmo porque muitos diretores já fazem reuniões com o cliente antes de filmar o material. Então, essa questão de *look* já foi conversado antes. Muito embora o produtor não tenha visto o material ainda, ele já viu referência de outros filmes que o diretor mostrou, que chegaram mais ou menos no que o cara quer, como sugestão, enfim. Ou o cara já deixou claro que ele quer um filme bem colorido, que ele quer um filme quase preto e branco. Então, em alguns momentos o filme já pode sair caminhando na direção daquilo que todo mundo sabe que o cliente vai querer. Mas tem isso, do diretor querer passar a idéia dele. Ele chega na agência, a agência também vai tentar passar a idéia dele e apresentam para o cliente, que pode aceitar ou não. Isso também acontece bastante, principalmente da parte da

agência, mas surpresas acontecem. Então eu já presenciei filmes em que o diretor e a agência já fizeram uma cor comigo, que eu tinha certeza que o cliente não iria aceitar, por ser muito diferente, muito moderno, muito não tradicional e, no final, o cliente acabou aceitando, o cliente gostou e resolveu apostar naquilo, então acontece.

Mas isso que você falou tem um fundo de razão grande, bastante grande. Geralmente é muito mais comum você ver o diretor e a agência tentando passar um filme mais arrojado, mais artístico e voltar um para o mais tradicional quando chega no cliente, então acontece.

5. Geralmente o processo de criação, de tratamento de imagem, acaba sofrendo influência da cultura de uma época, não apenas visual. Podemos citar o tratamento de cor do filme *Matrix*, com aquele verde emulando a nascente cultura digital. Hoje existem os diversos filtros do *Instagram* que influenciam o tratamento de imagem. Então, quais as maiores influências visuais dos atuais filmes brasileiros, principalmente das chamadas “globochanchadas”?

Com certeza, acaba recebendo influência cultural da época, sem dúvida. E isso, antigamente era mais reservado ao cinema mesmo, as influências vinham mais do cinema de forma geral, tanto do cinema europeu, americano... enfim, essas influências costumavam vir do entretenimento. Hoje em dia com *youtube*, com *Facebook*, etc, eu noto que essa influência está ficando um pouco mais espalhada, então não ficou uma coisa tão reservada ao nicho profissional. Acabou se espalhando. Então o que eu vejo muito hoje são filmes que estão indo para TV, filmes comerciais mesmo, filmes de TV, que os caras buscam intencionalmente um *look* naturalista, como se fosse um *look* de *youtube*, um *look* de alguém que filmou com o próprio celular, uma cena que eles chamam de naturalista, praticamente uma correção de cor com cara de que não foi corrigida. Isso é uma coisa que eu sinto muito no nosso tempo. Antigamente, o *look* que predominava na publicidade era um *look* bonito, que você olhava e aquilo brilhava no olho, então o produto sempre brilhante, tudo chamando a atenção, tudo com correção de cor para trazer os produtos e tal... Hoje em dia parece que a questão é ser mais naturalista. Essa correção de cor estilo *Instagram* eu vejo um pouco de resistência por parte de fotógrafo, diretores... geralmente quem trabalha na área mais profissional tem uma certa rejeição a isso, a esse tipo de cor muito exagerada, muito *over*. Eu vejo que isso é mais aceito pelo público em geral do que pelos nichos mais especializados, digamos assim.

Eu não tenho muita experiência com as chamadas globochanchadas por não ser um estilo de filme que eu consuma muito, então o que eu vi, foi o que eu esbarrei na minha experiência de

trabalho, então eu não sou a pessoa mais especializada para falar sobre as globochanchadas, mas o que eu percebo é, quando se trata de comédia, geralmente costuma ser aquela cor mais tradicional mesmo, sem você pintar muito o filme, né? Uma cor mais naturalista, bastante pele, pele com cor de pele, bastante saturação, cor de comédia, né?

6. Em que sentido o tratamento de cor de um filme pode torná-lo mais ou menos comercial?

A cor é um *statement*, ela é uma mensagem, ela é uma declaração. É bastante importante, porque é justamente ela que vai intermediar a mensagem que está sendo passada pelo filme. Ela que faz essa intermediação com o público. Então, se você fizer uma comédia e fizer uma cor sombria, uma cor escura, com baixa saturação, você vai ter duas mensagens divergentes, e isso pode causar um mal estar no público. Então, eu acho que a cor pode deixar o filme mais comercial nesse sentido, não que o filme tenha que ser claro, ou brilhante ou colorido, mas não, no sentido da cor e do filme estarem falando a mesma língua. A cor do seu filme tem que passar a mesma mensagem que seu filme quer passar. Se a mensagem do seu filme é uma mensagem agressiva, então a cor tem que ser agressiva, se o seu filme é alegre e relaxante, então seu filme tem que ser assim também. Se você assiste um filme de guerra e a cor for saturada, bonitinha, suave, tem alguma coisa ali que não vai conversar. Então um bom filme comercial de guerra teria uma cor de filme de guerra, que seria uma cor com baixa saturação, bastante contraste, bastante áreas escuras... da mesma forma, uma cor comercial para um filme de comédia, seria uma cor mais colorida, mais naturalista, nada muito tingido. Então eu acho que, independente de qual cor você vai usar para seu filme, o que vai deixar ele mais comercial e que vai ser mais profissional, digamos assim, é você saber passar a mesma mensagem com a cor e com o filme. Isso vai criar uma consistência no seu filme e é essa consistência que vai deixar seu filme mais agradável para o público e talvez mais bem sucedido comercialmente, digamos assim.

E, levando-se isso em conta, a sua idéia pode ser a oposta disso, de querer fazer intencionalmente uma cor menos trabalhada, uma cor mais rústica, justamente para denotar que você está fazendo um filme menos comercial e mais *underground*.

7. Apesar da tecnologia digital possibilitar uma grande variedade estética, isso não acontece na prática. Vemos obras cada vez mais padronizadas cromaticamente. Por que isso acontece?

Eu acho que essa padronização acontece porque as pessoas tem medo de errar. As pessoas tem medo de arriscar e principalmente, se não for um filme independente, se for um filme atrelado a um produtor, a um cliente que tá pagando fica mais difícil ainda porque o mais fácil é você ir para o conhecido, para o seguro, que tem mais chance do cliente aceitar. Talvez seja mais fácil encontrar uma variedade em filmes independentes porque a pessoa não precisa bater cartão pra ninguém e ela consegue ter um pouco mais de liberdade para fazer alguma coisa diferente.

Mas eu acho que isso não é uma exclusividade do Cinema. O ser-humano é assim por natureza. Eu acho que o mais comum é as pessoas fazerem no padrão para tudo, para música, para roupa, e aí você tem um ou outro que se destaca fazendo algo diferente. E essas pessoas que se destacam ou elas acertam ou elas erram, então, por causa disso, a maioria prefere ficar em um lugar seguro e não arriscar para não errar, né? Eu acho que não é uma exclusividade do Cinema. Isso acontece em várias áreas.

Eu acho até que as câmeras digitais tem um pouquinho de culpa nessa história, também. As câmeras digitais e aquilo que eu falei antes, dos vídeos caseiros, dos vídeos de *youtube*... As câmeras digitais produzem uma imagem em log, que é uma coisa que você não via muito na época de telecine. Na época de negativo, quando você colocava o material no telecine, normalmente você ajustava o material como *taf*¹²⁵, que ele dava um certo contraste, ele deixava a imagem mais ou menos parecida com o que foi filmada no dia. Então, ninguém da equipe via esse material com esse *look* lavado que as câmeras digitais possuem hoje. Esse *look* logarítmico, com a imagem bem aberta, com todo o *range* para você mexer, que é uma imagem boa para você trabalhar, é uma imagem feia para você visualizar. Mas apesar de ser uma imagem feia, as pessoas estão se acostumando com elas, porque é a primeira coisa que as pessoas veem quando tiram a imagem da câmera. E toda a equipe. Então muitas pessoas manipulam esse material antes da correção de cor e para elas, de certa forma, o olhar vai se acostumando. Eu acho que isso acabou estragando um pouquinho o olhar das pessoas, porque você vê coisas que não era para você estar vendo, áreas de escuro, por exemplo, que foram filmadas para serem escuras, quando você está com o material em log, você consegue ver um pouco de detalhe, mas aquilo, quando você ajustar seu contraste real, para simular o dia que foi filmado, esses detalhes sumiriam. Mas como as pessoas já viram aqueles detalhes no material em log, quando você aperta o contraste, elas pedem “ah, volta ali, porque eu quero

