



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

PEDRO ÍCARO BARROSO SOUZA

**“POR TRÁS DAS LENTES”: WEBDOC SOBRE A ROTINA DOS FOTÓGRAFOS DO
COLETIVO SHAKE IT NO FESTIVAL COMA E NA ERA DA COMUNICAÇÃO EM
MULTIPLATAFORMAS**

Brasília

2023

PEDRO ÍCARO BARROSO SOUZA

**“POR TRÁS DAS LENTES”: WEBDOC SOBRE A ROTINA DOS FOTÓGRAFOS DO
COLETIVO SHAKE IT NO FESTIVAL COMA E NA ERA DA COMUNICAÇÃO EM
MULTIPLATAFORMAS**

Memorial descritivo do produto apresentado à
Universidade de Brasília (UnB) como parte do Projeto
Final em Jornalismo e requisito para a obtenção do título
de bacharel em Jornalismo.

Orientador: Dr. Paulo Henrique Soares de Almeida

Brasília

2023

PEDRO ÍCARO BARROSO SOUZA

“POR TRÁS DAS LENTES”: WEBDOC SOBRE A ROTINA DOS FOTÓGRAFOS DO
COLETIVO SHAKE IT NO FESTIVAL COMA E NA ERA DA COMUNICAÇÃO EM
MULTIPLATAFORMAS

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Paulo Henrique Soares de Almeida
(Orientador)

Profª. Dra. Rafiza Luziani Varão Ribeiro Carvalho

Profª. Dra. Ana Carolina Kalume Maranhão

Prof. Dr. Marcos Francisco Urupá Moraes de Lima

APRESENTAÇÃO

Fotografia e plataformas digitais fazem parte da minha história. Sou cearense, mas fui criado em Salvador, Bahia. Sempre morei em vários lugares devido ao trabalho do meu pai. Cheguei em Brasília em 2020, mas anteriormente eu morava em Palmas, Tocantins. É aí que minha paixão pela fotografia começa.

Sou fotógrafo há seis anos e minha especialidade é o registro de moda e retratos. Durante esses anos, muita coisa já alcancei com meu trabalho. Já ministrei aulas de fotografia, tenho uma foto publicada na Vogue Itália, fotografei no Festival CoMA em 2022 como imprensa e, desde 2020, produzo conteúdos para internet relacionados a moda e fotografia. No TikTok e no Instagram, publico posts sobre o tema e foi onde tomei gosto, mais ainda, pelas redes sociais.

Comecei na fotografia em 2017, ao fazer um curso básico sobre esta arte e desde então não parei mais, nem pretendo. Este trabalho é sobre mim e também sobre todos meus colegas de profissão que lutam, todos os dias, por melhores condições de trabalho e pelo reconhecimento dessa bela arte.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que estiveram presentes nesta trajetória e passaram por ela. Cada um tem uma parcela de contribuição para que eu chegasse até aqui.

Agradeço a minha irmã, Bia, por sempre acreditar em mim e me apoiar na minha carreira.

Ao meu professor orientador, Paulo Almeida, que me ensinou e me conduziu da melhor forma possível para que esse trabalho fosse realizado com êxito.

À Carol Monteiro, uma das produtoras do Festival CoMA, e a Anaju Tolentino, que facilitaram minha entrada no evento.

Agradeço aos professores que estiveram comigo no início do curso de Jornalismo, na Universidade Federal do Tocantins, Alice Agnes, Frederico Salomé, Sérgio Soares e Valquíria Guimarães.

Obrigado.

“Consegui flores na areia”

Urias

RESUMO

Este é o memorial referente ao produto “Por trás das lentes”, um webdocumentário no TikTok, com elementos jornalísticos, que acompanha os fotógrafos do coletivo Shake It na cobertura do Festival CoMA. O objetivo é responder às seguintes perguntas: como são pensadas as coberturas fotográficas de grandes eventos musicais? Como os profissionais planejam as fotos e como eles lidam com a comunicação cada vez mais em multiplataforma? O produto responde essas e outras perguntas dentro do TikTok, plataforma escolhida para veicular o webdocumentário. Utilizando a entrevista como metodologia, em cinco episódios, os espectadores vão entender como funciona as negociações, desde o momento da contratação dos fotógrafos até o dia da cobertura do evento, passando pelo planejamento e os desafios desses profissionais em lidar com conteúdo para multiplataformas. A história do coletivo também é apresentada como forma de contextualizar a narrativa e incentivar outros profissionais que pretendem ingressar na área. A pós-produção do episódio foi realizada pelo aplicativo CapCut Mobile. O webdocumentário foi divulgado através de release para imprensa e nas redes sociais.

