

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES**  
**GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**BRUNO LEVY BARBOSA DE CERQUEIRA**

**Programa Cadeira Marcada – Os Processos de Produção, Edição e Publicação**

**MACEIÓ**

**2021**

**BRUNO LEVY BARBOSA DE CERQUEIRA**

**Programa Cadeira Marcada – Os Processos de Produção, Edição e Publicação**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Alagoas, como parte das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

**Orientador: Prof. Ms. Waldson de Souza Costa**

**MACEIÓ**

**2021**

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

C416p Cerqueira, Bruno Levy Barbosa de.  
Programa Cadeira Marcada : os processos de produção, edição e publicação /  
Bruno Levy Barbosa de Cerqueira. – 2021.  
37 f. : il.

Orientador: Waldson de Souza Costa.  
Relatório (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade  
Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.  
Maceió, 2021.

Bibliografia: f. 31.  
Anexos: f. 32-37.

1. Cinema. 2. Séries. 3. Filmes. 4. Jornalismo. 5. Youtube (Recurso  
eletrônico). 6. Multimeios. 7. Entretenimento. I. Título.

CDU: 070:791.43

## **DEDICATÓRIA**

Aos meus pais, Eliege Alves e Genival Lino, que acreditam em meu potencial e aos meus amigos Neto Coelho e Victor Cardoso, pela disponibilidade de uso de seus canais.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus pela oportunidade de estar bem e capaz de concluir meu trabalho. Aos meus pais, Eliege Alves e Genival Lino, pelo apoio prestado ao longo destes anos. Aos meus amigos, Neto Coelho e Victor Cardoso, pela disponibilização de seus canais na mídia para publicações dos meus produtos.

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso é um relatório analítico de como é pautado, gravado, editado e publicado o Cadeira Marcada, produto experimental de minha criação que envolve a elaboração de um programa audiovisual informativo e opinativo, para internet, que tem como foco principal o cinema e tudo aquilo que o cerca.

O relatório também visa distribuir conhecimento a pessoas que pretendem ler o conteúdo na biblioteca acadêmica, bem como servir de ponto de partida e inspiração para aqueles que desejam seguir o caminho do audiovisual informacional e do entretenimento.

**Palavras-chave:** cinema, séries, filmes, jornalismo, youtube, audiovisual, entretenimento.

## **ABSTRACT**

This course conclusion work is an analytical report on how the Cadeira Marcada, experimental product of my creation, is based, recorded, edited and published, which involves the development of an informative and opinionated audiovisual program for the internet, which has as its main focus cinema and everything that surrounds it.

The report also aims to distribute knowledge to individuals who intend to read the content in the academic library, as well as serving as a starting point and inspiration for those who wish to follow the path of informational audiovisual and entertainment.

**Keywords:** cinema, series, films, journalism, youtube, audio-visual, entertainment.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 - Geral .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 - Específico.....</b>	<b>12</b>
<b>3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>13</b>
<b>3.1 – O que é o programa Cadeira Marcada?.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2 – A parceria como instrumento de criação .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3 – O consumo como oportunidade.....</b>	<b>15</b>
<b>3.3 – A internet, cultura pop e os <i>streamings</i>.....</b>	<b>18</b>
<b>3.4 – Comunicar sobre cinema em mídia alternativa.....</b>	<b>19</b>
<b>4. PROCEDIMENTOS TÉCNICOS-METODOLÓGICOS .....</b>	<b>21</b>
<b>4.1 – Processo de edição .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2 – Roteirizando o tema.....</b>	<b>23</b>
<b>4.3 – Debate .....</b>	<b>24</b>
<b>4.4 – Disponibilizando os vídeos para os seguidores.....</b>	<b>25</b>
<b>5. PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO PRODUTO EXPERIMENTAL .....</b>	<b>26</b>
<b>5.1 – Identidade Visual.....</b>	<b>26</b>
<b>5.4 – Equipamentos.....</b>	<b>28</b>
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>29</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>31</b>
<b>8. ANEXO.....</b>	<b>32</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Para uma criança nascida do interior, o cinema abre as portas para o mundo desconhecido. Por meio das antigas televisões de tubo, muito comum nos anos 1990, os programas das tardes de todos os dias ou nas noites de segunda-feira trazia muito mais que apenas um passatempo, mas, sim, a possibilidade de viver novas experiências e conhecimentos.

Mesmo que não se pudesse escolher o que assistir, a surpresa do que vai passar numa “Sessão da Tarde” do dia seguinte era inigualável. O questionamento ficava em aberto: “será que é um bom filme?”. Afinal, a internet ainda era de nicho. Celulares não tinham a capacidade tecnológica capaz de mostrar o mundo na palma da mão. É assim que via em histórias contadas na TV um escape da realidade e o sonho de viver estes mundos. A forma como vejo o cinema vai além do entretenimento. É a capacidade de observar novas culturas, diferentes tipos de pensamento, inovação tecnológica, boas histórias, de rir, de se assustar, de se comover, de se emocionar.

O cinema hollywoodiano foi o meu principal fio condutor para a criação do programa *Cadeira Marcada*. O nome, por si só, já remete a uma sala de cinema, onde para assistir o cinéfilo deve escolher o número e a letra da cadeira, se confortar com a pipoca e o refrigerante e viver uma nova jornada na sala escura. Mas, não é que tenha preconceito com as demais formas de artes no mundo. Pelo contrário. O cinema coreano cada vez mais toma espaço no coração dos fãs mundo à fora, da mesma forma que o cinema brasileiro tem seus diamantes guardados. A forma de fazer longas-metragens depende muito da cultura de onde se vive. E isso é mágico.

Para mim, o cinema rompe todas as barreiras possíveis do teatro e dos livros, pois ele é completo por ser composto de tudo aqui que precisamos para um bom conto de história: tem imagem, som, grandes cenários, uma equipe de produção gigantescas e muito talento. Quem nunca assistiu a um filme de Anthony Hopkins e se emocionou? Ou talvez chorou com a cena do navio afundando em *Titanic*? E que tal, para os amantes do gênero de ficção-científica, sonhou em se conectar dentro de um computador com a *Matrix*?

Com o passar do tempo, o cinema deixou de ser exclusivo de uma sala escura e passou a conviver constantemente ao nosso redor. O advento das plataformas *streamings* quebrou todas as tradições possíveis já imaginadas. Enquanto que nos anos 90 e início dos anos 2000 nos deslocávamos para alugar um filme numa locadora, atualmente basta uma assinatura mensal,

uma TV com tecnologia *smart* e um controle para escolher o filme que pretende assistir diante de catálogos que possuem centenas ou milhares de longas-metragens ao seu dispor.

O resultado? Um *boom* no consumo aliada à quebra de recordes de produções de conteúdos cinematográficos. Muitos ainda chegaram a duvidar da “morte” do cinema diante deste quadro, mas o que se pode perceber também são os recordes de bilheterias que grandes franquias dos chamados *blockbusters*<sup>1</sup> continuam a alcançar.

Tal pensamento me fez refletir sobre a criação de um programa, em um canal no *Youtube*, capaz de alcançar grupos e nichos que gostem de ouvir sobre cinema de maneira mais informativa e intuitiva. Sabe-se que há diversas formas de se informar sobre o assunto, inclusive com milhares de outros canais na plataforma de vídeos, porém o *Cadeira Marcada* busca o espaço que ainda há no mundo. É fazer crítica de um filme para que o telespectador saiba o que vem pela frente. É noticiar algo importante que esteja acontecendo neste meio. É empolgar àqueles que estão no aguardo de um longa há muito tempo e que ainda não esteja sabendo de muitas informações.