¹²⁵ Taf: telecine alignment film. Rolo de filme de curta duração usado para gravar cores de referência.

enxergar o que eu estava enxergando lá, porque tinha detalhe embaixo da roda do carro”, por exemplo. Isso te limita um pouco. Então, o que eu sinto é que isso acabou estragando um pouquinho a possibilidade do colorista criar, com a cor. Eu tenho muita dificuldade, por exemplo, de levar para o ar um material com o contraste correto, porque colocar o preto no lugar onde ele deveria estar, é uma coisa que a maioria dos diretores são contra. A agência, o cliente, sempre querem ver mais do material, então você não consegue dar o contraste correto, que o material deveria ter. E isso era uma coisa que no telecine não acontecia, porque a pessoa via aquela imagem, era a primeira imagem que ela via e ela não tinha acostumado o olho com aquela imagem lavada. As pessoas se acostumam com essa imagem e quando chegam na etapa da correção de cor, você não consegue fugir muito daquilo. Eu acho que, nesse sentido, as câmeras digitais acabaram atrapalhando um pouquinho a criatividade do colorista, digamos assim. Tem alguns filmes que eu vejo no ar, de publicidade, ou campanhas institucionais e você tem a impressão de que não teve nem correção de cor. O material saiu da câmera, ninguém arrumou e já mandou daquele jeito, de tão lavado que está.

Eu acho que uma forma de melhorar essa padronização seria olhar para trás, em vez de consumir só a cultura de hoje, de consumir *youtube*, de consumir os filmes que estão no cinema hoje, as pessoas deveriam olhar o que já foi feito antes, começar a olhar as outras épocas. Como já foi falado antes, cada época têm suas referências culturais e eu acho que hoje a gente teria uma riqueza maior, uma diversidade maior nos *looks* se as pessoas fossem buscar mais inspiração nas coisas que já foram feitas, talvez seja isso que esteja faltando.

8. Você percebe uma aproximação cromática entre as comédias *blockbusters* da Globo Filmes?

Como eu disse na outra pergunta, eu não sou a pessoa mais adequada para falar das comédias *blockbusters*, das comédias Globo Filmes, por não ser o tipo de conteúdo que eu consuma. Mas eu acho que existe, sim, uma aproximação cromática, e eu acho previsível isso acontecer porque o Brasil é bastante consumidor de comédia *blockbuster*, então você tem um público que está acostumado com esse tipo de visual, com esse tipo de *look*. Então quando você lança no Brasil um filme para esse mesmo público, e você quer que seja comercial e bem sucedido, é natural que você tente fazer esse *look* que o público já está preparado para ver.

9. O produtor (ou a empresa produtora) de um filme pode influenciar na correção de cor ou dar o veredito final na cor de um filme?

Sim. Ela pode e geralmente ela dá. Dito isso, você tem diferentes tipos de produtor e de empresas produtoras. Então existe aquele tipo de produtor que contratou aquele diretor e aquele fotógrafo... na verdade, quando ele contratou esses caras, ele contratou um pacote completo, porque ele sabe o estilo do diretor, ele sabe o estilo do fotógrafo, então ele compra o pacote inteiro. Ele quer aquele diretor, ele quer os insights que aquele diretor vai ter, ele quer o *look* que aquele diretor de fotografia consegue. É um pacote. Quando você tem esse tipo de produtor, ele consegue respeitar bastante a opinião da equipe, a opinião do diretor e tal... e acaba deixando o *look* na mão do fotógrafo e do diretor. Isso acontece bastante.

10. De uma maneira geral, as cores das comédias variam do naturalismo ao saturado. Por que isso?

Eu acredito que as cores de comédia, de filmes de comédia... elas buscam uma cor que não seja chamativa, no sentido da cor não chamar mais a atenção do que o filme. Então nesse caso não teria muito para onde correr, a não ser ficar no naturalismo mesmo. E eu acho que a questão do saturado, é porque você está fazendo um filme alegre, um filme que tem que ser colorido, então é um visual quase de filme infantil, se você for pensar.

São símbolos, né? Você tem símbolos de cor que funcionam com o psicológico das pessoas, então você nunca vai ver um filme de comédia com a cor escura, dessaturado, porque você estaria tendo uma divergência de mensagens ali, entre o visual e o roteiro ali, que é um pouco do que eu comentei naquela outra pergunta. O filme de comédia é para você ver e se sentir relaxado, se sentir feliz, descontraído, dar risada. Então você não pode ter uma cor que te deixe tenso, ou que te estimule a agressividade, ou que você se sinta mais triste com ela. A cor tem que conversar com a mensagem do filme. Da mesma forma que você não iria contar uma boa notícia para alguém usando a marcha fúnebre de trilha-sonora, ou você não iria em um enterro ouvindo um axé ou uma música super alegre. Fica esquisito. A cor é como a música, tem que refletir o clima do filme.

Entrevista com Luis Ignacio Barrague

Coordenador de pós-produção da O2 Filmes

São Paulo, 17/11/2017

Entrevista realizada por whatsapp e e-mail.

1. Luis Ignacio Barrague, o senhor pode falar um pouco sobre sua carreira?

Comecei a trabalhar na área de comunicação em 1997, quando entrei na faculdade de Rádio e TV na FAAP. Durante o período de estágio da faculdade trabalhei na Radio Cidade 96.9 FM. Em 2002, após formado, abri uma produtora de vídeo com foco em vídeo institucional e corporativo. Paralelamente a produtora trabalhei como *freelancer* em diferentes funções de locução, operador de câmera e editor. No ano de 2006 entrei na Teleimage, que era a pós-produtora de cinema do grupo Casablanca. No ano de 2013 entrei na O2 pós como supervisor de pós produção, onde trabalho até hoje.

2. O parque empresarial brasileiro de pós-produção apresenta hoje dois aspectos: empresas mistas, que oferecem vários serviços agregados, e empresas menores, oferecendo trabalhos específicos. A O2 cabe dentro da primeira característica. Como funciona isso para vocês?

A O2 Pós foi inicialmente criada para atender trabalhos específicos da O2 Filmes principalmente em publicidade. Com o passar dos anos a O2 Pós foi crescendo junto com a demanda da produtora também na área de entretenimento. A O2 Pós foi crescendo e se estruturando com novos equipamentos, profissionais e desenvolvendo novos serviços até estar pronta para se abrir ao mercado nacional.

No ano de 2017 devemos acabar com mais de 30 longas, 6 séries e mais de 100 publicidades finalizadas. Para atender a demanda, após a abertura para o mercado externo, foi criada a O2 Pós no Rio de Janeiro que trabalha juntamente com São Paulo. Alguns dos serviços de pós realizados dentro da O2 são: laboratório digital e *backup, conform, 3D, motion graphics*, composição, *color grading* e masterização para cinema, TV e VOD¹²⁶.

3. Qual a importância do processo de *color grading* para a cadeia fílmica?

Considero o *color grading* como o acabamento final de um projeto audiovisual. É o momento em que a visão do diretor e fotógrafo pode ser realçada e alcançar um nível superior de refinamento de imagem. Hoje em dia com os recursos disponíveis é possível manipular tudo

¹²⁶ Vídeo on demand. Vídeo sob demanda. Produtos audiovisuais alugados via *streaming*.

na imagem, inclusive resgatar cenas com problemas técnicos de captação, que foram quase perdidas.

4. Mesmo com os *softwares* oferecendo mais ferramentas e as máquinas mais rápidas, notamos um trabalho artístico mais básico nas comédias nacionais. Por que isso?

Infelizmente considero que o avanço da tecnologia tem um lado negativo que é o acesso ao profissional sem formação avançada criando este resultado. Antigamente com película não era possível errar, por causa disto os anos de aprendizado para assistente eram muitos, formando profissionais com conhecimento sólidos. Hoje em dia as câmeras digitais permitem errar em maior quantidade, capturar sem limites de *takes* (digital) em câmeras 4K com 14 *stops*, deixando muito espaço de manobra na pós para aplicar um *look* genérico e ser aprovado. O problema não está somente nos profissionais da produção e pós produção, os clientes também não conhecem as tecnologias e o que elas podem oferecer.