Palavras-chave: Webdocumentário. TikTok. Fotografia. Música.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Bastidor da entrevista com Pedro Lacerda.....	24
Figura 2 – Conversa em tempo real com Pedro Lacerda no festival CoMA.....	25
Figura 3 – Bastidor do momento exato que Pedro Lacerda fotografava.....	26
Figura 4 – Pedro Lacerda fotografa segurando um bastão de LED.....	27
Figura 5 – Bruno Cavalcanti posa para foto após entrevista.....	29
Figura 6 – Pedro Lacerda posa para foto após entrevista.....	30
Figura 7 – Trechos com os entrevistados.....	32
Figura 8 – QR Code do episódio 1.....	35
Figura 9 – QR Code do episódio 2.....	36
Figura 10 – QR Code do episódio 3.....	36
Figura 11 - Foto do palco.....	37
Figura 12 - Foto do público.....	37
Figura 13 - Foto do público.....	38
Figura 14 - Foto de palco.....	38
Figura 15 – QR Code do episódio 4.....	39
Figura 16 – QR Code do episódio 5.....	40
Figura 17 – Por trás das lentes no TikTok.....	41
Figura 18 – Página inicial de login no TikTok.....	42
Figura 19 – Indicação dos episódios dentro do perfil no TikTok.....	43
Figura 20 – Reels no perfil da Shake It.....	44
Figura 21 – Comentários no Reels.....	45
Figura 22 – Print da matéria digital no portal Alô Brasília.....	46
Figura 23 – Matéria impressa no Alô Brasília.....	47
Figura 24 – Matéria no portal Visite Brasília.....	48
Figura 25 – Poster fixado no mural da Faculdade de Comunicação.....	49

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Post com fotos nº1.....	50
Tabela 2 - Post com fotos nº2.....	50
Tabela 3 - Vídeo de introdução - “Comece por aqui”.....	50
Tabela 4 - Episódio 1.....	51
Tabela 5 - Episódio 2.....	51
Tabela 6 - Episódio 3.....	51
Tabela 7 - Episódio 4.....	52
Tabela 8 - Episódio 5.....	52

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. OBJETIVOS	14
1.1 Objetivo Geral.....	14
1.2 Objetivos específicos.....	14
2. A FOTOGRAFIA NA CONTEMPORANEIDADE: OS CANAIS MULTIPLATAFORMAS	15
3. O TIKTOK	18
4. O WEBDOCUMENTÁRIO	21
5. METODOLOGIA	23
5.1 Acompanhamento real time no Festival CoMA.....	23
5.2 Entrevistas.....	28
5.3 O Coletivo Shake It.....	31
5.4 Informações técnicas: pauta, pré e pós-produção.....	33
6. POR DENTRO DOS EPISÓDIOS	34
6.1 Episódio 1 - a contratação.....	34
6.2 Episódio 2 - a cobertura.....	35
6.3 Episódio 3 - a cobertura - parte 2.....	36
6.4 Episódio 4 - desafios.....	39
6.5 Episódio 5 - o coletivo.....	40
7. FASE DE PUBLICAÇÃO	41
8. COMO ASSISTIR AO WEBDOC	42
9. DIVULGAÇÃO	44
10. MÉTRICAS	50
11. CONCLUSÃO	53
12. REFERÊNCIAS	55
13. APÊNDICES	58

INTRODUÇÃO

Os principais papéis da fotografia são perpetuar momentos, informar e contar histórias. Na construção de Brasília, por exemplo, Walter Firmino e Mário Fontenelle, pioneiros da fotografia na cidade, registraram todo o processo dos candangos para erguer a capital do Brasil. Registros que se tornaram fundamentais para a memória nacional. A serviço do Jornal Última Hora, aos 20 anos de idade, Walter Firmino fotografou milhares de candangos em cima de caminhões, o início da Praça dos Três Poderes e os primeiros prédios dos ministérios, além de Juscelino Kubitschek e Oscar Niemeyer. Já Fontenelle, segundo a Agência Brasília, pode ser “o maior responsável pela memória imagética da cidade”. Por suas lentes, Contam-se mais de cinco mil imagens da construção de Brasília, entre elas, o cruzamento dos eixos, o marco zero da construção de Brasília e a foto de JK e Lúcio Costa no local onde seria o Eixo Monumental.