Após o aprendizado adquirido nos anos de faculdade, é sabido que se deve pô-lo em prática de maneira responsável, a fim de que a informação chegue ao público com coerência, conhecimento e padronização, mas também não esquecendo a nova linguagem da internet. Tudo isso vem junto de aprendizados extracurriculares, utilizando programas de edição sofisticados, conhecimento técnico e experiência de quem já consumiu milhares de conteúdos cinematográficos.

Para jornalistas que vivem em Alagoas, ainda é possível sentir uma certa resistência desse público. Apesar do cinema já ter se expandido para o interior e com o advento dos *streamings*, a maior concentração de público deste tipo ainda se encontra na capital. Enquanto não se vê espaço desse tipo de mídia exibidos com frequência em rede aberta, torna-se indiscutível trazer o conteúdo em nível alternativo.

A internet tem sido o principal aliado em aproximar o cinéfilo do cinéfilo. Não só no *Youtube*, como também em plataformas de redes sociais como *Instagram*, *Facebook* e fóruns como o *Reddit*, por exemplo. Isso facilita bastante buscar públicos de outras cidades, estados e até mesmo de outros países. O mercado, desta forma, acaba se abrindo para novos horizontes. O melhor de tudo é compreender que informação sobre o assunto, talvez, nunca fique escasso.

---

<sup>1</sup> “São filmes considerados grandes sucessos que se desmembraram em tantos outros produtos que já não podem mais ser vistos apenas como um filme, mas sim verdadeiros negócios independentes que continuam gerando receitas por vários anos após o lançamento do filme que lhes deu origem. Batman, Homem-Aranha e Parque dos Dinossauros estão nesta categoria”. (SANTOS, 2010, p. 304).

O humano é viciado em contar histórias. Contamos histórias desde os desenhos em cavernas da pré-história, então porquê pararíamos agora? A incrível capacidade de contar novas histórias, quase que todos os dias, é o que move um jornalista cinéfilo a noticiar sobre os assuntos.

Portanto, neste relatório apresento o passo a passo da criação de das pautas que trabalho na formulação/produção do Cadeira Marcada sobre qual tema vou trabalhar em determinado vídeo. Explico o porquê da escolha dos temas e conteúdos, qual foi a motivação e os resultados que me levou a escolhê-lo. É imprescindível a clareza sobre a escolha do tema para que não pareça ter sido escolhido a esmo.

Também mostrarei a construção do programa desde a ideia inicial até a publicação, passando pela criação das artes, do conceito do programa, das nuances que envolvem a produção e características importantes de como ele funciona.

Em seguida falo sobre os recursos tecnológicos que estão ao meu dispor para a criação total do conteúdo e da escolha do meu público-alvo a partir da mensuração de audiência que pude constatar após pesquisa e conhecimento prévio da área. Por fim, este relatório visa, da forma mais clara possível, trazer uma análise de um produto que é novo, mas que já possui sua própria assinatura diante de milhares que são tão parecidas.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 - Geral:**

Estabelecer um produto de comunicação visual denominado Cadeira Marcada que tem a finalidade de informar, opinar e discutir acerca de conteúdos cinematográficos e de plataformas *streaming*, a fim de abranger o público cinéfilo com conhecimento técnico e responsável de acordo com a linguagem adaptada para a internet.

### **2.2 – Específico:**

Praticar o jornalismo a partir de exercícios de produção, edição e análise de circulação sobre cinema com conhecimento técnico e responsável de conteúdos que são disponibilizados, aliada a estudos teóricos que envolvam a linguagem cinematográfica como edição, fotografia, enredo, roteiro, produção e entre outros para uma melhor compreensão de quem acompanha o canal.

### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A televisão sempre teve seu espaço para a exibição de grandes filmes seja pelos canais abertos ou fechados. O apelo ao público era notório. Se reunir nas tardes e noites da semana com a família para assistir determinado longa era muito comum nos anos 90 e 2000. Porém, sentia-se falta de algo que já era muito comum em programas norte-americanos: falar de e sobre cinema.

No Brasil, a prática era praticamente extinta. Era necessário ler jornais ou se informar por outros meios sobre a próxima estreia do cinema, as críticas e as informações do que se tratava determinados filmes. O advento da internet abriu esse leque de possibilidades. No início, por meio de fóruns, as pessoas começaram a ter suas próprias visões das obras, saindo da visão muitas vezes limitadas de críticos reconhecidos do meio.

Convenhamos, assim como a arte de pintura, como a música, como obras literárias e afins, o cinema também é uma arte subjetiva e, essa subjetividade, portanto, foi capaz de torná-lo ainda mais interessante.

Segundo Fernandes (2005) numa produção artística como o cinema, o mundo exterior está ausente e o espectador se encontra num estado de quase torpor, entregue à regressão e o abandono, com a atenção totalmente concentrada na tela, num completo envolvimento emocional. Qualquer ruído, ou visão fora da tela, remete ao espectador à existência de uma realidade externa que o desperta para a presença do cotidiano, comprometendo o estado psicológico necessário para a perfeita adesão ao mundo do filme. O espectador na verdade não assiste ao filme, ele o vivencia de uma maneira próxima do sonho de forma intensa. (DUARTE E CARIESSO, 2019)

O programa *Cadeira Marcada* nasce dessa necessidade de imprimir mais conhecimentos acerca de uma escassez histórica de informações do assunto. O consumo de conteúdo cinematográfico e de TV nunca esteve em patamares tão altos. O maior exemplo de fenômeno que tivemos, por exemplo, foi a exibição da série *Game of Thrones*, pelo canal *HBO*. O hit foi capaz de reunir pessoas desconhecidas em bares, ou na casa de amigos e familiares, para acompanhar os episódios exibidos aos domingos pela noite.

O estrondoso sucesso da série se deu pela junção de duas atividades: por ser uma obra literária já bastante conhecida e por ser adaptada para a televisão com milhões de dólares gastos nas produções. Para se ter ideia, na última temporada (foram oito no total, sendo exibidas em intervalos anuais e de dois anos) foram gastos cerca de 90 milhões de dólares, segundo a revista

norte-americana *Variety*, especializada no assunto. Se juntarmos os oito anos em que a série foi exibida, soma-se 650 milhões de dólares.

### **3.1 – O que é o programa Cadeira Marcada?**

A história de criação do nome *Cadeira Marcada* é interessante. Após acertar a parceria com os amigos, nasceu a necessidade de criação do nome de um programa, já que o canal *Nerds e Nerdices*, o qual eram proprietários, não poderia ter o nome mudado. Desta forma, pensei na melhor opção que tinha em mente do qual se trata do nome atual.

Pensando nisso, deixei para que o meu possível público em minhas redes sociais pudesse opinar se o nome lhe atrairia. O resultado foi positivo e mantive a ideia de seguir em frente com *Cadeira Marcada*. Mas, porque este nome?

De forma geral, quando um cinéfilo pretende assistir a algum filme no cinema, ele precisa escolher qual a numeração e letra da cadeira pretende sentar. Por ser de fácil compreensão para o público-alvo e por ser um nome bem simples e de fácil lembrança, acabou ficando como escolhido.