5. Parece que há uma aproximação cromática entre as comédias da Globo Filmes, um Naturalismo Saturado, como produtos de uma mesma indústria. Por que isso?

Considero uma tendência de *look* por gênero de filme. Aqueles mitos criados na indústria. Neste caso é de que comédia tem que ter imagem saturada.

Também podemos supor que existe uma repetição da equipe que acaba repetindo a fórmula que funciona.

6. Eu consigo estender esse conceito para outros gêneros? Em dramas consigo notar um naturalismo dessaturado, e em policiais, um naturalismo contrastado?

Sim, é possível categorizar os gêneros por *looks*. Não é aleatório isso, tem um livro muito bom chamado *If it's purple someone's is Gonna die*, da Patti Bellantoni que fala sobre a influência das cores na narrativa do filme. O interessante é usar isto de maneira moderada e com objetivo claro para não cair no óbvio de tal *look* é para tal categoria. Sempre lembrando que o *look* de um filme começa na produção com escolha da paleta de cores a ser trabalhada no figurino e direção de arte.

7. O que falta para a indústria cinematográfica nacional crescer e poder se auto financiar?

Lembro que 20 anos atrás não era possível trabalhar exclusivamente com cinema no Brasil, fazíamos dois longas por ano. Graças às leis e incentivos de impostos hoje em dia temos um mercado funcionado com quase 200 longas anuais feitos no Brasil. Ultimamente trabalhei em alguns filmes com financiamento 100% privado. Ainda é raro mas já está acontecendo. Acredito que é necessário diminuir essa dependência de leis e aumentar a oferta de fundos privados. Na maioria dos países cinema é misto, tem financiado e privado. Alguns mercados como americano e indiano se auto financiam quase que completamente, mas lembrando que lá fazem mais de 2000 filmes por ano.

8. Quais as últimas novidades no processo de pós-produção e o que podemos esperar no futuro?

Vejo o assunto de trabalho colaborativo como a maior mudança em nossos processos. Hoje em dia todas as empresas estão fazendo. Vemos Avid e Adobe focados tanto na internet como na rede local das empresas com recursos de compartilhamento de *timelines*, projetos e mídias. Davinci Resolve tem um sistema muito bom de acesso simultâneo à mesmo *timeline*, é possível você ter um colorista, editor e compositor trabalhando na mesmo *timeline* em máquinas separadas.

Vejo no futuro uma maior integração entre a pós produção e a produção, quando nossas conexões forem mais rápidas e nossas máquinas remotas (*cloud computing*) mais baratas, imagino pessoas se locomovendo para o set ou trabalhando remoto precisando somente monitor, teclado e mouse.

9. Há algum filme de coração? Que o senhor tenha gostado mais de fazer?

Diversos filmes me trazem lembranças. Pelo desafio técnico lembro de *Tempos de Paz* (2008), do diretor Daniel Filho, por que foi o primeiro longa rodado em câmera RED. Em 2008 foi um desafio para entender e criar o *workflow* dentro da pós para câmera digital 4K, não existiam referencias para seguir e nem *softwares* para usar.

Entrevista com Gigio Pelosi

Colorista

Juiz de Fora, 19/11/2017

Entrevista realizada por messenger.

1. Gigio, o senhor pode nos contar como foi a sua carreira de colorista?

Minha carreira começou em meados dos anos 1990, em plena era das películas, fazendo transfer, naquela época para formatos de vídeo, Beta¹²⁷, Beta Digital¹²⁸, D1¹²⁹ e D2¹³⁰.

2. O senhor trabalhou com a película e agora com o digital. Pode nos relatar como foi a modernização da tecnologia do tratamento de cor no Brasil?

Sim, claro. Eu, na verdade, não chamaria de modernização, porque nós nessa época da transição não estávamos tão atrasados. Seguimos o fluxo natural dessa mudança de plataformas, se é que podemos chamar assim. Nós trabalhávamos com película, telecines dos mais avançados, como nos grandes centros de produção de cinema... Lógico que em uma quantidade e em uma escala muito menor e talvez com uma deficiência pequena, mas não relevante do aparelhamento do parque tecnológico.

Complementando, acho que também havia uma outra questão, que era uma ansiedade por poder filmar mais, em quantidade, e de maneira mais barata. Coisa que hoje em dia sabemos que não é de todo uma realidade, uma verdade, pois filmar bem, filmar direito, em digital, também não é barato.

3. O senhor trabalhou no primeiro longa em 2K no Brasil, Casa de Areia. Como foi o tratamento do filme? E quais as dificuldades encontradas no durante o *grading*?

As dificuldades foram as mesmas que encontramos em qualquer trabalho de grande porte. Casa de Areia era um filme que tinha muita expectativa por parte dos diretores e produtores, da própria casa de finalização que na época eu trabalhava e que foi a responsável pela finalização do filme. Então havia uma certa apreensão sobre como o filme seria entregue, se alcançaríamos um nível de qualidade semelhante aos processos antigos, foi bastante

¹²⁷ Formato de videotape analógico.

¹²⁸ Formato de videotape digital.

¹²⁹ Fita de vídeo digital.

¹³⁰ Fita de vídeo digital, com qualidade inferior à D1.

trabalhoso, mas no final chegamos em um resultado que todos ficaram satisfeitos. O filme foi entregue, foi bem, sem grandes surpresas.

As dificuldades foram mais técnicas, por que estamos falando de arquivos enormes para a época. Não vou lembrar o tamanho de cada fotograma. Isso demandava tempo e espaço, discos e muito tempo de tráfego de material, entre um disco e outro, render que demorava uma eternidade, coisas assim.

4. Como é a pesquisa da estética ou do visual de um filme? Onde o senhor busca ideias e inspiração?

Primeiro de tudo, a gente tem que ouvir os anseios dos diretores. Eles vem, com certeza, ou quase sempre vem com um pré conceito já formado e cabe ao colorista nesse momento ouvi-los, debater sobre isso, talvez fazer algumas ressalvas, algumas observações, às vezes indo contra aos que os diretores já pré-concebiam. Geralmente é ouvir o que os diretores querem e, a partir daí, com as imagens que eles filmaram, se fazer um estudo, mas um estudo livre mesmo, no máximo assistindo um ou dois filmes que tenham afinidade com o conceito que os diretores já conceberam, mas a visualização dessas referências são apenas para ilustrar um caminho que se quer, uma intenção para o filme: se ele é denso, se ele é frio, se ele é colorido...

5. Uma vez com a estética ou "visual" do filme definido, como é seu método de trabalho?

Eu não gosto de começar pelo início, vamos dizer assim. Procuro trechos que considero importantes para o filme, às vezes não são importantes, mas são interessantes visualmente. Marco cenas específicas, aleatórias durante o filme. Isso no primeiro dia de trabalho. Fazendo experiências, navegando de um lado para outro, com um *look* mais X, um *look* mais Y, pulando de cena em cena, uma coisa bastante experimental mesmo.

No segundo dia de trabalho, a primeira coisa é analisar o que a gente fez no dia anterior, ver se acertamos alguma coisa, se não acertamos nada. E caso tenhamos acertado alguma coisa, levar esse conceito, essa marcação de cor, de luz, e partir desde o princípio do filme aplicando esse conceito.

6. Como é a sua relação com fotógrafos, diretores e produtores? Como é a ingerência de cada um deles? Existem casos de interferência diretas de produtores?

A relação com os diretores tem que ser a mais aberta e sincera possível, porque muitas vezes eles querem alguma coisa na imagem que não é a melhor para o resultado final da imagem. Não estou falando do filme. Mas, por exemplo, uma cena, que por algum motivo, ficou escura, subexposta e tem que ser super clara, a gente vai acabar produzindo uma imagem ruidosa, uma imagem feia, cheia de artefatos, cheia de problemas, que esteticamente não é interessante. Nesse momento cabe a gente alertá-los sobre isso e sugerir uma outra opção, diia uma opção meio termo.

