

PERCEPÇÕES DA FOTOGRAFIA DO FILME 1917 POR ESTUDANTES DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ENVOLVIDOS NUM PROJETO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA EM AUDIOVISUAL DE BLUMENAU/SC

Pedro Tomazoni Rodrigues de Souza¹
Rafael José Bona²

Recebido em: 12 de dezembro de 2022
Aceito em: 09 de fevereiro de 2023

RESUMO: No presente trabalho analisa-se a percepção do filme *1917* (Sam Mendes), a partir da sua fotografia por estudantes de Publicidade e Propaganda envolvidos num projeto de extensão universitária em audiovisual (*Plug in*), no município de Blumenau/SC. A abordagem da pesquisa caracteriza-se como qualitativa e utiliza um roteiro de perguntas aplicado em um grupo de interlocução formado por acadêmicos bolsistas de extensão durante o segundo semestre de 2022. Os resultados revelam que os alunos têm a percepção de que o filme *1917* tem uma excelente fotografia, que toca o espectador, devido à forma como a produção dá bastante atenção na ambientação, nas cores e na configuração da criação de uma sequência contínua entre seus enquadramentos e planos. Além disso, o filme permite uma reflexão educativa para as práticas de extensão universitária em audiovisual.

Palavras-chave: Cinema. Extensão. Fotografia. Publicidade. Propaganda.

PERCEPTIONS OF THE CINEMATOGRAPHY OF THE FILM 1917 BY ADVERTISING STUDENTS INVOLVED IN A UNIVERSITY EXTENSION PROJECT IN AUDIOVISUAL IN BLUMENAU (BRAZIL)

ABSTRACT: In the present work, the perception of the film *1917* (Sam Mendes), is analyzed from its cinematography by Advertising students involved in a university extension project in audiovisual (*Plug in*), in the municipality of Blumenau, in south of Brazil. The research approach is characterized as qualitative and uses a script of questions applied in an interlocution group formed by extension scholars during the second half of 2022. The results reveal that students have the perception that the film *1917* has excellent cinematography, which touches the viewer, due to the way the production pays great attention to the setting, colors, and the way in which a continuous sequence is created between its frames and plans. In addition, the film allows an educational reflection on university extension practices in audiovisual.

Keywords: Cinema. Extension. Cinematography. Advertising.

¹ Graduado em Publicidade e Propaganda (Furb). Universidade Regional de Blumenau. ORCID: 0000-0002-6535-0066. E-mail: pedro-trs@hotmail.com

² Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP). Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/Furb) e dos cursos de graduação da Furb e da Univali. ORCID: 0000-0003-2116-2407. E-mail: bona.professor@gmail.com

INTRODUÇÃO

As narrativas cinematográficas são um processo de criação que obedece determinadas opções dos produtores audiovisuais. Podem ter estruturas simples ou complexas. Também podem existir histórias elaboradas de muita complexidade que são contadas de forma simples e contínua. Desde as primeiras décadas do audiovisual, a cor é um dos principais elementos da fotografia cinematográfica, portanto, esse elemento é muito utilizado dentro de um arranjo de mecanismos para contar uma história e comunicar com uma visão ampla a mensagem que uma obra pretende passar. No cinema, a presença e/ou ausência das cores são possibilidades de mecanismos para a narração de uma história.

A partir da perspectiva de que a cor é um mecanismo muito utilizado para contar as histórias no cinema, o presente estudo investiga a relação das diferentes características da fotografia e de que forma estudantes de Publicidade e Propaganda, que trabalham num projeto de extensão universitária em audiovisual, no município de Blumenau, localizado no Vale do Itajaí, em Santa Catarina, percebem a obra fílmica *1917*, que é uma obra britânica-estadunidense, de 2019, dos gêneros épico, de guerra e de suspense, dirigido, coescrito e coproduzido por Sam Mendes. A obra, escolhida como objeto, teve como diretor de fotografia Roger Deakins, vencedor do Oscar (*Academy Awards*) de melhor fotografia, em 2020, por esse filme.

Ao partir do exposto, surge a pergunta de pesquisa: em que medida podemos constatar como os espectadores observam a fotografia do filme *1917* e de que forma essa fotografia produz significados? Assim, surge o objetivo do trabalho que é o de analisar a percepção do filme *1917* a partir da sua fotografia por estudantes de Publicidade e Propaganda envolvidos num projeto de extensão universitária em audiovisual (o *Plug in*) no município de Blumenau. Os objetivos específicos são: analisar como os estudantes relacionam o filme *1917* com as atividades que realizam como bolsistas de um projeto audiovisual em publicidade; verificar a percepção desse público em relação aos enquadramentos e planos do filme *1917* e comparar a percepção no âmbito geral, fotografia e iluminação do filme.