O programa segue o gênero de entretenimento sem deixar de lado a informação. A plataforma que utilizo na disponibilização dos episódios é o *Youtube* e, segundo dados da própria empresa, a categoria mais acessada é justamente a de entretenimento<sup>2</sup>. Um dos motivos disso, ainda segundo a plataforma, é de que a maioria do público que consome os vídeos estão entre 18 e 49 anos.

### **3.2 – A parceria como instrumento de criação**

Há uma necessidade básica de quem faz jornalismo em querer sempre informar, seja qual tema for. Da minha parte, quando consigo repassar a informação de forma autêntica e clara, acredito que haja uma gigantesca liberação de dopamina no cérebro do jornalista, sinto um perfeito estado de alegria pelo trabalho bem feito.

Por outro lado, a tarefa de conquistar seguidores nas redes sociais, sejam elas quais forem, é uma tarefa árdua. Depois de diversas tentativas de criar conteúdo audiovisual sobre cinema sem êxito, conheci dois amigos que me recolocaram na trajetória de criação de

---

<sup>2</sup> Disponível em: [YouTube Select: Make the best of YouTube yours - YouTube Advertising](#). Acesso em: 04/12/2021.

conteúdo. Ambos gerenciam um perfil no *Instagram* relacionado à cultura pop com mais de seis mil seguidores e um canal no *Youtube* que, na época, possuía cem inscritos, porém as redes não possuíam movimentação.

Sendo assim, por meio de uma parceria, me comprometi a movimentar as redes em troca de acesso total. Ter esse meio caminho andado já ajudou bastante. Apesar das poucas visualizações no início, o canal cresceu mais de 150% em números de inscritos em poucas semanas, o que representa um avanço muito importante.

A experiência da graduação e a minha curiosidade natural me ajudaram bastante quanto às produções de conteúdo. O processo de criação, edição e publicação do *Cadeira Marcada* demanda um bom tempo de trabalho. O que é feito em cada episódio é pensado na padronização e, ao mesmo tempo, em novas formas de agregação que possam chamar ainda mais a atenção de quem vê.

As dificuldades técnicas ainda existem, o que acaba atrapalhando um pouco a condução dos trabalhos. Por não possuir estúdio, as gravações são no meu quarto com a utilização de tripé, celular particular, o computador e o microfone, aliado, ainda, a não remuneração. Apesar disso, a busca pela excelência de um bom conteúdo é sempre colocada em primeiro plano.

Tanto o conteúdo produzido por mim, quanto ao conteúdo em que ele vai consumir após assistir ao vídeo tem como objetivo fazer com que o espectador possa se aprofundar cada vez mais em cinema e televisão. Como forma de ampliar este conhecimento, inclusive, há também o envolvimento do debate sobre determinado tema.

### **3.3 – O consumo como oportunidade**

Normalmente, produções para serem exibidas na televisão costumavam serem bem mais baratas que as produções de filmes. Entretanto, o que se vê é uma mudança de panorama aliada ao consumidor cada vez mais exigente e consumista dessas produções. O resultado não poderia ter sido outro: premiações, retorno rápido desse dinheiro gasto, vendas de consumíveis e não consumíveis e um público “assustadoramente” gigante.

Com o advento da pandemia da Covid-19 no mundo, as salas de cinemas foram fechadas para que o avanço da doença não acontecesse. Desta forma, as grandes empresas da indústria cinematográfica precisavam mudar a estratégia ao produzir filmes diretamente para o *streaming* foi só a ponta de um iceberg de algo que cresce cada vez mais e mais. O advento das famosas plataformas como a *Netflix*, *HBO Max*, *Prime Video*, *Disney+*, *Star+*, *Hulu*,

*Paramount+*, *Apple TV* e outros basicamente multiplica esse consumo. São milhares de produções anuais sendo realizadas e exibidas para o público. Muitas delas ao mesmo tempo, sendo até mesmo praticamente incapaz de um único indivíduo se informar sobre todas as coisas. Logo, torna-se necessário que este consumidor faça uma curadoria e filtre aquilo que é mais interessante para ele assistir.

Em um paralelo distante, a crítica e a informação são soldados que buscam enviar mensagens a quem está do outro lado. Neste caso em específico, a responsabilidade de analisar, criticar e levar a informação é bem maior, pois trata-se de examinar e avaliar minuciosamente uma produção artística subjetiva. Trazer certas opiniões à luz sujeita ao indivíduo a julgamentos e réplicas até muitas vezes desconfortáveis. Diante disto, é fato que comentar sobre cinema é bastante complexo, visto que uma opinião pode se tornar algo maior do que se imagina.

De acordo com Regina Gomes (2005), a crítica tem a função de persuadir o leitor para validar seu pensamento sobre tal obra que é analisada. Para isto, acaba se utilizando da retórica.

Afora as questões morais, levantadas desde há muito tempo por Sócrates e Platão em relação aos sofistas, sobretudo no que diz respeito ao aspecto da manipulação, o interesse pela persuasão tem aqui um traço específico quando o debate é transferido para o exame da retórica daquilo a que denominamos de crítica cinematográfica. Parece-nos claro que a crítica de cinema possui uma função retórica. Como gênero discursivo jornalístico, a crítica comum de cinema veiculada em jornais, semanários e revistas, dispõe de estratégias argumentativas a fim de validar suas premissas e conseguir o apoio dos leitores. (GOMES, 2005)

O *Youtube* trouxe àqueles que desejam ser ouvidos uma comunidade gigantesca. De acordo com a Revista *Veja* em reportagem publicada no dia 5 de novembro de 2020, O Google, detentor da plataforma, informou que 105 milhões de brasileiros acessam mensalmente o site, ou seja, aproximadamente a metade da população. A revista fez uma pesquisa com consumidores da plataforma e concluiu que com a pandemia da Covid-19, 91% dos entrevistados afirmaram ter aumentado o consumo de vídeos e mais da metade afirmou que pretende passar ainda mais tempo na frente da tela.

Ainda segunda reportagem, a pesquisa também revelou que o consumo destes vídeos serve para relaxar e para se entreter. É inegável o tamanho da importância que a plataforma tem na vida não só de brasileiros, como do mundo inteiro. Mais ainda, de como há público para diversas vertentes e canais de todos os gostos.

A importância do *Youtube* na vida de jornalistas que queiram ser independentes é incontestável. A plataforma, dentro de suas diretrizes, permite a qualquer pessoa publicar sobre qualquer coisa, o que abre, por assim dizer, a oportunidade para novas vozes serem ouvidas. Para Burgess e Green (2009), o site por ser agregador e não um produtor de vídeos, facilita a busca por novas audiências e novos públicos de forma democrática, livre e gratuita.

O YouTube na realidade não está no negócio de vídeo – seu negócio é, mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos on-line: os usuários (alguns deles parceiros de conteúdo premium) fornecem o conteúdo que, por sua vez, atrai novos participantes e novas audiências. Portanto, o YouTube está, até certo ponto, na posição de *reach business*, como é descrito esse tipo de serviço nos modelos tradicionais do mercado de mídia; atendendo um grande volume de visitantes e uma gama de diferentes audiências, ele oferece aos seus participantes um meio de conseguir uma ampla exposição. (BURGESS e GREEN, 2009)

O *Cadeira Marcada*, então, trabalha com este tipo de pensamento. O programa visa contribuir para a informação de um certo nicho, mas que nos dias atuais representa uma grande parte do público consumidor, vide os sucessos de bilheteria e público nos cinemas e de grande repercussão nas redes sociais. Este nicho é conhecido no meio como consumidores da “cultura pop” ou cultura popular.