Sobre a ingerência de cada uma das partes, isso é muito relativo ao filme, ao tipo de filme que está sendo feito. Um filme autoral, quem manda é p diretor e o diretor de fotografia. Quem decide a estética são esses diretores. Já em filmes mais comerciais, aonde existem contratos, dinheiro, muito dinheiro envolvido, coisas assim, o produtor acaba tendo um peso maior do que nos filmes autorais, porém ainda vai se respeitar os conceitos que os diretores estabeleceram na pré-produção, durante a filmagem, etc.

7. Se nós assistirmos hoje as comédias produzidas pela Globo Filmes em associação com outras produtoras independentes, conseguimos perceber duas tendências em sua fotografia: a) naturalismo nos tons de pele b) excesso de saturação em outros elementos de cena. Por que esse naturalismo? Por que essa saturação?

Eu acho que isso é uma questão cultural. Como você citou aí a Globo Filmes, isso é uma coisa que a gente vê na televisão. Na televisão que eles fazem. Algo que já está na cultura do povo brasileiro, que assiste isso basicamente, e que até bem pouco tempo atrás assistia basicamente novela da Globo, o máximo de dramaturgia que o povo tinha acesso. E, é lógico, não estou falando de totalidade.

8. Então, levando-se isso em consideração, como o digital possibilitou deixar os tons de pele mais naturalistas e ao mesmo tempo cenários e figurinos mais saturados?

Eu acho que o mérito disso, em sua maior parte, é da direção de arte e da fotografia. Mas no meio digital, na correção de cor digital, a gente consegue... a gente tem mais recursos para isolar determinada área, determinado elemento e trabalhar separadamente, e nele trabalhar separadamente, independente do restante da cena.

9. Há algum filme de coração, que o senhor tenha gostado mais de fazer?

O filme de coração é aquele que você está fazendo no momento. Você tem que estar gostando dele. Agora, algum específico que eu goste? Não sei te dizer...

Entrevista com Luan Monteiro

Colorista

Juiz de Fora, 19/11/2017

Entrevista realizada por whatsapp

1. Luan, como foi a sua carreira de colorista?

Na verdade ainda está sendo. Graças à Deus eu ainda estou ativo no mercado. Hoje eu cheguei na plenitude da minha carreira. Em autonomia. Eu estou na minha melhor fase. Mesmo quando eu trabalhei na Casablanca eu nunca tive uma fase tão boa.

Rapidamente, em resumo, eu sou formado em História. A partir dessa formação, já na faculdade eu trabalhava como assistente de fotografia. Então eu trabalhei como assistente de fotografia de médio e grande formato, para fotografias culinárias especificamente durante alguns anos com o Boccato e foi aonde eu aprendi a linguagem fotográfica, a leitura da imagem, o princípio básico. A gente fotografava em película, então processo era mais artesanal. Disso surgiu o convite de um colega, que hoje está no mercado também, que é o Fernandinho (Lui), que me chamou porque ele precisava se tornar colorista e ele precisava que alguém virasse assistente para estar no lugar dele. Foi aí que eu conheci a Casablanca, o mercado. Comecei ali sem saber absolutamente nada e, a partir disso, eu aprendi meu ofício, aprendi o ofício de correção de cor, com os grandes mestres, com os grandes coloristas do Brasil. Todos eles que começaram suas carreiras na fase que isso era uma arte, eles pularam do analógico para o digital. Então, entre eles, a gente pode citar o (os coloristas) Bueno, o João Theodoro, um grande colorista, Magda, Guilherme, Ricardo Hering, Serginho, Ely, Marco, toda essa turma da primeira geração. Trabalhei com todos, menos o Yoshinaga que era da geração mais velha.

E, dessa forma, como funciona a carreira hoje? Hoje, pós Casablanca, onde todos nós nos formamos, ali todos nós trabalhamos mais voltados para o entretenimento, a gente fazia, eu pelo menos, fazia muito mais longas-metragens, TV, apesar do mercado de publicidade ser assíduo ali na casa. Hoje diversificou-se muito e atualmente eu faço diversos tipos de

trabalho, basicamente a publicidade para pagar as contas, enquanto o trabalho de entretenimento, apesar do valor ser menor, são realmente os trabalhos que a gente acaba voltando com mais carinho e amor, são as obras que vão permanecer, vamos dizer assim, para as próximas gerações, para o futuro. É o que a gente deixa de legal do nosso trabalho.

2. O senhor está na área desde a fase de película e participou da transição para o digital. Quais as principais diferenças notadas?

É. A gente começou na película e hoje a gente está fase do mundo digital e na fase das ferramentas todas elas digitalizadas. As principais diferenças, primeiro em relação à fotografia. A fotografia foi assim reformulada. Os fotógrafos antigos tinham uma metodologia muito, muito disciplinada, eles eram extremamente focados no trabalho e tinham muita pouca chance de erro por conta do custo alto do negativo. Os fotógrafos atuais são tão bons quanto os antigos, a gente vê que a técnica em alguns fotógrafos até melhorou, nas gerações atuais. O que difere é que os cuidados são diferentes, existe uma forma mais prática de fotografar, uma possibilidade de se ter muito mais oportunidades, e o erro é, vamos dizer assim, não é que seria aceito, o conceito não seria esse, não é que ele pode passar, mas ele nem sempre é um problema. E às vezes ele pode ser corrigido de maneira imediata. E isso reflete no nosso trabalho, que quando a gente recebe material para poder trabalhar, você nota qual foi o tipo de *set* que existiu e como foi feita essa fotografia.

Entre as principais diferenças, o mais interessante é a democratização das ferramentas de correção de cor, dos *softwares* e da desmistificação disso, o que fez com que a gente tivesse uma profunda diferença na forma de se interpretar o trabalho de correção de cor. Às vezes o fotógrafo, vem com uma referência. De maneira geral, todos eles brincam com as ferramentas com que a gente brinca. E, de certa forma, nosso trabalho acabou ficando até mais difícil. Você tem que acompanhar isso, e entender isso como uma coisa boa para você, boa para o mercado, porque ele vai pedir melhor as ferramentas, muitas das que você tem a disposição, ele vai conhecer essas ferramentas e eventualmente ele já usou. E isso faz com que a gente tenha uma forma diferente de atuar em um filme, de criar em cima de um filme. E, claro, você tem que ser melhor cada vez que entra em algum outro projeto, então eu acho que essa é a principal diferença. Antigamente, tinha-se pouco conhecimento em relação às ferramentas, até por que elas eram menos, a gente tinha menos ferramentas. Os *softwares*, inclusive, eram mais complicados, complexos e pesados, porém com menos ferramentas. Hoje eles são bem mais leves e com uma gama maior de ferramentas.

Mas o que se diz respeito especificamente à correção de cor, se você abre a aba do DaVinci, a aba de qualquer *software* de correção de cor poderoso, você vai ver que as ferramentas são as mesmas. Elas não mudaram. Elas melhoraram. Não existiu uma inovação em relação ao que você tinha até o início dos anos 2000, final dos anos 90. Algumas poucas novas ferramentas que surgiram. Então, o trabalho efetivo mudou mais de maneira conceitual, do que de forma efetivamente prática.

3. Uma vez com o "visual" do filme definido, como é seu método de trabalho?

O método de trabalho é bem simples, na verdade. Pra gente definir o *look*, eu elejo alguns planos que sejam mais gerais, as situações e os ambientes. A partir desse plano mais geral, eu faço referências, digamos assim, das cenas que existem dentro da decupagem, da montagem. Então, se temos uma geral, um plano, contra-plano, uma conversa, faço uma referência para cada um. Essa referência vai valer até o final, dessa sequência. E aí, a gente cria, para cada uma dessas sequências, de acordo, claro, com a vontade do diretor e do fotógrafo, uma referência visual que vai valer como *look* ou a referência de cor para aquela sequência. A partir disso a gente tem que manter uma unidade nas cores, nos elementos de arte, que a gente possa ter no ambiente. Se for uma externa a gente tenta manter o melhor possível a continuidade, seja em um asfalto, seja de uma árvore, seja de um gramado, um céu, e pele. Pele também é um elemento primordial nesse ajuste.

4. Nós já passamos várias vezes por filmes em que o fotógrafo fazia uma cor e o depois da apresentação, o diretor fazia outra. Podemos falar que há filmes de fotógrafo e filmes de produtor? Pode citar algum caso específico?