REVISÃO DE LITERATURA

No cinema as cores se aliam à utilização da luz, com função expressiva e metafórica de apresentar maior realismo em cena, construir climas e atmosferas,

transmitir mensagens críticas e psicológicas. As cores possuem papel fundamental na construção de um filme, servem de complemento na explicação de fatos que não são explicitados pelos personagens por meio de ações e falas. O cinema pode ser entendido como um produto audiovisual pertencente à indústria do entretenimento e, como tal, exige o aprimoramento das ferramentas de marketing no mercado, como, por exemplo, uma ferramenta de publicidade que, por meio de campanhas publicitárias, informa o público sobre o lançamento de um filme e desperta o desejo de um produto audiovisual.

Os olhos e o cérebro têm a capacidade de se adaptar às cores vistas quando estão sujeitas a diferentes fontes de luz. A cor de um objeto iluminado com luz elétrica é parcialmente diferente da cor percebida quando o mesmo objeto é exposto à luz natural. Ao depender do tipo de luz que os atinge, a cor dos objetos pode ficar extremamente alterada (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006).

Ao se discutir sobre cor e luz, não se deve esquecer de dois fatores: aparência e reprodução de cor. Para reparar a sensação visual e psicológica das impressões de cores quentes, moderadas ou frias, outro objetivo é fazer com que a fonte de cor da pele contenha distribuição de energia suficiente em todo o espectro, para uma boa reprodução de cores. A matéria só pode ser adequada e colorida de maneira harmônica por conta da luz (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006). A escolha da cor geralmente é o resultado dos recursos de utilização. Se duas paredes estiverem cobertas pela mesma pintura, a parede que receber mais luz parecerá mais viva e a parede que recebe menos luz, mais sombria. Essa diferença no nível de iluminação levará a alterações na visualização espacial.

Ao aplicar as cores como elemento da composição da imagem audiovisual, essas cumprem o papel de construir, diferenciar e relacionar as formas, texturas e superfícies nas cenas, estruturar as relações de figura-fundo nos planos e se projetar visualmente da estrutura material para a imagem. Sob a influência da luz, as cores constroem ambientações, nas quais o cromatismo carrega em si as emoções, sonhos e afetos mostrados na tela. Seja ao ocupar pequenos espaços ou expandindo-se no quadro imagético, a cor é um elemento visual que potencialmente nos direciona por meio da visualidade de uma obra audiovisual, delineando narrativas, simbolismos e significados (BLOCK, 2010).

Ao utilizar a cor como um meio no audiovisual, existem “muitas maneiras de se controlar a cor: a paleta de cores, os filtros, a hora e a locação, a fotografia digital e

em filme, e o laboratório” (BLOCK, 2010, p. 169). Com o controle das cores já se monta um conjunto delas para uso da comunicação com base nos princípios da paleta. “A melhor maneira de se controlar a cor é limitar a paleta de cores em si. A paleta significa a cor real dos objetos (sets, cenários, figurinos) que estão na imagem” (BLOCK, 2010, p. 170). A paleta de cores é o esquema ou amostra de cores que será aplicada nos elementos materiais da cena e que estrutura o cromatismo dos planos fílmicos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para poder aprofundar o tema proposto e responder os objetivos, é adotada a utilização de uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa, a qual levanta as opiniões, atitudes e crenças de pessoas (GIL, 2007). Aplicou-se um roteiro de perguntas, assumindo assim, essa forma de levantamento para apresentar características comportamentais, bem como a percepção e tendências dos sujeitos do estudo. Consideramos como sujeitos, um grupo de sete estudantes bolsistas de Publicidade e Propaganda envolvidos em projetos de extensão universitária em audiovisual, da Universidade Regional de Blumenau (Furb), no município de Blumenau. Por todos se conhecerem e trabalharem juntos diariamente, consideramos como um grupo de interlocução (FERREIRA; *et al*, 2014).

O objeto de estudo, o qual os estudantes assistiram previamente conforme contato realizado duas semanas antes, foi o filme *1917*. Esse longa-metragem conta a história dos cabos Schofield e Blake, que são soldados britânicos durante a Primeira Guerra Mundial, em que ambos tem a missão de atravessar o território alemão e entregar uma mensagem que pode salvar muitas vidas.