Aproximar consumo e cultura pop é um movimento “natural”, pois vivemos num momento que não sabemos diferenciar produtos, imagens e discursos produzidos pela humanidade da humanidade produzida pelas imagens, produtos e discursos. Como Yin e Yang, o consumo é o pop e o pop é consumo. (CAMARGO et.al, 2020)

Tais consumidores se diferem daqueles perfis mais rebuscados de cinema apenas como arte. Neste caso, o entretenimento de consumir uma produção, seja ela numa sala de cinema ou em casa, é mais importante. Se tal série ou filme é capaz de atingir o espectador de forma positiva de acordo com o gênero que ele quis assistir naquele momento, já é suficiente. O embate de ideias onde o cinema deve ser usado para abrir discussões e provocar revoluções na mente de quem assiste ou o cinema como forma de entreter, servindo então como uma fuga da realidade, é bastante comum.

Sendo assim, esse filtro que o *Cadeira Marcada* trabalha tem como objetivo informar, fazer análises e discutir sobre os grandes *booms* do momento. É de atrair a grande massa e

chamar a atenção daquilo que está sendo informado de forma categórica, sucinta e com uma linguagem mais jovial, sem depender das formalidades que a televisão impõe, mas, sim, daquilo que a plataforma do *Youtube* permite.

Para produzir este trabalho da forma mais competente possível, busquei referências na própria plataforma. Consumidor assíduo deste tipo de conteúdo, as inspirações nasceram com grandes nomes ligados à esta modalidade como o canal *Omelete* e *Jovem Nerd*. Outros nomes importantíssimos são de Érico Borgo e Thiago Romariz. Ambos contemplam fundamentações teóricas e se comunicam de forma inteligível e convincente. Procurei também buscar conhecimentos mais teóricos de assuntos imprescindíveis para quem quer falar sobre cinema.

Entender de fotografia, direção, edição, roteiro, atuações, gestos, cores e entre muitas variáveis trouxe um alargamento do conhecimento. Acredito que para quem deseja informar sobre qualquer tipo de informação, e principalmente alguém da área jornalística, o interlocutor deve possuir total autoridade sobre o assunto, ou ele será descreditado pelo público. Não basta apenas a experiência de anos e anos de consumo, a fundamentação teórica deve ser sempre companheira de quem deseja informar, fazer análises ou nesse caso específico, julgar sobre uma obra.

### **3.4 – A internet, cultura pop e os *streamings***

É inegável que estas três vertentes (internet, cultura pop e *streamings*) cresceram conjuntamente ao longo dos últimos anos. No início, a música dominava este aspecto pela facilidade de compartilhamento e de audição. O audiovisual ainda tinha seus problemas relacionados à tecnologia, pois limitava-se às locadoras e lojas que vendessem o produto. O panorama começa a mudar quando a *Netflix* se tornou a primeira empresa gigante neste aspecto. O que no começo se tratava de uma locadora online, ela passa a ser algo revolucionário: uma plataforma de *streaming*.

Tal plataforma, assim como outras que surgiram depois, surge para facilitar a vida dos usuários. Com uma pequena taxa que é paga mensalmente, o cinéfilo pode assistir diversos tipos de conteúdos sem precisar sair de casa, bastando apenas o acesso à internet e um aparelho *smartphone*, por exemplo.

O streaming oferece acesso a uma nova geração de consumidores que são heavy-user de tecnologias em tablets e celulares e não estão mais tão voltados a televisão, até mesmo para escapar de comerciais longos que duram minutos entre seus

programas favoritos, diferente do online que, no máximo, passa propagandas rápidas de 5 a 10 segundos. (LOGAN, 2011)

A facilidade que a empresa trouxe para seus usuários vai muito além do tradicionalismo. A plataforma agrega catálogos de diversas produções cinematográficas e de televisão num único espaço, sendo subdivididas em gêneros e subgêneros de acordo com o gosto do espectador, com diversas linguagens, legendas e tudo mais totalmente online, automatizado e algoritmizado. O cinéfilo precisa apenas pagar uma determinada quantia em dinheiro e pronto. Sem sair de casa, o usuário tem acesso a milhares de conteúdos na palma da mão. É algo simplesmente espetacular e nunca visto.

Tal facilidade emprega, portanto, um aumento exacerbado no consumo. Logo, mais assinantes carecem de mais conteúdos continuamente. Após esta revolução, temos dezenas de serviços do mesmo tipo como mencionado antes neste relatório. Isto acaba fazendo parte de algo comum e constante no “desenvolvimento da sociedade, da cultura de massa, e o consumo cada vez mais presente no cotidiano (...) sendo necessário entender a importância da cultura pop” (ALVES, p. 298, 2020).

Fundamental também é analisar sua capacidade de persuadir o público-alvo e sua atuação através do uso de estratégias, como a criatividade, a narrativa e a subjetividade. (ALVES, 2020)

### **3.5 – Comunicar sobre cinema em mídia alternativa**

Diante da escassez inegável da massa de informações sobre cinema na televisão brasileira, a internet se tornou essencial para a divulgação ininterrupta destas produções hollywoodianas. Se procurar no *Youtube* canais que falem sobre cinema, serão encontrados milhares de canais ligados ao tema. Esta mídia alternativa audiovisual facilita a compreensão de quem consome tais informações. A liberdade de produzir algo da forma que deseja é muito mais interessante e adequado. Talvez, essa escassez de informações sobre cinema na TV tenha sido a principal força motora para o crescimento de grandes críticos e oportunistas, no bom sentido, da mídia alternativa.

Sendo assim, é importante salientar que todas essas congruências até aqui apresentadas foram essenciais para a criação de um canal informativo e analítico de algo que faz parte da sociedade há mais de um século. O cinema é o fruto do imaginário de um sonhador e falar sobre as obras de cada sonhador que participa da criação de uma obra é uma honra. Tal pensamento

se tornou intrínseca à filosofia do meu produto como também ao prazer de atuar na área em que pretendi me graduar.

Barbero (1997) acreditava que meios de comunicação de massa como o cinema influenciam na formação da uniformidade.

A paixão que essas massas sentiram pelo cinema teve sua ancoragem mais profunda na secreta irrigação de identidade que se processava (...) sem fazer julgamentos, o público se apropriava das peripécias dos personagens que eram dotados de um tipo de realidade que transcendia a ideia de representação” (BARBERO, 1997).

#### 4. PROCEDIMENTOS TÉCNICOS-METODOLÓGICOS

Para gravar vídeos e disponibilizá-los ao público não basta somente ligar a câmera e falar o que der na telha. É fato que há pessoas que trabalham desta maneira e se saem muito bem. Porém, um bom planejamento, aliado a um estudo prévio e pesquisa, falar em frente à câmera deixa o apresentador do conteúdo bem mais tranquilo e consciente daquilo que tá falando, o que dá autoridade de fala de determinado assunto.

O programa *Cadeira Marcada* é feito em diversas etapas até que ele seja divulgado no canal. Durante a gravação, a pauta é o santo graal do jornalista. Sem ela, mais da metade do trabalho é perdido e o material acaba se perdendo. A pauta então torna-se o pontapé inicial deste planejamento.