Sempre. Invariavelmente. O fotógrafo tende a ter o trabalho da imagem com a fotografia que ele desenhou. Ele vai aprender a gostar de contrastes. Regiões pretas são regiões pretas. Marcas escuras nos olhos em ator fazem parte daquilo que foi fotografado. Enquanto que o diretor e o produtor querem sempre ver o produto dele. Não são todos os diretores, não vamos generalizar, mas o que quer dizer isso? “Olha, meu ator tem que aparecer”, “Isso aí tem que ficar mais claro”, “mete brilho aí”, “Sobe tudo, escurece não, bota máscara ali”. Essa é a tendência. Então, no geral, são muito raros os filmes em que você de fato tem uma sinergia total entre diretor, fotógrafo e produtor. Em outros casos é até interessante porque a gente

ganha uma liberdade criativa, aquilo que a gente propõe, às vezes, acaba sendo a terceira, quarta via daquilo que havia sido programado e segue-se com aquilo.

Caso específico, não vou citar nomes, mas já fiz um documentário que comecei criando vários *looks*, e no caso era uma diretora. Um documentário pelo qual eu sou apaixonado. E ela veio e desconstruiu aquilo. Depois a gente marcando a luz a gente entendeu realmente que a linguagem, aquilo que ela tinha criado, era de fato o que deveria ser para o filme. Até que se chegasse a esse ponto, sempre existe discussão, discussão entre fotógrafo e diretor, a gente tem que sair da sala, enfim, é normal isso. É uma coisa do processo criativo na correção de cor que é complicada de lidar. A gente vira psicólogo mesmo. A hora que apagou a luz e o cara sentou do seu lado ali, é “Freud explica”.

Um outro caso, que era um produtor mesmo, um filme internacional, você até fez parte, acho que a gente pode citar, que era aquele *Garibaldi e América* (Alberto Rondalli, 2008), que vamos dizer, um filme de fato todo ele guiado pelo produtor, o diretor era italiano, ele veio marcar a luz comigo, mas as decisões finais do que aquilo o que ia ser de fato foram feitas pelo produtor. O diretor foi respeitado até a página dois, até a hora da entrega. Então são casos que vão acontecer sempre no nosso mercado.

5. O colorista João Theodoro dizia que brasileiro tem fixação por tons de pele naturalista. Por que isso e qual a sua opinião a respeito?

Grande Mestre João Theodoro, meu mestre mesmo. Tenho um carinho especial pelo Theo, me ensinou demais. Eu discordo um pouco disso do que o Theo está falando pelo seguinte: tom de pele é um negócio que, assim, tem que ser naturalista. Não é que o brasileiro tem fixação. A gente tem uma tendência a ter um tom de pele, mais alaranjado, mais amarelo, a gente acha isso bonito. O povo brasileiro gosta de uma pele mais bronzeada. A gente vai a praia para ficar assim. É um padrão estético que a gente tem. Então a nossa pele é uma pele mais colorida. Quando você às vezes pega um filme gringo, principalmente americano, o americanos tem uma tendência maior a isso, você tem peles que tendem a ser mais magenta, menos laranja. Então eu acho que isso é uma escolha. A idéia da pele ser naturalista é essencial, na verdade. Nesse ponto não estou discordando do Theo, o que o Theo está falando é verdade. Tem essa preocupação da pele, e tal, mas eu acho que isso vale para qualquer filme. Uma coisa que a gente aprende em cor é que, enquanto o tom de pele nas pessoas for naturalista, todo *look* que você empregar, por mais maluco que ele seja. Agora, se você mexer na pele das pessoas, se a pele estiver esquisita, se a pele estiver verde, se a pele estiver roxa,

se a pele não estiver legal, isso vai criar uma sensação no espectador diferente, esquisita, alguma coisa não está certa. Isso vale para qualquer referência visual que você tiver. Se você tiver lendo um quadrinho e você vê a pele do Super-Homem diferente você vai achar aquilo estranho, mas a roupa dele pode ser de outra cor, de repente, por conta do ambiente que ele está. Sendo assim você não vai achar estranho, pois a pele dele está normal. Então nesse sentido, a fixação que o Theo está falando, isso que o Theo tá comentando, eu acho que é uma tendência natural. Uma coisa que de fato existe por que faz parte da saúde mental, visual, você assistir um filme e as pessoas terem tom de pele natural, um tom de pele agradável.

6. Mesmo com os *softwares* oferecendo mais ferramentas e as máquinas mais rápidas, notamos um trabalho artístico mais básico nas comédias nacionais. Por que isso?

Independente da ferramenta, você tem que sempre olhar seu material, seu filme, seu produto, em relação àquilo que de fato ele é, a quem de fato ele vai atender. Acho que cor, excepcionais os casos em que o trabalho do colorista vai sobressair, existem casos que a cor tem que mandar, tem que chamar a sua atenção. Então as comédias têm a tendência a serem naturalistas porque na verdade o que tem que chamar a sua atenção naquele filme não é o *look* rebuscado que nem combinaria, um *look* rebaixado, todo frio, todo estranho, para uma piada simples, leve. Então eu acho que essa tendência é na verdade uma coisa meio lógica, a gente pode criar uma comédia, com tons muito mais dessaturados, mas isso vai gerar uma estranheza no seu espectador, com certeza. Então eu acho que aí existe um fator meio psicológico. Assim, o naturalismo e as cores mais alegres tendem a casar com seu produto. Não adianta você fazer o *look* que você tem em um filme como *Harry Potter*, por exemplo, para uma comédia nacional com a Juliana Paes. Não vai funcionar, simplesmente. Essa é a minha opinião. Acho que isso é uma tendência natural, há uma ordem natural nisso.

7. Os filmes de comédia hoje, principalmente, aqueles produzidos pela Globo Filmes em associação com outras produtoras, tem duas tendências em sua fotografia: a) naturalismo nos tons de pele b) excesso de cores e saturação em outros elementos de cena. Por que esse naturalismo? Por que essa saturação?

Eu acho que aqui a resposta está um pouco na resposta anterior. Essa tendência vende mais no mercado. Existe a necessidade de se ter um *look* que seja condizente com a história que você está tentando contar. De maneira geral, quando você está trabalhando com saturações mais

vívidas, uma coisa mais brilhante, mais saturada, ela tende a ser um pouco mais alegre, a ser um naturalismo mais alegre. E isso vale para um tom de pele que seja mais suave. Então isso tem muito mais a ver com o público que vai receber e vai, vamos dizer assim, deglutir essa informação e com o produto que você está vendendo. A gente tem que entender que o cinema é mercado também, ele também é um produto. Os americanos, que estão aí como um exemplo para nós, eles sempre tiveram uma indústria e lá você tem diversos produtos para diversos mercados, para diversos consumidores. E acho que as comédias da Globo Filmes são isso.

8. Como os *softwares* de tratamento digital de cor podem auxiliar para deixar os filmes com tons de pele naturalistas e, ao mesmo tempo, com cenários e figurinos saturados?

Bom, isso faz parte de um processo técnico eu você também conhece bem. Os *softwares* sempre tiveram isso, que é a separação de cor, um princípio básico que a gente chama de cor secundária. A gente trabalha primeiro diversas cores que um filme vai ter em uma primeira etapa, que a gente chama de *balance*. A partir desse *balance*, quando bem feito, quando bem estruturado, é possível ter essa separação. Então os *softwares* hoje, tem uma capacidade maior dessa separação. Conforme os *softwares* foram melhorando, e a digitalização veio vindo com mais força, a gente teve uma melhora muito grande, muito sensível em relação aos primeiros equipamentos. Eu peguei alguns DaVinci mais antigos, a própria Pogo¹³¹ para essa separação. Então, na verdade, se você tem uma boa separação, um bom *balance*, tudo é muito possível. É possível ter um elemento de cor, é possível ter uma saturação maior, enfim... Um exemplo dessa capacidade que o software tem hoje é a própria menininha da *Lista de Schindler* (Steven Spielberg, 1993), que a menina, bastante marcante, está com vestido vermelho. O filme foi, há pouco tempo, não sei que data, mas ele foi remasterizado. Na remasterização eles conseguiram fazer algo que na época eles precisaram fazer em sistema de truca que não tinha ficado tão bom e que demorou muito tempo para fazer. A pessoa que fez a masterização fez com muito mais facilidade, o que mostra o poder que essa ferramenta tem. Então para separar uma pele, quando bem composta a cena, quando bem composta a fotografia, é bem tranquilo de fazer e o *software* ajuda muito, muito mesmo.