Para o presente estudo é utilizado um roteiro de perguntas composto por 16 questões. Para aplicá-lo, inicialmente foi entrado em contato com os acadêmicos para agendar a data da realização do grupo de interlocução. No dia agendado, logo após todos assistirem ao filme com duração de uma hora e cinquenta e nove minutos, foi realizado um bate papo com os sete acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda, que são bolsistas envolvidos no projeto de extensão universitária, em audiovisual, *Plug in*, em execução desde o ano de 2001. Os bolsistas atuais, participantes da pesquisa, estão no projeto desde 2021. O referido projeto tem o objetivo de desenvolver conteúdo multimídia com a combinação de diferentes

elementos sobre o mercado da publicidade regional integrado à universidade.

A pesquisa foi realizada no laboratório de vídeo, no bloco R, no Campus 1, da universidade; teve duração de uma hora e cinco minutos, e ocorreu no dia 26 de setembro de 2022, período vespertino. O roteiro de perguntas é apresentado no quadro a seguir:

QUADRO 1 - ROTEIRO DE PERGUNTAS

1. Inicialmente eu gostaria de saber o que vocês acharam do filme? Gostaram ou não? Recomendariam para alguém?
2. De 0 a 10 qual nota vocês dariam ao filme num âmbito geral?
3. Agora em relação a fotografia, qual a nota?
4. Em relação a *mise-en-scène*³, o que mais gostaram e o que não?
5. Sobre produções audiovisuais, qual outro filme faria relação “por ser parecido” e por quê?
6. O que você relaciona desse filme com a tua atividade de bolsista de um projeto em publicidade audiovisual aqui na universidade?
7. Na sua opinião como futuro publicitário, você interpreta que esse filme é capaz de instigar/provocar mais interesse em qual tipo de público consumidor? Ex.: Pessoas que assistem no cinema ou em casa, idade, gênero...
8. O que você acredita que os produtores desse filme levaram em consideração no momento de criá-lo?
9. Agora sobre cores, qual a sua opinião em relação à aplicação delas na *mise-en-scène*? Acha que foi bem-feita essa utilização para a ambientação da narrativa? Por quê?
10. Você acha que, de acordo com a forma que as cores estão no filme, elas ajudam a entender o que se passa na cabeça do personagem principal e suas emoções?
11. Em relação aos “cortes invisíveis”, algumas pessoas conseguiram encontrar 34 deles no filme todo, você notou grande parte deles? Acha que perceber isso afetou sua interação visual e/ou sensorial com o filme?
12. Você acha o filme interessante por ser composto de um plano sequência⁴? E caso não fosse filmado dessa maneira você interpreta que ele perderia sua “essência”?
13. A iluminação é essencial para o vídeo, qual sua nota em relação à iluminação do filme?
14. Em relação aos enquadramentos e planos, você acha que o filme te surpreende visualmente?
15. Sobre a composição total do filme, você acha que todos os elementos de cena sempre estão em perfeita sintonia? Acha que tem algo demasiado ou faltando?
16. Você como futuro publicitário, de forma a ambientar o público e emergir as pessoas na narrativa, faria algo de diferente? O quê?

Fonte: Dados da pesquisa.

³ Termo utilizado no audiovisual que significa encenação. É a cenografia e a organização dos atores em cena numa produção. Se relaciona também à direção ou produção de um filme (MASCCELLI, 2010).

⁴ Um plano sequência é um plano que captura a ação ou sequência de uma cena inteira, sem cortes.

RESULTADOS

Optamos por questões éticas, não divulgar o nome dos bolsistas de extensão e denominá-los apenas como bolsista A, B, até bolsista G, ocultando assim, os nomes dos sete acadêmicos. Primeiramente, os respondentes informaram suas idades; dois têm 19 anos, outros dois têm 21 anos, e os restantes têm 18, 20 e 29. Como primeira pergunta foi questionado se os participantes gostaram ou não do filme *1917* e se recomendariam para alguém. As respostas foram diversas, mas a maioria disse ter gostado do filme como um todo, mas recomendariam para outras pessoas somente pelo fato de como o filme foi produzido, em plano sequência. Responderam também que acharam o filme muito bom em relação a imersão e criação de empatia com o personagem, outros relatam que gostaram de como o filme mostra a guerra e acompanha o personagem principal. O bolsista B relatou: “*É um filme de guerra, mas não sobre uma guerra, e sim sobre um soldado que está dentro de uma batalha*”. Por outro lado, a maioria concordou em não ter se agradado pela narrativa do filme, pois interpretam que existem outros filmes com enredo e narrativa melhor, por isso não recomendam esse filme nesse quesito da narrativa. Como exemplo, o bolsista A comentou: “*Filmes de guerra tem muita subjetividade, pra mim, o 1917 é muito simplista, pouco aprofundamento das histórias dos personagens, com pouco aprofundamento histórico, muito menos profundo que outros filmes como por exemplo O resgate do soldado Ryan (1998, Steven Spielberg)*”. Disseram também que o filme é diferente e ousado pela forma que foi filmado e pela excelência na execução da continuidade da fotografia.