Para Henn (1996), a pauta surge como “importante objeto de pesquisa, capaz de revelar nuances complexas que permeiam a feitura da notícia e a própria sedimentação da linguagem jornalística”.

A atenção total ao que está acontecendo no “mundo cinematográfico” é essencial. As informações que mais possuem apelo ao público são levadas em consideração. Um *trailer* de um filme bastante aguardado, informações acerca de um enredo de alguma produção, premiações, anúncios e entre outros são alguns dos exemplos.

A partir do momento em que uma notícia é escolhida, a pesquisa sobre aquele tema começa. É importante buscar diversas fontes para prever a veracidade das informações como também trazer curiosidades para complementação. Essa pauta servirá para estudo prévio antes de passar para a próxima etapa.

Esta próxima etapa consiste na criação do roteiro para apresentação do programa. Os principais pontos do tema são registrados em tópicos, de forma sucinta e clara, servindo como espécie de cola. Tenho preferência pela improvisação durante a transição dos tópicos com uma linguagem mais informal, condizente com o que o programa se propõe e do que é comum no site de agregamento. A introdução já é decorada. Acaba soando como um bordão do programa. Esta também se soma a um pequeno resumo do assunto que abordarei durante o episódio.

Com o roteiro pronto, partimos para a gravação. Por não possuir um estúdio próprio de gravação, utilizo um pequeno espaço do meu quarto onde organizei uns quadros, uns pequenos livros, bonecos e *action figures*, todos ligados à cultura pop, mais especificamente do gênero super-heróis, combinando com o que o programa *Cadeira Marcada* propõe. Sinto que quem

assiste se sinta acolhido com o espaço. Com um tripé e o celular, começo a gravar utilizando a câmera do meu celular *Xiaomi Redmi Note 8*, no formato 1920x1080 pixels, *full hd* e 60fps.

Separadamente, o microfone OEM SF-920/RC617 Omnidirecional fica conectado diretamente ao meu computador pessoal e com o *software Audacity* faço a gravação da minha voz com melhor qualidade do que seria se diretamente ao meu *smartphone*.

#### **4.1 – Processo de edição**

Este capítulo do processo de edição do material bruto merece uma atenção especial. A atenção, a curiosidade e a evolução são itens fundamentais na hora de editar. Os mínimos detalhes fazem total diferença.

Em primeiro lugar, um tipo de edição que gosto de utilizar é o de corte de respiro. Ele consiste em cortes de cenas onde ocorrem as breves pausas para respirar. Desta forma, mantenho o fluxo de discurso constante. Esta abordagem partiu ao observar métodos que são utilizados em canais da plataforma do *Youtube* de grande sucesso como do *Cauê Moura* (mais de 5 milhões de inscritos), do *Games EduUu* (10 milhões de inscritos) e do *Jovem Nerd* (mais de 2 milhões de inscritos). O resultado é um bom ganho de tempo, vídeos mais curtos, menos pressão para improvisar e consigo prender a atenção do espectador. Não há um limite exato de tempo de cada vídeo. Vai muito do tema que será abordado e do tempo que possa requerer, porém, percebe-se um perfil comum de vídeos na casa dos oito aos quinze minutos, outros acabam extrapolando ou sendo ainda menores.

Com o material bruto em mãos, partimos para a edição na prática. Para isto, separo todos os arquivos de vídeo e áudio em uma pasta específica e as importo para o *Adobe Premiere Pro CC 2019*. Para muitos, esta é a melhor ferramenta de edição de vídeos ao lado do *Sony Vegas*. Este último cheguei a utilizar, mas o *Premiere* se mostrou mais intuitivo de utilizar. Todo o processo de edição buscar a evolução de um vídeo para o outro, portanto, opto por reutilizar processos de edições anteriores e ir adicionando novas ferramentas, novos designs, *memes* e o que achar que pode melhorar ainda mais para o entretenimento dos vídeos.

Um ponto muito importante de salientar diz respeito a utilização de imagens de terceiros. Muitos apresentadores de conteúdo cinematográficos preferem não utilizar quase nada em imagens ou vídeos relacionados aos assuntos que abordam. No meu caso, um vídeo sem exibir nada visual daquilo que estou falando não terá a informação completa para quem assiste, principalmente para as pessoas que consomem esporadicamente cinema. Falar o nome

de um ator, de um filme pouco conhecido, analisar um trailer, fazer uma crítica, tudo isso precisa estar acompanhado de alguma mídia visual.

Por ser conteúdo de direitos autorais, as empresas de cinema e a plataforma permitem a utilização de imagens dos seus produtos. Quando falamos de vídeos, a maioria delas permitem a utilização e outras sob condições como: desmonetização do vídeo, propaganda da empresa no vídeo ou mesmo a exclusão do conteúdo dentro do vídeo. Como o autor do vídeo não possui contato direto com as empresas, a plataforma faz esse trabalho e cabe a quem disponibilizou o material manter ou fazer as devidas alterações.

Nos vídeos do *Cadeira Marcada* não podem faltar algumas características que aparecem como assinatura do programa: a introdução com um resumo do assunto, a logo, informações sobre quem está apresentando, as redes sociais do canal e do apresentador ou apresentadores, música de fundo e a conclusão do vídeo novamente com a logo do programa.

Grande parte deste aprendizado advém do aprendizado enquanto graduando da Ufal. A universidade teve papel fundamental tanto no aspecto teórico quanta prático. Cada episódio específico do programa tem toda sua materialidade única e específica de algum assunto quente ou frio.

#### **4.2 – Roteirizando o tema**

Para a produção de conteúdo, é preciso antes de tudo estar antenado no que está acontecendo. É importante salientar conhecer também o público ao qual você pretende divulgar seu conteúdo. Como disse anteriormente, os vídeos do *Cadeira Marcada* agregam o público que consome a cultura pop, ou seja, uma boa parcela de cinéfilos que amam os famosos “*blockbusters*”, ou “quebradores de bilheterias”.

Obviamente se chega a essa conclusão, pois os grandes filmes conseguem obter um público muito elevado se comparado a filmes mais artísticos e poéticos. Tal definição pode presumir que os longas de grande apelo ao público são “menos artísticos”, o que é falso, mas, claramente, por ter uma linguagem mais simples e um visual mais elaborado e relacionado à fantasia, estes mesmos longas atingem a maior parcela de pessoas no cinema. Sendo assim, escolher este nicho de público acabou agradando aos meus olhares.

Para tratar de um tema específico, busco em sites de grande apelo ao público as informações que mais chamam atenção. A melhor forma de fazer isso, é se atentar às redes sociais destes sites de notícias. É por lá que busco compreender o que está chamando mais

atenção do público no momento, qual notícia possui mais curtidas e mais comentários, qual possui mais compartilhamentos e *retweets*, do que se trata e se o assunto em específico ainda está em dia.

Após a escolha do tema, o procedimento de pauta e roteirização fica mais fácil. A partir deste momento, busco em outros sites especializados o mesmo assunto para me atentar às informações, pois muitas vezes o que há no conteúdo de um, existe em outro portal. A pesquisa também continua por outro caminho sobre curiosidades. Por exemplo, no vídeo “MAIS INFORMAÇÕES SOBRE A HBO MAX - com Bruno Levy”, o qual se tornou o mais visto do canal, a nova plataforma de *streaming* estava próxima de ser lançada no Brasil. Um dia antes da publicação, diversas informações relacionadas ao tema pipocaram na internet.