9. Há algum filme de coração? Que o senhor tenha gostado mais de fazer?

¹³¹ Pogo. Mesa de correção de cor bem simples.

Filme de coração? Tenho. Alguns. Eu acho que *Muito Além do Peso* (2012), filme da Estela Renner, que trata de um tema relevante. Ela conseguiu, por exemplo, que a fórmula do leite Ninho fosse modificada a partir desse documentário. Então eu acho que um documentarista que se propõe a fazer algo que seja bom para a população em geral, que seja relevante, ele merece todo crédito. Boa parte dos meus filmes de coração são documentários.

Tudo por Amor ao Cinema (Aurélio Michiles, 2015), que conta a história do Cosme Alves Netto, porque me identifiquei muito com ele, ele trabalhava com a memória... você lembra quanto Canal Brasil a gente fazia, né? Um monte de lata de negativo para tudo quanto é lado, e o cara começou a fazer isso lá nos anos 70. Um personagem muito encantador. Um filme que trata de um personagem muito legal.

São Silvestre (Nina Chamie, 2013) também. Outro documentário, por conta do trabalho de cor, que foi um trabalho de cor muito difícil de fazer, com o maior número de câmeras misturadas com que eu já trabalhei. Então um desafio pra minha carreira e a gente conseguiu ter um resultado maravilhoso, filme de parceria com a Nina Chamie, o fotógrafo Zé Bob¹³² e Jacób.

E a vida do Paulo Coelho que é o *Não Pare na Pista* (Daniel Augusto, 2014) que eu fiz com fotografia do Jacob¹³³ e do Augusto, o diretor, que foi demais pra fazer com os caras. Paulo Coelho é uma figura internacional, um cara, uma figura de relevância, principalmente porque gosto muito de Raul, desse período da nossa história aí. Então eu acho que são esses quatro, devem ter outros, mas que eu me lembre e que estão sempre frescos na minha memória são esses aí.

Entrevista com Fernando Lui

Colorista e sócio-proprietário da Marla Color Grading.

Juiz de Fora, 03/12/2017

Entrevista realizada por e-mail

1. O parque empresarial brasileiro de pós-produção apresenta hoje dois aspectos: empresas mistas, que oferecem vários serviços agregados, e empresas menores, oferecendo trabalhos específicos. A Marla se encaixa dentro do segundo aspecto. Como funciona isso para vocês?

¹³² José Roberto Eliezer, diretor de fotografia.

¹³³ Jacob Solitrenick, diretor de fotografia.

Pra responder essa pergunta vou contar um pouco da minha trajetória. Eu sempre trabalhei para pós-produtoras muito grandes... comecei com 18 anos de idade na Casablanca, que como você sabe foi uma das maiores *finish house* da América Latina. Foram oito anos e meio lá até que acertei minha ida para a Cinecolor, uma multinacional que também contava com todos os serviços de pós-produção. Após mais um longo período de oito anos por lá eu aceitei o convite de um grande amigo para integrar o time da CLAN VFX, uma empresa de pós-produção, mas que ainda não contava com um departamento de *color grading*.

Assim como eu tive a oportunidade de trabalhar e conhecer clientes novos que vinham no pacote fechado pela CLAN, eu também pude perceber que alguns clientes que gostavam de trabalhar comigo deixavam de fazê-lo, pois iriam finalizar seus filmes em outra pós-produtora e isso poderia gerar um desconforto com a CLAN. Foi nesse momento que eu percebi que atrelar o serviço de *color grading* a uma casa de pós-produção talvez não fosse a melhor estratégia para minha carreira. Daí veio a decisão de ter meu próprio estúdio e poder atender a todos clientes, independente de onde finalizariam seus filmes.

2. O que leva uma agência ou produtora contratar a Marla ou outra finalizadora? Qual o diferencial?

Eu acredito que a qualidade final do material seja o verdadeiro diferencial. Mas a questão central é que o trabalho do colorista vai muito além de corrigir a cor de um filme. Uma boa conversa antes de iniciar uma sessão de *grading* faz toda a diferença, quando se esta em sintonia você consegue não só ouvir as necessidades e o objetivo do seu cliente, mas sim interpretá-las na imagem. E para que isso aconteça você tem que ter uma base bem sólida, com uma bagagem de conhecimentos que só anos de aprendizagem podem trazer, e assim saber conduzir essa situação sem titubear, pois dificilmente lhe será dada uma segunda chance.

3. Mesmo com os *softwares* oferecendo mais ferramentas e as máquinas mais rápidas, notamos um trabalho artístico menos elaborado nas comédias nacionais. Por que isso?

Difícil falar sobre isso... não é uma questão de *softwares*, ferramentas ou máquinas mais rápidas, de certa forma essas comédias já tem como escopo de sua realização um desapego com o refinamento artístico. O problema esta bem antes do filme chegar a pós-produção. Não

adianta *softwares* mais rápidos com ferramentas mais inteligentes, câmeras com mais latitude e definição, se o que se está colocando na frente das "maravilhosas lentes anamórficas" é o mesmo produto velho e ultrapassado, de linguagem estética pobre.

4. Os filmes de comédia hoje, principalmente, aqueles produzidos pela Globo Filmes em associação com outras produtoras, tem duas tendências, que se combinam em sua imagem a) naturalismo b) excesso de saturação. Por que esse naturalismo e Por que essa saturação?

Posso falar de uma experiência que tive recentemente ao fazer um *teaser*¹³⁴ de abertura de uma novela da Globo... eu até consegui colocar uma estética diferente na imagem, mas é incrível como não há maneira de fazê-los entender que fotografia é luz e sombra. Eles têm pavor de área escura, tudo tem que estar iluminado, ambiente, atores... é uma tradição televisiva meio que entranhada e é quase impossível de ser quebrada. Acredito que esse seja o padrão estético nas produções da Globo Filmes, que traz para o público, tão acostumado com suas novelas, filmes de fácil compreensão e aceitação, com *looks* naturalistas e alta saturação. Mas por outro lado existem diretores lá dentro que estão quebrando um pouco esses paradigmas, com mini series bem produzidas e com um cuidado estético enorme na fotografia e no *color grading*.

Eu vejo um ponto negativo em nossa escola de cinema que é a premissa de que telespectador é "burro", e por isso tudo no roteiro de um filme tem que ser muito bem explicado e as imagens na tela tem que ser claras e nítidas para que o público "entenda"... e é exatamente o contrário disso que faz a escola Argentina por exemplo, sempre provocativa, dúbia, escura, ácida...

Entrevista com Ely Silva

Colorista

Juiz de Fora, 03/12/2017

Entrevista realizada por e-mail

1. Ely, o senhor pode nos contar como foi a sua carreira de colorista?

¹³⁴ Clip de curta duração, geralmente menor que um trailer, que serve para apresentar um determinado trabalho, seja um longa, novela, dentre outros.

Comecei a minha carreira numa empresa recém-criada chamada New Vision, que foi uma precursora do processo de pós-produção chamado CineVt. Isso na segunda metade da década de 80. Essa empresa trouxe o primeiro Telecine profissional no formato profissional de pós-produção. Fui o primeiro colorista nesse formato profissional.

Todos os formatos de trabalho, linguagem, estética, conhecimento e adaptação técnica dessa nova linguagem e forma de trabalho tiveram que ser criados. Foi um período de muitos processos empíricos experimentais. Assim foi o começo. Os primeiros estudos foram dentro de um laboratório cinematográfico que se chamava Líder Cinematográfica, que foram estudos em relação à forma de correção de cor física nas películas. Tive a oportunidade e privilégio de estar nesse momento importante da mudança de tecnologia em forma de trabalho da pós-produção do audiovisual. Também tive o privilégio e oportunidade de formar uma parcela importante dos profissionais estão hoje trabalhando como coloristas.

2. O senhor trabalhou no primeiro longa que passou por intermediação digital no Brasil, *O Invasor*, do Beto Brant. Como foi o tratamento do filme?