A segunda pergunta pede para eles darem uma nota de 0 a 10 ao filme num âmbito geral, e esses responderam as notas com média de: 7,9. A terceira pergunta pede novamente para darem uma nota, mas em relação à fotografia do filme, com média de: 9,5.

Junto com isso os respondentes adicionaram suas notas com comentários à fotografia do filme, o bolsista C comentou: “*É tudo tão lindo que nem percebemos que é um plano sequência, às vezes está para acabar uma cena, que vem de um corredor ou uma longa caminhada, e a câmera passa por lugares que não entendo como fizeram a cena*”; outro comentário foi do bolsista D: “*Seria um filme que eu veria um documentário só de como foi feito esse filme, vendo como eles gravaram*”.

Como quarta pergunta foi questionado sobre a *mise-en-scène* do filme, do que gostaram e o que não os agradou. Os bolsistas tiveram respostas diferentes a esse

assunto, mas a maioria concordou um ao outro adicionando mais comentários sobre o assunto. Dos elementos mais gostados foram: a atenção aos detalhes; excelente iluminação; música cantada; excelente enquadramento, mesmo com movimento; excelente ambientação/cenário com ênfase nas trincheiras de cada nação; direção de figurantes e posicionamento em tela. Dois integrantes elogiaram o *mise-en-scène* das cenas que se passam na cidade destruída.

Sobre o que menos gostaram da *mise-en-scène* do filme, comentaram: os ratos que não pareciam reais; efeitos sonoros em cenas específicas; falta de representação visual nos tiros de projéteis; cenas que exageram no tempo demorando demais.

Na quinta pergunta, se discute sobre produções audiovisuais, comparando com outros filmes que os bolsistas fariam relação por serem parecidos e seus respectivos motivos. Dos sete, dois não conseguiram/não souberam fazer relação com outros filmes. Os outros cinco participantes tiveram respostas totalmente diferentes. O bolsista A respondeu que fez relação com o filme *O resgate do soldado Ryan*, pela história ser parecida e por ter essa aventura passando por diversos lugares na narrativa e do personagem ter uma missão como motivação devido a um irmão envolvido. O bolsista B respondeu o filme *Dunkirk* (2017, Christopher Nolan), pela fotografia e ambientação ser parecida. O bolsista C respondeu o filme *Rogue one: uma história Star Wars* (2016, Gareth Edwards), pela paleta de cores ser similar e um pouco da ambientação de ambos os filmes. O bolsista D respondeu o filme *Forrest Gump* (1994, Robert Zemeckis), pois o personagem principal corre e segue nessa batalha seguindo um caminho, passando por diversos acontecimentos. Já o bolsista E, comentou o filme *Cavalo de Guerra* (2011, Steven Spielberg), pois possui um cenário de guerra e ambientação parecida. Em suma, respostas bastantes divergentes.

Na sexta pergunta se questionou como que os integrantes do *Plug in* relacionam o filme com suas atividades de bolsista de extensão em audiovisual. Eles responderam que acham que é muito importante assistir a um filme desses, pois ensina muito sobre teoria, para poder realizar as aplicações dentro do projeto. Conforme o comentário do bolsista D:

“É uma coisa que a gente se bate muito para fazer como, por exemplo, um plano sequência que fizemos num vídeo, algo que foi absurdo, então ver um filme e por ele ter sido premiado (Oscar) nos dá motivação para querer fazer produções mais diferentes. Eu associo esse filme como uma inspiração em relação a produção”.

Também responderam que interpretam o filme como referência, inspiração e motivação para seus projetos. Outro comentário foi do bolsista F:

“O curso e o projeto de extensão nos ajudam a ver e analisar o filme de uma forma diferente, com outros olhos, e ele se torna uma referência e inspiração. O filme se torna uma referência de como se usa os aspectos em cena para trazer as emoções aos espectadores e ensina certas formas de prender a atenção do espectador”.