Obviamente busquei em diversos sites o máximo de informações que pude: preços, assinatura, catálogo que estará disponível, funções, os dispositivos em que o aplicativo funcionaria, quantos perfis poderiam ter, quantas pessoas poderiam assistir ao mesmo tempo e entre outras. A partir desta pesquisa, se faz necessário filtrar as informações e, em seguida, roteirizar para apresentação audiovisual.

Toda essa preparação visa uma melhor comunicação de conteúdo para que o espectador saiba se vale à pena ou não ter aquele produto em sua residência. O objetivo do jornalista, neste sentido, busca deixar o consumidor atento sobre o que virá, mantendo a expectativa mais realista possível por meio da verdade.

### **4.3 - Debate**

Em alguns vídeos do programa, por exemplo, um dos companheiros de gerenciamento participa para expressar suas opiniões. Desta forma, abre-se um debate de ideias entre os participantes, fugindo do espectro das entrevistas, ainda que esta seja uma das ideias que se planeja para o produto. O debate sobre cinema é, basicamente, um dos principais pontos jornalísticos.

Por serem subjetivas, as produções de longas permitem que a discussão entre os amantes da sétima arte sejam válidas assim como é na política, no futebol e na religião. Claro, sempre de forma sadia e democrática, respeitando os interesses particulares de cada membro participante. Além disso, o debate abre também uma discussão mais alongada e mais leve, sem a preocupação de um roteiro pronto e pré-elaborado, a não ser da criação de um roteiro de tópicos para balizar os rumos das discussões.

#### **4.4 – Disponibilizando os episódios para os seguidores**

Concluída a edição partimos para outra etapa primordial na hora de disponibilizar o episódio pronto para os inscritos do canal e possíveis alvos para agregar: a publicação. Aqui, é muito importante se atentar em disponibilizar o máximo de informações no *Youtube* para que o algoritmo da plataforma ajude ao vídeo a alcançar o máximo de pessoas possíveis que estejam interessadas ou pesquisando sobre o assunto.

Um título chamativo, uma descrição sucinta e clara, a utilização de palavras-chave, o tipo de conteúdo que está sendo publicado e a qualidade do vídeo são essenciais para que o engajamento dos episódios alcance cada vez mais números maiores. Além disso, é importante manter a regularidade de publicações. Assim, o algoritmo da plataforma entende que há uma certa padronização do canal e mais gente consegue acompanhar. Este é um dos erros que ainda cometo com o *Cadeira Marcada*, pois para fazer a pauta, roteirizar, gravar, editar e publicar demanda um tempo extraordinário, o que também depende da duração do vídeo e do tema que estou abordando. Ou seja, acaba sendo bastante difícil.

## **5. PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO PRODUTO EXPERIMENTAL**

O produto, como todo processo de experimentação, nasceu, cresceu e evoluiu constantemente. A partir de erros e acertos, os resultados começam a aparecer, seja por elogios, crescimentos em números na plataforma do Youtube ou na concepção particular.

Este produto, que ainda é experimental, permite que o melhor resultado seja conquistado com o passar do tempo. É importante entender que nada nasce perfeito e pronto para ser apresentado. Os próximos capítulos revelam os conceitos da identidade visual do *Cadeira Marcada*, como funciona o projeto de roteirização do tema e os equipamentos que são utilizados para a manutenção do produto experimental.

### **5.1 – Identidade visual**

A logomarca a qual foi pensada precisava dar total atenção ao nome do programa e ao tema que seria o ponto principal dos vídeos que é cinema. Sendo assim, as características que envolvem a logomarca remetem à objetos que lembrem uma sala de cinema. Logo, a cadeira de diretor, a pipoca e o refrigerante e a estatueta do Oscar, maior premiação da indústria cinematográfica, foram escolhidas.

Para que o programa se adequasse à contemporaneidade e ao nicho de cultura pop, o colorido também precisava ter destaque. As cores amarela, rosa e azul, por serem quentes, acabaram fazendo parte da logomarca. Além disso, trata-se de cores alegres, chamativas e que pode provocar a curiosidade no subconsciente de quem vê (FIGURA 1).

**FIGURA 1 – Logomarca do programa *Cadeira Marcada***



A ideia inicial envolvia escolher uma poltrona comum de cinema no lugar da cadeira de diretor no centro do círculo da logomarca, porém a escolha da cadeira de diretor veio à frente por ser mais fácil de lembrar sobre o tema central em questão. A poltrona comum fugia do contexto por provocar certa confusão em quem observa.

Também se fez necessário adicionar na logomarca a lembrança de que o programa faz parte de algo maior. Portanto, a adição do “*powered by*” significa que o programa é a submarca do canal principal Nerds e Nerdices, a qual o logo é a metade de um rosto de um jovem de óculos.

Para aproveitar o máximo de espaço possível, dentro da tarja amarela foi colocado o nome do programa em fonte Futura BT Bold Italic e com as cores azuis e rosa, juntamente com pipoca e refrigerante que são basicamente os alimentos mais consumidos dentro das salas de cinema.

Também foi importante adicionar uma nova arte para cada episódio que foi adicionado ao canal. Neste caso, a imagem é cortada ao meio em forma diagonal, com a metade da imagem que representa o tema que será tratado, mais uma imagem diagonal em cor azul com uma tira de filme quase transparente e um breve texto que altera de cor dependendo do assunto para trazer mais informações (FIGURA 2).

**FIGURA 2 – Artes do *Cadeira Marcada* para vídeos disponibilizados**



## 5.2 - Equipamentos

Até a produção deste presente relatório, o equipamento que disponho para o meu produto ainda é bem amador, pelo menos na questão na hora de gravar, conforme a lista:

*Smartphone Xiaomi Redmi Note 8*; microfone OEM SF-920/RC617 Omnidirecional; braço mecânico para o microfone; tripé adaptado para smartphone; *headset Sades Locust Plus*; *Webcam Imilab Xiaomi Full Hd 1080p*; computador com caixas de som; impressora; miscelâneas.

Conjuntamente, na edição utilizo os programas *Audacity*, para gravação da voz em melhor qualidade e já pré-pronta em formato WAV, e o *Adobe Premiere Pro CC 2019*, considerado um dos melhores, senão o melhor, *software* de edição da atualidade.

Outros materiais que utilizo são tripé para smartphones, braço mecânico para microfone e um *Light Ring* para melhorar a iluminação do ambiente.

## 6. CONCLUSÃO

É inegável que produzir um produto experimental sozinho é desafiador. Pautar, produzir, gravar, editar e disponibilizar nas redes requer tempo, dedicação e prazer pelo trabalho. Enquanto estávamos em casa durante a pandemia buscando se proteger dos males do novo Coronavírus, a oportunidade de criar um produto jornalístico informativo e opinativo reflete a necessidade de novos caminhos, já que o futuro ainda é difícil de enxergar, visto os desandares de nossos representantes, principalmente por parte do Governo Federal.

Porém, com a criação deste relatório de conclusão de curso, consegui abrir os olhos para entender o quanto a academia me ajudou neste processo transitório. Os conhecimentos adquiridos na Universidade Federal de Alagoas me trouxeram a possibilidade e autoestima suficiente para “tocar o barco”. Foi com a universidade que pude compreender a necessidade de abrir novos horizontes, de criar novos pensamentos e consumir sabedoria para poder pautar, roteirizar, criar logomarcas, gravar e editar.