Sim, tive oportunidade de trabalhar no longa *O Invasor*, de Beto Brant. A técnica que acabei usando foi usar o Telecine, não só como transferência direta da película, mas também para trabalhar a estética que o filme precisava. Sendo mais específico, a cor final do filme foi feita direto do negativo original e montado numa ilha. Queríamos uma estética bem agressiva para poder passar a dramaturgia que o filme necessitava. O material original foi captado em super 16 para ter a facilidade de manuseio da câmera durante a captação, uma parte importante do filme era câmera na mão como sendo um personagem da narrativa e aproveitamos esse formato de super 16 para, através de contrastes e balances, trazer junto a dramaturgia, através da exploração do grão. Era um filme que, quanto mais ia para o final dramático, mais contrastes e consequentemente grão tínhamos. Usamos o grão original do negativo como forma de narrativa e dramaturgia na imagem. Uma outra característica deste filme foi usarmos a técnica de manipulação de imagens comum na publicidade para conseguirmos o resultado estético agradável para o entretenimento.

3. Como foi o convite para o filme "Até que a Sorte nos Separe"? E como foi o briefing do filme?

Os produtores de *Até a Sorte nos Separe* me procuraram por dois motivos. O primeiro era o filme importante que tinham, de um diretor em franco crescimento, que era o Roberto Santucci e que tinham também um problema técnico. Precisavam que seu filme ficasse com uma estética agradável e bonito e que o problema técnico, que foi terem usado duas câmeras com espaços de cor diferentes, tivesse equilíbrio e harmonia.

O *briefing* do filme era que fosse muito luminoso, brilhante e colorido para que assim pudesse ser leve e alegre, para ajudar na narrativa dessa comédia.

Há estudos que indicam que uma imagem brilhante, colorida e pouco dramática pelos contrastes ajudam a tornar o ambiente favorável a comédia. Isso não indica que é a única solução visual para montar esse ambiente da comédia. O exagero e descontrole do tratamento de imagem para esse lado pode causar uma atenção desnecessária e prejudicar a forma de contar essa história. Sendo que temos aqui no Brasil uma visão de produtores errada nesse sentido. Achem que o exagero é bom, o que é errado. O resultado técnico e estético foi muito bom.

4. Pode nos contar como foi o tratamento do filme? Em que equipamento foi realizado, qual a tendência cromática seguida?

Esse foi um filme em que o primeiro desafio era encontrar o equilíbrio e balance certos das imagens pelos diferentes tipos de câmera. Por outro lado, tínhamos que fazer com que esse ambiente fosse brilhante, colorido e alegre. Tínhamos situações em que foram difíceis quanto a iluminação e, conseqüentemente, tivemos que adaptar a correção de cor para alegrar e dar sentido a essas sequências.

Fiz a correção de cor no equipamento da Quantel que se chama Pablo. É um software específico para correção de cor de alto nível. A projeção era feita numa sala com projetor Barco, numa tela de cinema. O resultado técnico e estético foi muito bom.

5. Eu tive uma sensação do filme ser bem naturalista, com tons de pele bem naturalistas, mas ao longo do filme me pareceu que alguns elementos do cenário tiveram um excesso de saturação, correto?

Sim, tem sim a pendência da cor de pele, não poderia ser de forma alguma exagerada para não chamar atenção e ser um destaque. A ideia era transformar os personagens em pessoas normais e à medida que a narrativa avançava, a ideia era se tornar mais exuberante para fazer

com que a vida dos personagens na narrativa fosse dando a ideia de enriquecimento trazendo todos os tons exuberantes exagerados como era a características dos personagens.

6. Como a cor de "Até que a Sorte nos Separe" ajudou na narrativa?

Como disse antes, os personagens saindo de uma vida normal até um enriquecimento enorme e depois tem uma reviravolta e ficam pobres e a partir daí toda a narrativa e dramaturgia acontece. Com esse primeiro argumento a correção de cor e saturação deveriam acompanhar esse caminho e conseqüentemente, e inconscientemente, trazer essa forma de riqueza e mudança de vida pelos contrastes e saturação de cor.

7. Houve alguma ingerência por parte do diretor ou produtor na correção de cor?

Houve sim. O melhor processo de tratamento de imagem é quando toda informação dos objetivos e daquilo que se espera do filme é passado pelos produtores, pelo diretor e, obviamente, o fotógrafo, que estão há muitos meses trabalhando no filme.

Conseqüentemente o trabalho do colorista está em filtrar e em identificar esses objetivos e transformar estes conceitos e trabalhos exaustivos e com suas limitações de uma forma que ajude a narrativa do filme.

8. O que leva uma comédia ser mais "colorida" que a outra? O estilo?

Pela minha visão existem alguns fatores que fazem com que uma comédia tenha essa característica de ser mais colorida do que a outra.

Em primeiro lugar é a falta de condições de produção para poder fazer uma fotografia adequada para aquela imagem e se usar os processos de pós-produção e correção de cor para complementar.

O segundo motivo pelo qual eu acho é uma visão exagerada dos produtores que preferem errar para mais e ter um filme aceitável ao grande público por ser colorido e luminoso do que ter um filme harmonioso com a estética e a narrativa que se quer contar.

O terceiro é que existe uma falta de estudo e preparação para que se consiga resultados estéticos e fotográficos mais adequados a cada história.

Temos um excelente nível de profissionais de fotografia cinematográfica e com conhecimento enorme em estética, mas temos uma dificuldade gigante de produção e aceitação de novos

caminhos. A opção é sempre não sair do convencional, com medo de se arriscar e ter um prejuízo visual de um público que supostamente está acostumado a essa estética e forma de contar a história.

Entrevista com Paulo Saias

Produtor de finalização do filme *Qualquer Gato Vira-Lata*.

Juiz de Fora, 19/01/2018

Entrevista realizada por e-mail

1. *Qualquer Gato Vira-Lata* foge um pouco das comédias da Globo Filmes, por ser mais naturalista e menos colorida. Por que isso?

Talvez grande parte dessa percepção venha do fato do filme ter sido captado em 16mm. Ele não tem um *look* limpo e nítido como das novelas e trás os elementos cinematográficos que você esperaria de um filme captado em película.

2. Como o digital ajudou no tratamento da cor?

Sem a possibilidade de manipular o negativo digitalmente talvez nem tivéssemos escolhido captar em película. O processo acabou combinando o melhor dos dois mundos, o grão e fotografia orgânica do negativo com um cuidadoso ajuste dos níveis de cor e brilho entre cortes e ajustes individuais das peles e tons gerais das cenas.

3. Como foi a participação do trio produtor, diretor e fotografo durante o *color grading*? Podemos falar que foi um filme de diretor ou de produtor?

No cinema Nacional, o Pedro Rovai é um dos poucos produtores com autoridade total sobre o filme, ele que manda mas ao mesmo tempo, deixa o diretor seguir sua proposta criativa e está sempre aberto a ouvir ideias diferentes.

Mesmo sendo um dos produtores mais prolíficos do cinema nacional, o fato do Pedro ter sido também Diretor deu a ele uma profunda compreensão de como tirar o melhor de um diretor sem estourar o orçamento ou ir contra a expectativa dos grandes estúdios e distribuidoras e ele faz isso muito bem. Sabe liderar sem tolher a liberdade criativa diretor.

APÊNDICE II

360 VR - Óculos para realidade virtual em 360 graus.

Áudio guia: Áudio off-line gerado pela produtora realizadora do filme apenas como guia para conformação.

Back projection: Sistema de projeção de uma imagem por trás de uma tela para resultar num plano em combinação com outra imagem sobreposta.

Balance – Balanceamento dos canais de cor da imagem.

Bitola - Largura da janela da película. Em película, temos:

8 mm - Bitola de película cuja largura é de 8 mm

Super 8 - Bitola de película cuja largura é de 8 mm. Bitola de película usada apenas para filmagem e não para exibição, pois utiliza-se de uma área maior da largura, sem a banda de som, aumentando a razão do formato e assim aproveitando mais a sensibilidade total da película.

16 mm - Bitola de película cuja largura é de 16 mm.

Super 16 mm – Bitola de película usada apenas para filmagem e não para exibição, pois utiliza-se de uma área maior da largura, sem a banda de som, aumentando a razão do formato e assim aproveitando mais a sensibilidade total da película.

35mm - Bitola de película cuja largura é de 35 mm. Foi a primeira bitola do cinema e o suporte mais comum para captação e exibição de longas-metragens.