A sétima pergunta questionava a opinião dos bolsistas, como futuros publicitários, se eles interpretam que esse filme é capaz de instigar/provocar mais interesse em qual tipo de público consumidor. As respostas se mantiveram parecidas com o grupo todo comentando que o público consumidor para esse filme seria: curiosos e apreciadores de cinema; pessoas que gostam de filmes de guerra; pessoas que gostam do estilo da produção; sendo majoritariamente masculino com idades entre 16 e 45 anos.

A oitava pergunta teve o intuito de saber o que os bolsistas acreditavam que os produtores do filme levaram em consideração no momento de criar a obra *1917*. Eles responderam que houve bastante foco na imersão do espectador na narrativa e uma grande preocupação em retratar a ambientação histórica/de época e contexto histórico da narrativa, sendo elas muito pensadas na ambientação. Outro fator que foi comentado é que houve bastante atenção na subjetividade, em detalhes pequenos que nem sempre são vistos, mas estão lá para ambientar as cenas. Todos os bolsistas concordaram que o principal foco dos produtores foram as questões visuais do filme.

Ao partir para perguntas mais específicas relacionadas a fotografia do filme, a nona pergunta questiona em relação às cores, tentando entender qual a opinião sobre a aplicação delas na *mise-en-scène* e se acharam que foi bem-feita essa utilização das cores para a ambientação da narrativa e seu motivo. Foi unânime ao responderem que a aplicação das cores no filme foi muito bem realizada, por diversos motivos, conforme o bolsista B:

“A cor nesse filme é incrível, pois vendo a paleta de cores, elas são cores não muito vibrantes, tudo sem contraste/frias, até as cores mais quentes não são vibrantes, isso me remete a coisas ruins que eu interpreto que seja a intenção dos produtores na construção de cena”.

Já o bolsista C comentou: *“Temos a tendência a relacionar as cores tristes com cores frias, mas mesmo as cores quentes no filme, se preocupam em ser cores mais pesadas com energias negativas. Por isso gostei bastante com esse cuidado e uso das cores pastéis mais ‘sujas’”.* Outro comentário foi do bolsista A:

“Interpreto que as cores foram muito bem pensadas, com cores passando certos sentimentos, por exemplo, depois da bomba explodir, que o personagem está com o rosto todo branco e a cor da poeira, me passou um sentimento de aflição, parecia me dar a sensação de falta de ar. Outras cenas também quando o personagem toma a facada, se vê o pano todo branco no começo, ficando totalmente vermelho ao final da cena.”

E o bolsista D concordou e acrescentou ao dizer:

“Trabalham muito bem as questões das cores, mesmo tendo cores quentes que são normalmente usadas para retratar momentos felizes. No filme, o amarelo ou vermelho, são usados para retratar momentos tristes e ruins vividos na guerra. Também acho que usam muito bem as cores para retratar as coisas sujas e trazer esse incômodo ao espectador.”

Ao final de todas as respostas, o grupo finalizou comentando que as cores ajudam também a entender o personagem principal, como exemplo, o verde nos ambientes remetendo à esperança do personagem e comentando que as cores estão muito presentes na ambientação, com uso de cores que remetem ao peso da guerra.

A décima pergunta pretendia entender se as cores utilizadas no filme ajudam a entender o que se passa na cabeça do personagem principal e suas emoções. Os respondentes tiveram alguns grupos de respostas um pouco divergentes, com dois integrantes dizendo que as cores não vão muito pelo lado do que se passa na cabeça do personagem, mas sim, para a ambientação do filme. Outros três integrantes concordaram em dizer que em diversas cenas as cores ajudam, fazendo com que os espectadores tenham as mesmas emoções que o personagem. E os últimos dois disseram interpretar que as cores ajudam muito nas partes melancólicas, exemplificando que a cena toda azul é pesada e, em momentos de mais ação, a cena já é mais vermelha, com mais emoção e movimento.

A pergunta de número onze questionou sobre os “cortes invisíveis” no filme, se os bolsistas encontraram algum e, se ao perceber isso, afetou a sua interação visual e/ou sensorial com o filme. Eles responderam que não perceberam os cortes, e mesmo tendo esse olhar mais atento a como foi produzido, o aspecto não afetou de nenhuma forma negativa a imersão na história. Esses cortes são tão sutis que não fazem a diferença, não afetam a imersão dos espectadores, assim compreenderam os bolsistas.