O programa *Cadeira Marcada* é fruto da Ufal e de seus profissionais. É como uma espécie de *Robin* quando sou o *Batman*, pois posso contar com todo o amparo de conhecimentos adquiridos durante todos estes anos para colocar a cara na internet e poder opinar com profissionalismo, ética, respeito, responsabilidade e dever da verdade.

No começo, é perceptível uma certa falta de cuidado e carinho com o produto. Claro que com o passar dos vídeos há mudanças profundas na forma de apresentar, além de mudanças também nos formatos episódicos. Busquei me atentar àquilo que mais chama a atenção do público, o que me resultou retornos importantíssimos para o crescimento do canal. Apesar disso, ainda é um empecilho a questão financeira, já que o produto ainda não tem nenhum retorno, e o tempo, visto pelas responsabilidades de trabalho.

Tudo isso somado acaba atrapalhando na regularidade, como também na produção diária de novos episódios do programa. Um erro grave por se tratar de algo essencial para a manutenção e crescimento de produtos, principalmente do meio audiovisual. A rotina de horários melhora tanto a organização do trabalho quanto na regularidade de visitas dos espectadores.

Apesar de todas as dificuldades que são impostas, o canal demonstra um crescimento interessante desde o início das publicações de vídeos. Entre 17 de abril de 2021 (data em que subi meu primeiro vídeo) até o dia 23 de outubro de 2021, o canal teve um aumento de 137

seguidores (hoje tem 243), 4,5 mil visualizações, um alcance de 52,4 mil impressões e 170,5 horas de exibição.

Ainda que o programa esteja no início e o público ainda esteja nichado, o prazer de falar para aqueles que se interessam é regozijante. A *cultura pop* é ininterrupta e um poço de diversidades. É por isso que o produto o qual foi tema central deste relatório só tende a crescer e ser um importante instrumento de entretenimento naquilo que se propõe. Acredito que o cinema pode mudar a percepção das pessoas sobre o mundo e isso é o que me motiva.

A ideia é ainda de adquirir produtos de melhor qualidade, uma câmera fotográfica capaz de gravar na melhor qualidade possível, equipamentos de áudio para melhorar a qualidade e o controle da voz, mais postes de iluminação e a melhoria do computador central para os trabalhos de gravação, edição e disponibilização.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- SANTOS, Márcio Carneiro dos. **O trailer, o filme e a serialidade no modelo dos blockbusters do cinema hollywoodiano contemporâneo**. São Paulo: Revista Geminis, nº 1, Jul./Dez. 2010, p.299-316.
- CANGUÇU, Cristiano Figueira. **A Criação Narrativa e Plástica de Matrix**. Livros Grátis, 2008. Disponível em: <https://www.livrosgratis.com.br/ler-livro-online-73446/um-mundo-dos-sonhos-gerado-por-computador--a-construcao-audiovisual-de-matrix>. Acesso em: 01/10/2021.
- DUARTE, Indianandra T; CARLESSO, Janaína P. P. **Psicanálise, Cinema e Subjetividade: como a Sétima Arte interfere na Construção e Reconstrução da Subjetividade**. Redalyc, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560662195023>. Acesso em: 04/10/2021.
- GOMES, Regina. **A Retórica da Crítica de Cinema: O Atual Cinema Brasileiro Visto pela Crítica Portuguesa**. UCSAL, 2005. Disponível em: [Microsoft Word - C-224.doc \(ucsal.br\)](#). Acesso em: 04/12/2021.
- CAMARGO, Hertz Wendel de et al. **Consumo e Cultura Pop**. Syntagma, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560662195023>. Acesso em: 04/10/2021.
- LOGAN, Kelty. 2011. **Streaming Video versus Traditional TV**. Journal of Advertising Research. University of Colorado-Boulder, 2011.
- BARBERO, Jesus Martin. **Continuidade e rupturas na era dos meios. In: Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 1997, p. 203 – 221
- HENN, Ronaldo César. **A pauta e a notícia: uma abordagem semiótica**. E. ULBRA, 1996. Disponível em: [Pauta E Notícia - Google Livros](#). Acesso em: 02/12/2021.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. USP.br, 2009. Disponível em: [01-Iniciais.indd \(usp.br\)](#). Acesso em: 05/10/2021.
- CAPOBIANCO, Marcela. **A cada mês, 105 milhões de brasileiros navegam pelo YouTube**. Veja Rio, Rio de Janeiro, 5 de novembro de 2020. Cidade. Disponível em: <https://veja.rio.abril.com.br/cidade/105-milhoes-brasileiros-mes-youtube/>. Acesso em: 12/10/2021.

## 8. ANEXO

### **PAUTA: OSCAR 2021**

Data: 17/04/2021

Tema: Novo canal e as apostas do Oscar 2021

Histórico/Sinopse:

A 9ª cerimônia do Oscar ocorrerá na noite do dia 25 de abril, desta vez sem plateia devido à pandemia do coronavírus. A Netflix domina o número de indicações com 35 no total. A edição mais uma vez não terá apresentador único. Harrison Ford, Brad Pitt, Reese Witherspoon e Zendaya são alguns dos nomes que compõem o elenco.

Enfoque/Encaminhamento:

A partir das análises sobre os filmes que estão concorrendo ao Oscar, fazer um vídeo sobre quem está mais a frente e explicar quais motivos me levou a acreditar nisso ao mesmo tempo em buscar outras análises, críticas e reviews na internet sobre o mesmo assunto.

Fontes:

Sites especializados em cinema como o Omelete, Jovem Nerd e Adoro Cinema.

Cnais no youtube que sejam especializados em cinema: Thiago Romariz, Omelete, Huuro e Meus 2 Centavos.

# ROTEIRO

## CADEIRA MARCADA #001

Tema: NOVO CANAL E AS APOSTAS DO OSCAR 2021! – Com Bruno Levy

Palavras-chave: estreia; cinema; oscar

Data: 17/04/2021 – 18h

### 1. Introdução:

Fala, rapazeada! Sejam todos bem-vindos ao canal Cadeira Marcada: a sua nova opção de entretenimento sobre cinema, séries, críticas, novidades, enfim, tudo isso em parceria com o Nerds e Nerdices tanto no Instagram quanto no Youtube.

Eu sou Bruno Levy, e não esquece de seguir a gente nas redes sociais!

### 2. Informações do Oscar 2021:

A 9ª cerimônia do Oscar ocorrerá na noite do dia 25 de abril, desta vez sem plateia devido à pandemia do coronavírus. A Netflix domina o número de indicações com 35 no total. A edição mais uma vez não terá apresentador único. Harrison Ford, Brad Pitt, Reese Witherspoon e Zendaya são alguns dos nomes que compõem o elenco.

Uma mudança de regra ocorreu de forma temporária por causa da pandemia: filmes que estrearam em drive-ins e longas disponibilizados diretamente em formato digital também puderam concorrer.

Já outras duas serão permanentes: As categorias de mixagem de som e de edição de som serão reunidas em uma, reduzindo o número de categorias para 23. Também foi anunciado que todos os membros da Academia agora podem votar na pré-seleção das produções a serem indicadas na categoria de melhor filme internacional.

Outro detalhe importante para este Oscar é que ele será o mais diverso de todos os tempos.