Bit-rate – Quantidade de bits da imagem digital. Quanto maior a quantidade de bits, maior a quantidade cores.

Broadcast – Para transmissão em TV.

Daily on set (diária no set) – Trabalho realizado pelo colorista no set de filmagem. O profissional acompanha as gravações das cenas e, após a captação das imagens em câmeras digitais, faz as primeiras visualizações e testes necessários para a aprovação da fotografia do filme. Outros serviços são realizados no *on set* como armazenamento e o gerenciamento de

mídia, onde cada cena filmada recebe informações de data, duração e número de frames por segundo.

Data - Arquivos digitais.

Data manager - Profissional responsável pelos arquivos do filme dentro da pós-produtora.

DIT - *Digital Imaging Technician*. Técnico de Imagem Digital. É o responsável pelo gerenciamento, distribuição e backup das mídias de áudio e vídeo gravadas no set.

DPX - *Digital Picture Exchange*. Imagem digital intercambiável. Arquivo mais utilizado na pós-produção, na época da película.

Ectachrome - Filme produzido pela Kodak em 1940 e que foi descontinuado em 2012.

Espaço de cor - Organização das cores dentro de um sistema, como um dispositivo físico ou digital. Exemplos: RGB para TV; Adode RGB, usado em softwares de tratamento de imagem da Adobe e CMYK, para impressão.

EDL - *Edit decision list*. Um arquivo de texto com o timecode de cada cena usada na edição.

Fast - Diminuição da quantidade de frames por segundo da imagem, acelerando a cena.

Fill light – Luz que serve para atenuar sombras.

Foley - Reprodução de efeitos sonoros complementares de um filme, vídeo ou de outros meios audiovisuais na pós-produção para melhorar a qualidade do áudio ou mesmo criar sons antes inexistentes na filmagem.

Frame - É cada um dos quadros ou imagens fixas que compõem a imagem completa de um produto audiovisual.

HDR - *High Dynamic Range*. Alto alcance dinâmico. Ou Latitude. O alcance dinâmico é o espaço de trabalho entre o valor mais claro e mais escuro de uma imagem. Imagens HDR

possuem mais informações nas altas e baixas luzes e são bastante utilizadas na pós-produção digital.

HDTV - sigla em inglês de *High-Definition Television*, que em português quer dizer "Televisão de Alta Definição", cuja resolução é de 1920 linhas na horizontal e 1080 na vertical.

HLS – *Hue, Luminance e Saturation*. Matiz, luminância e saturação. Formas de separação de uma imagem através do Keyer.

Imagem flat - Imagem sem tratamento de cor.

Keyer- Seleção de imagem através de determinados parâmetros como matiz, saturação ou luminância

Kodachrome - Filme produzido pela Kodak em 1935 e que foi descontinuado em 2009

Key light - Luz principal de uma cena.

Latitude - Também chamado de alcance dinâmico, é o espaço de trabalho entre o valor mais claro e mais escuro de uma imagem.

Log - Imagem logarítmica. Quando o espaço de luminância da imagem é representado por uma curva, oferecendo mais informações nas altas e baixas luzes. A ideia de gravação em log surgiu com o sistema Cineon da Kodak para digitalização de filmes. O sistema digitaliza filmes em formatos log que correspondem à densidade do filme original. Isso maximizou a informação do filme que poderia ser armazenada no formato de arquivo digital. Como esta informação tem muitos tons de cinza - contraste muito baixo - precisa ser corrigido para uma visualização adequada em um monitor.

Sony, Canon e ARRI utilizaram a ideia da digitalização do filme Log e aplicaram-na aos seus sensores. Eles mapeiam uma curva de gama "Log" que extrai a maioria das informações de seus sensores. A Sony chama seu mapa S-Log, o Canon é o Canonlog e o ARRI é o LogC. Cada um é projetado para uma câmera específica, mas todos têm um resultado semelhante.

Lin - Imagem linear. Quando o espaço de luminância da imagem é representado por uma reta, oferecendo valores constantes de altas, médias e baixas luzes.

LTO - *Linear tape open*. É uma tecnologia de armazenamento de dados em fita magnética e que pode armazenar atualmente até 6 terabytes de dados.

LUT - *Look up table*. Tabela de conversão de uma imagem log em linear.

OTT - Aparelho que possibilita navegar na internet e acessar canais de streaming

Matte-painting: Representação pintada ou em 3D de um cenário ou localização. Permite aos produtores e diretores de filmes criarem uma ilusão de um ambiente que seria difícil ou impossível construir ou visitar.

Metadata - Informações contidas dentro do próprio arquivo, como resolução, data, número de câmera, e que podem ser visualizadas dentro dos *softwares*.

Off-line - Filme em baixa resolução ou resolução menor que a do produto final, gerado pela produtora ou montador do filme e usado para checagem e comparação com o filme em alta resolução.

One light show - A mesma marcação de cor aplicada em todo filme, geralmente mais brilho e saturação, com o objetivo de facilitar a montagem do filme.

P3 - Formato imagem construída em *ascii*, com o valor numérico de cada pixel variando de zero ao máximo valor dado pelo *header*. No caso do P3 é 1024.

Proof - Teste de projeção, geralmente com 5 minutos de duração com cenas variadas do filme.

Proxy - Imagens em baixa resolução usadas em edição, tratamento de cor e efeitos para não sobrecarregar os *softwares*. No momento de gerar o filme final, trocam-se os proxies por imagens *full resolution*.

Range - Tecnicamente, é a razão entre o valor mais claro e o mais escuro de uma imagem ou o quanto você pode trabalhar na imagem sem ultrapassar os valores certos.

REC 709 - Espaço de cor para HDTV, geralmente formado por 8 bits linear de imagem.

Resolução – Número de linhas horizontais por número de linhas verticais. Em cinema temos:

2K full: 2048x1556

2K: 2048x1248

4K: 4096x3072

Para DCI existem variações:

Resolução 2K – 1.85 = 1998 x 1080

Resolução 2K – 2.30 = 2048 x 858

Resolução 2K – 1.89 = 2048 x 1080

Resolução 4K – 1.85 = 3996 x 2160

Resolução 4K – 2.39 = 4096 x 1716

Resolução 4K – 1.89 = 4096 x 2160

Slow-motion - Aumento da quantidade de frames por segundo da imagem, desacelerando a cena.

Taf: *Telecine alignment film*. Rolo de filme de curta duração usado para gravar cores de referência.

Unix - Sistema operacional muito usado na computação gráfica

VOD – Vídeo sob demanda.

XML - *Extensible Markup Language*. Linguagem de marcação para criação e leitura de documentos.

APÊNDICE III

Se Eu Fosse Você 2.

Ano de Produção: 2009.

Direção: Daniel Filho.

Diretor de Fotografia: Nonato Estrela.

Coprodução: Globo Filmes, Lereby Produções, Total Entertainment, Fox Film do Brasil.

Distribuição: Fox Film do Brasil.

Elenco: Gloria Pires, (Helena), Tony Ramos (Cláudio), Isabelle Drummond (Bia), Cassio Gabus Mendes (Nelsinho), Maria Gladys (Cida), Maria Luisa Mendonça (Denise), Chico Anysio (Olavo), Marcos Paulo (João Paulo), Bernardo Mendes (Olavinho).

Até que a Sorte nos Separe

Ano de Produção: 2012

Direção: Roberto Santucci

Diretor de Fotografia: Juarez Pavelak

Coprodução: Globo Filmes, Gulanne Entretenimento

Distribuição: Paris Filmes, Downtown Filmes

Elenco: Leandro Hassum (Faustino “Tino”), Danielle Winits (Jane), Kiko Mascarenhas (Amauri), Rita Elmôr (Laura), Aílton Graça (Adelson), Julia Dalavia (Teté), Henry Fiuka (Juninho), Maurício Sherman (Tio Olavinho).

Qualquer Gato Vira-Lata

Ano de Produção: 2010

Direção: Tomas Portella

Diretor de Fotografia: André Modugno

Coprodução: Globo Filmes, Filmland, Tietê Produções

Distribuição: Walt Disney

Elenco: Cleo Pires (Tati), Dudu Azevedo (Marcelo), Malvino Salvador (Conrado), Alamo Facó (Magrão), Rita Guedes (Angela).