A questão doze perguntou se acharam o filme interessante por ser composto de um plano sequência, e se caso não fosse filmado dessa maneira se eles interpretam que o filme perderia sua “essência”. As respostas foram unânimes ao concordarem que sim, o filme perderia sua essência se não fosse filmado em plano

sequência, pois seria muito monótono para assistir caso não mudasse nada no roteiro/narrativa. Também comentaram que o filme todo se constrói nessa técnica, com pouco foco na história dos personagens; e que pelo filme querer tratar da realidade, se vê a trajetória do personagem para chegar ao seu destino, ajudando nos sentimentos das cenas e, ao não filmar com essa técnica, o filme perderia a sua essência e imersão com o espectador. O bolsista C complementa dizendo: *“Nunca vi algo que combinasse tanto, pois mostra todo o caminho realizado pelo personagem, já que o plano sequência é um grande caminho que a câmera faz para mostrar a história”*.

A décima terceira pergunta era sobre a nota em relação à iluminação do filme. As respostas tiveram como nota média 9,7. A pergunta de número 14 questiona sobre os enquadramentos e planos do filme e se os bolsistas achavam que o filme os surpreendeu visualmente. Responderam essa pergunta unanimemente também ao comentarem que sim, por ser muito bonito; com cortes imperceptíveis; tendo quase sempre algo de importante enquadrado; sem a câmera ficar perdida para mostrar algo irrelevante para contar a história; com tudo muito bem construído para ambientar e ajudar na imersão do espectador.

Como décima quinta questão, foi perguntado sobre a composição total do filme, se os bolsistas acham que todos os elementos de cena sempre estão em perfeita sintonia e se acham que tem algo demasiado ou faltando nas cenas. Os bolsistas responderam que os aspectos sempre estão em perfeita sintonia, pois mesmo contendo algo diferente em cena, é feito de propósito para chamar a atenção a essa especificidade. Também disseram que o filme evidencia os pequenos detalhes, com tudo sempre em sintonia. Todos concordaram que não havia nada faltando ou demasiado para as cenas.

A última pergunta para os estudantes, foi sobre a forma de ambientar o público na narrativa, se eles mudariam algo e por que, de acordo com sua visão de um futuro publicitário. Responderam que não mudariam devido ao filme ter o diferencial do plano sequência. Entenderam que se interpreta que o filme é muito bem-produzido, e não mudariam nada para ambientar melhor o público nesse quesito. Mas, caso não tivesse o aspecto de plano sequência, todos concordaram que seriam feitas muitas coisas para melhorar o filme, como por exemplo sua narrativa. Para finalizar o roteiro de perguntas o bolsista C respondeu: *“Na minha opinião, mudaria poucas cenas, o filme é diferente por ser um plano sequência, mas às vezes fica maçante, e essas partes*

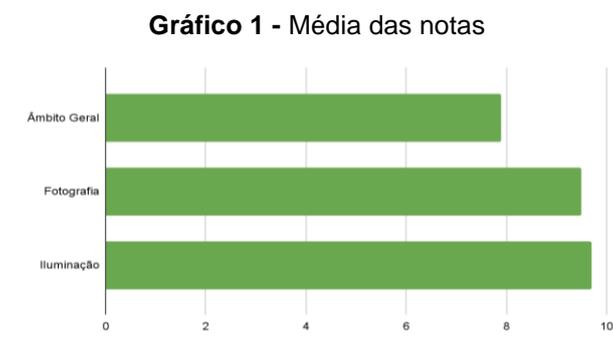
eu mudaria para amenizar as cenas muito lentas, [...] acho que o filme usa demasiadamente essa forma [plano sequência]”.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao analisar como os estudantes de extensão relacionam o filme *1917* com as atividades que realizam como bolsistas de um projeto audiovisual em publicidade, percebe-se que esse filme, pode ser utilizado como complemento educacional além de servir de motivação e inspiração para aplicar os conceitos aprendidos na prática das atividades que realizam. Além de ter o filme como uma referência para projetos futuros, os acadêmicos desenvolvem uma análise aperfeiçoada para pensar em como o filme foi produzido e como se usam os aspectos e cores em cena para criar emoções e prender a atenção dos espectadores. Nesse contexto corrobora Block (2010), ao dizer que a cor é um elemento visual que nos direciona por meio da visualidade de uma obra audiovisual, criando narrativas, símbolos e significados ao que é visto.