### 3. Apostas do Oscar 2021:

Categorias:

Melhor animação:

Soul

Direção: Pete Docter (Divertidamente, Up, Wall-E, franquia Toy Story, Vida de Inseto e muitos outros) e Kemp Powers (dirigiu Uma Noite em Miami, que concorre ao oscar de melhor filme)

Elenco: Jamie Foxx, Tina Fey, Graham Norton

Destacar: estreia diretamente no Disney plus por conta dos adiamentos, qualidade do roteiro, animação, trilha sonora, genialidade da Pixar.

**Melhor roteiro original:**

## **Bela Vingança**

Direção: Emerald Fennell (dirigiu A Garota Dinamarquesa, que rendeu o oscar de melhor atriz para Alicia Vinkader em 2015)

Elenco: Carey Mulligan, Bo Burnham, Alison Brie

Destacar: fotografia, tema sobre assédio, excelente roteiro de Emerald, plot twist, venceu o Critics Choice Awards (termômetro do oscar), ótima atuação de Carrey Mulligan.

## **Melhor roteiro adaptado:**

### **Uma Noite em Miami**

Direção: estreia de Regina King, que foi atriz de Watchmen.

Elenco: Eli Goree, Kingsley Ben-Adir, Aldis Hodge

Destacar: atuações, diálogos, emoção, fortes palavras principalmente de Muhammad Ali e Malcom X, ficar de olho no canadense Eli Goree (26 anos), Nomadland favorito.

## **Melhor ator coadjuvante:**

### **Daniel Kaluuya - Judas e o Messias Negro**

Direção: Shaka King

Elenco: Daniel Kaluuya, Lakeith Stanfield, Jesse Plemons

Destacar atuação de Kaluuya, indicado a melhor ator Corra, participou de Pantera Negra, venceu o Critics Choice Awards, indicada ao Globo de Ouro

## **Melhor atriz coadjuvante:**

### **Maria Bakalova - Borat: Fita de Cinema Seguinte**

Direção: Jason Woliner

Elenco: Sacha Baron Cohen, Maria Bakalova, Tom Hanks

Destacar: surpresa Maria Bakalova atriz búlgara de 24 anos, atuação em Borat, crítica social, Glen Close no páreo em Era Uma Vez um Sonho.

## **Melhor ator:**

### **Anthony Hopkins - Meu Pai**

Direção: Florian Zeller

Elenco: Anthony Hopkins, Olivia Colman, Rufus Sewell

Destacar: minha aposta, Chadwick Boseman favorito. Atuação de Hopkins, excelente filme.

## **Melhor atriz:**

### **Frances McDormand – Nomadland**

## **Melhor direção:**

## **Chloé Zhao - Nomadland**

### **Melhor filme: Nomadland**

Dirigido pela talentosíssima Chloe Zhao, que concorreu ao Oscar em 2018 por *Domando o Destino* e que está dirigindo *Os Eternos* da Marvel, o filme *Mostra* a história de Fern, uma ex-professora de 60 anos que vivia em Nomadland, cidade da zona rural de Nevada, nos EUA, que, após colapso decide entrar em sua van e partir para a estrada, vivendo uma vida fora da sociedade convencional como uma nômade moderna.

Destacar naturalidade do filme, atuação de Fences, direção, fotografia excelente, embora algumas vezes repetitiva, curiosidade sobre alguns participantes de filmes que não eram atores, emocionante.

### **4. Agradecimentos:**

Então rapaziada, este foi nosso vídeo de estreia. Quero agradecer ao Nerds e Nerdices pela parceria. Vídeos todas as terças, ao meio dia, e quintas e sábados às 18h. Espero que tenham gostado do vídeo. Falaremos bem mais sobre Oscar então aguardem! Até uma próxima e valeu!

## ROTEIRO

### CADEIRA MARCADA #003

Tema: AS GRANDES ESTREIAS DE MAIO – com Bruno Levy

Palavras-chave: cinema; filmes; estreias

Data: 14/05/2021 – 12h

#### 1. As estreias do mês:

##### NETFLIX:

12 de maio – Oxigênio

Uma mulher acorda em uma unidade criogênica totalmente sem memória. A reserva de oxigênio começa a se esgotar, e ela precisa se lembrar de quem é para sobreviver.

Referência a enterrado vivo, com Ryan Reynolds. Filme claustrofóbico.

14 de maio – A Mulher na Janela

Confinada pela agorafobia, uma psicóloga fica obcecada com seus novos vizinhos e quer resolver um crime violento que testemunhou de sua janela. Estrelado por Amy Adams, Gary Oldman e Julianne Moore.

Referência a Paranoia, de 2007, com Shia Labeouf, que também é baseado no filme Janela Indiscreta, de Alfred Hitchcock.

21 de maio – Army of the Dead

Após uma invasão zumbi em Las Vegas, um grupo de mercenários se aventura pela zona de exclusão para realizar o maior assalto de todos os tempos. Criado e dirigido por Zack Snyder, o filme é estrelado por nomes como Dave Bautista, Ella Purnell, Ana de la Reguera e Matthias Schweighöfer.

Séries: Love, Death and Robots Volume 2, vencedora do Emmy, que já está disponível e Lúifer que terá sua quinta temporada no dia 28 de maio.

##### DISNEY+:

28 de maio – Cruella

Inteligente, criativa e determinada, Estella quer fazer um nome para si através de seus designs e acaba chamando a atenção da Baronesa Von Hellman. Entretanto, o relacionamento delas desencadeia um curso de eventos e revelações que fazem com que Estella abrace seu lado rebelde e se torne a Cruella, uma pessoa má, elegante e voltada para a vingança.

O filme estará disponível para assinantes do Disney+ com Premier Access por 69,90 e nos cinemas.

Série: Star Wars Bad Batch que já está disponível na plataforma.

### **HBO Max:**

27 de maio - Aqueles que me Desejam a Morte

Aqueles que me Desejam a Morte acompanha Connor, um menino de 12 anos que presencia o assassinato de seus pais. Ele, então, precisa escapar dos assassinos que começam a caçá-lo e encontra ajuda em Hannah Faber (Angelina Jolie), uma bombeira traumatizada pelo fracasso de sua última missão. Os dois vão precisar lutar muito para sobreviver.

### **CINEMAS:**

20 de maio – Espiral O Legado dos Jogos Mortais

Em Espiral, o detetive Ezekiel "Zeke" Banks (Chris Rock) se une ao seu parceiro novato Willem (Max Minghella) para desvendar uma série de assassinatos terríveis que estão acontecendo na cidade. Durante as investigações, Zeke acaba se envolvendo no mórbido jogo do assassino.

28 de maio - Um Lugar Silencioso Parte II (10 de junho no Brasil)

Em Um Lugar Silencioso - Parte 2, logo após os acontecimentos mortais do primeiro filme, a família Abbott precisa agora encarar o terror mundo afora, continuando a lutar para sobreviver em silêncio. Obrigados a se aventurar pelo desconhecido, eles rapidamente percebem que as criaturas que caçam pelo som não são as únicas ameaças que os observam pelo caminho de areia.

27 de maio – Infiltrado

Um misterioso homem conhecido apenas como H trabalha para uma empresa de transporte de dinheiro e é responsável por transferir milhões de dólares diariamente. Um dia, quando tentam assaltar seu caminhão, o homem consegue se livrar do assalto utilizando habilidades impressionantes. Seus companheiros passam a questionar de onde ele veio e suas motivações para estar ali.