Em relação à pergunta que questiona sobre enquadramento e planos do filme, a maioria deles acharam que o filme os surpreende visualmente por ser muito bonito e que presta muita atenção nos planos e enquadramentos por sempre mostrar algo importante enquadrado em cena. O enquadramento merece a devida atenção pois dele depende a composição e a originalidade de um filme. Além disso, Mascelli (2010), afirma que, para alcançar verdadeiro sucesso, um filme deve surpreender visualmente o público apresentando diferentes tipos de planos e enquadramentos, o tamanho da imagem e do ângulo determinam quanto do assunto o espectador verá. Portanto, os mesmos, escolhidos da forma correta podem ser decisivos para que o público se identifique.

Sobre as perguntas que pedem as notas dos respondentes em relação ao âmbito geral do filme, fotografia e iluminação, foi possível gerar um gráfico mostrando as médias das notas de cada pergunta o qual se apresenta a seguir.



Fonte: dados da pesquisa.

Quando se compara a percepção dos acadêmicos a partir das notas e comentários em algumas das perguntas, é visível que a iluminação é um dos elementos que mais agradou os estudantes no filme. Essa questão também se confirma em diversos comentários dos bolsistas quando elogiam a fotografia e iluminação do filme por ser excepcional e detalhista. Essa relevância que os diretores deram à iluminação para produzir o filme vai ao encontro do que diz Kellison (2007), ao afirmar que a iluminação é essencial para o vídeo e o uso correto da luz transmite aspectos como atmosfera, tom, dimensão e textura. Kellison também complementa ao dizer que é necessário conhecer a importância do produtor e sua equipe, locações, câmera, iluminação, áudio, filmagem e a edição/montagem para realizar um filme.

Na pergunta que questiona sobre quais elementos de *mise-en-scène* gostaram e quais não, um dos estudantes comentou que alguns efeitos sonoros não agradaram em cenas específicas e que usaria de forma diferente para prender a atenção do público, ou seja, isso está de acordo com Rafols e Colomer (2003), os quais afirmam que o som pode indicar diferentes intensidades, texturas, modulações e ritmos que visualmente se manifestam com cores, movimentos e imagens que respondem a tais estímulos sonoros.

Foi questionado aos acadêmicos o que eles acharam do filme, a maioria deles concordou em não ter se agradado pela narrativa, pois interpretam que *1917* tem a narrativa muito simples sem aprofundamento nos personagens e que existem outros filmes com enredo e narrativa melhor. Sobre o assunto, Bordwell (1996), propõe que se estude a narração não apenas como uma representação da estrutura, mas como um processo ativo, pois a compreensão da história por parte do observador é o objetivo principal da narração audiovisual.

Nas questões sobre cores e suas aplicações no filme *1917*, foi respondido unanimemente que a aplicação das cores no filme foi muito bem realizada, por diversos motivos como, por exemplo, a forma que as cores ajudam a ambientar e a provocar diversos sentimentos nos espectadores. Sendo assim, essa ideia vai ao encontro com o que afirma Heller (2013), ao dizer que a cor está diretamente relacionada com os sentimentos, ao mesmo tempo em que sofre influência da cultura tornando-se símbolo, além dos aspectos fisiológicos. As cores, por meio dos olhos e do cérebro, fazem adentrar no corpo físico uma variedade de ondas com diferentes potências que atuam sobre os sistemas nervosos e suas ramificações e que modificam também as atividades sensoriais, emocionais e afetivas.

Uma das perguntas buscava entender dos acadêmicos extensionistas e futuros publicitários, se eles fariam algo diferente para ambientar melhor o público e introduzir as pessoas na narrativa do filme. Como resposta, grande parte respondeu que não mudaria nenhum quesito na produção, elogiando assim as cores e diversos elementos visuais aplicados no filme. Esse raciocínio corrobora com Perez (2004), que diz que o consumidor é constantemente estimulado por profissionais da comunicação que aparentam desejar seu bem-estar, conforto, sua felicidade e a de seus familiares, por meio da aquisição do produto ou serviço oferecido. Em todo esse processo, a cor aparece como fundamental elemento comunicativo, pois sua percepção e sucessiva lembrança, acabam envolvendo variações de sentido, juízos e avaliações e que oferece a impressão do desejado como algo agradável, desagradável, conveniente ou inconveniente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apresentado desde o início, as cores e a fotografia têm uma influência fundamental no mundo do audiovisual e da publicidade. Esse trabalho teve como temática as cores e a fotografia cinematográfica e o seu objetivo foi analisar a percepção do filme *1917* a partir da sua fotografia por estudantes de Publicidade e Propaganda envolvidos num projeto de extensão universitária em audiovisual do município de Blumenau.

Os resultados revelam que os alunos têm a percepção de que o filme *1917* tem uma excelente fotografia, que toca o espectador, devido à forma como a produção dá bastante atenção na ambientação, nas cores e na configuração de como se cria uma sequência contínua entre seus enquadramentos e planos. Os acadêmicos também,

segundo percepções, dizem que as cores foram muito bem aplicadas no filme, por diversos motivos como, por exemplo, a forma que elas ajudaram a ambientar e a provocar diversos sentimentos nos espectadores. Além disso, o filme permite uma reflexão educativa para as práticas de extensão universitária em audiovisual.

A partir da pesquisa constatou-se que com o filme, os bolsistas de extensão aprenderam muito sobre técnicas audiovisuais e ganharam motivação e inspiração para aplicar os conceitos aprendidos na prática das atividades que realizam. Além de ter o filme como uma referência para projetos futuros, os acadêmicos desenvolveram uma reflexão sobre como o filme foi produzido e como se usam os aspectos e cores em cena para criar emoções e prender a atenção dos espectadores.

A maioria deles acha que o filme os surpreendeu visualmente por sua estética e por haver muitos planos e enquadramentos que mostram algo importante. Foi constatado também que a percepção dos acadêmicos, a partir das notas e comentários em algumas das perguntas, foi a de que a iluminação é um dos elementos que mais agradou. Essa questão também se confirma em diversos comentários dos bolsistas ao elogiarem a fotografia e iluminação do filme por ser excepcional e detalhista.

Ao seguir esse raciocínio, a fotografia cinematográfica se mostra um tema importante para se refletir na área de Comunicação Social, pois utilizam técnicas que também são úteis e aplicáveis nos segmentos da publicidade para que sejam atingidos diversos objetivos na comunicação. Outro fator, como as cores, se mostra também como aliado para a composição da comunicação de uma peça, pois como notou-se, as combinações, tons e variações ajudam a nortear o filme, como por exemplo, contribuir para esclarecer a personalidade de uma peça ou personagem e até para ambientar o público. Assim, podendo servir como uma importante ferramenta no audiovisual.

Como principal limitação da pesquisa podemos considerar que é não ter conseguido realizar uma entrevista com o diretor de fotografia do filme, pois assim se descobriria as reais intenções dos produtores e haveria um resultado paralelo ou similar para comparação. Outra limitação foi que, caso tivesse sido ampliado o número de pessoas que não atuam na área do audiovisual e/ou que fossem leigas no assunto, talvez essas pessoas teriam uma visão um pouco diferente do que o público dessa pesquisa.

Este trabalho abriu algumas perspectivas diferentes em relação às cores e a

fotografia cinematográfica e a partir dele deixa-se de sugestão para novos estudos na área, que seja analisado o filme *1917* com a mesma perspectiva aplicada a outros públicos que sejam leigos em elementos e técnicas cinematográficas. Outro aspecto que poderia ser válido explorar seria realizar uma pesquisa sobre outros filmes e aplicar com o mesmo público deste trabalho.

REFERÊNCIAS

BLOCK, B. A. **A narrativa visual**: criando a estrutura visual para cinema, TV e mídias digitais. Tradução: Cláudia Mello Belhassof. São Paulo: Elsevier, 2010.

BORDWELL, D. **La narración en el cine de ficción**. Barcelona: Paidós, 1996.

FARINA, M; PEREZ, C; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Blucher, 2006.

FERREIRA, L. S.; FIORIN, B. P. A.; AMARAL, C. L. C.; MARASCHIN, M. S. Grupos de interlocução como técnica de produção e sistematização na pesquisa em educação. **Rev. Diálogo Educ.**, Curitiba, v. 14, n. 41, p. 191-210, jan./abr. 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

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

KELLISON, C. **Produção e direção para TV e vídeo**: uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MASCELLI, J. V. **Os cinco Cs da cinematografia**: técnicas de filmagem. São Paulo: Summus, 2010.

PEREZ, C. **Signos da marca**: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Thomson Learning, 2004.

RAFOLS, R.; COLOMER, A. **Diseño audiovisual**. Barcelona: GG Diseños, 2003.