Conforme observa Martine Joly (JOLY, 2005, p.209), a fotografia deve testemunhar a realidade pelo seu traço visual, conferindo à atualidade registrada um caráter de verdade. Neste sentido, ao vermos essas fotografias da construção de Brasília, conseguimos sentir o momento e a energia que foi para aquelas pessoas participarem desse período histórico.

Compreende-se, no entanto, que uma abordagem visual e estética da realidade depende de uma capacidade intuitiva do fotógrafo para que ele possa conseguir aquilo que, para efeitos técnicos, se chamaria “o instante decisivo”. Esta observação é a mesma de Manini (MANINI, 2008, p.11). Para a autora, para aplicarmos à fotografia este papel de documento, o olhar do fotógrafo é um detalhe importantíssimo na transformação dessa realidade histórica, ainda que ele seja o próprio cientista social. “Seu olhar – que acaba sendo o da própria câmera – é pleno de idiossincrasias, de saberes e de juízos” (MANINI, 2008, p.11). Com isso, ela conclui que, em uma determinada cena, pode haver vários pontos de vista, sendo essa uma das características mais importantes em que o pesquisador deve se atentar. É neste sentido que, segundo Kossoy:

os estudiosos das fontes fotográficas – teóricos, historiadores da fotografia e pesquisadores de outras áreas que se utilizam da iconografia fotográfica do passado em suas investigações específicas – deverão, mais cedo ou mais tarde, confrontar-se com o fato de que no momento em que observam e analisam uma fotografia eles estão diante da segunda realidade: a do documento. (. . .) um artefato que contém um registro visual, formando um conjunto portador de informações multidisciplinares, incluindo estéticas (KOSSOY, 1989, p. 98).

A fotografia como documento e registro visual perpassa diferentes temas e objetos. Pode ser a captação da arquitetura, como vimos acima, um momento rotineiro, pratos de um

chefe de cozinha, uma nova coleção da moda, entre tantas outras formas de arte, inclusive o cenário musical, objeto de estudo dessa pesquisa.

Os frequentadores assíduos de festivais de música, além do vislumbre, também vão a esses ambientes na expectativa de registrar todos os momentos da melhor forma possível. Fenômeno que também impacta quem não esteve presente, visto que a fotografia, muitas vezes, também proporciona o sentimento de vontade de ter vivenciado a experiência retratada. Ao analisar o Instagram de grandes festivais de música, como Lollapalooza e Rock in Rio, percebe-se que muitas fotos postadas são minimamente pensadas para gerar essa emoção. Dessa forma, a cobertura fotográfica desses eventos tem importante papel de documentar, mas também divulgar esses festivais para que mais pessoas acompanhem as próximas edições.

Contudo, quem são os profissionais que estão por trás dessas lentes? Como esses registros são planejados? Como eles devem lidar com uma comunicação cada vez mais dinâmica e diferentes formatos? Para responder essas perguntas, este trabalho é o memorial do webdocumentário "Por trás das lentes: webdoc sobre a rotina dos fotógrafos do coletivo Shake It no festival CoMA, na era da comunicação de multiplataformas". Nele, vamos contar as histórias dos fotógrafos do coletivo brasileiro Shake It, os acompanhando em suas rotinas de trabalho para entendermos como as fotos de grandes eventos são pensadas, como essas imagens chegam no contratante e como esses profissionais devem lidar para entregar produtos para diferentes canais de comunicações, muitas vezes em tempo real, como as redes sociais. A expectativa ainda é que o resultado deste projeto sirva como referência para aqueles que pretendem trabalhar com este segmento da fotografia, em meio a uma comunicação cada vez mais convergente e digital.

A plataforma utilizada para este webdocumentário com elementos jornalísticos é o TikTok. A escolha justifica-se devido a forma como os desafios enfrentados por esses profissionais podem ser assimilados de forma cada vez mais dinâmica, justamente devido às características deste gênero, como não linearidade, interatividade e filmagem em primeira pessoa, onde o tempo de produção e publicação dessas imagens é cada vez mais curto. Assim, o webdocumentário no TikTok busca conversar de forma assertiva com este fotógrafo contemporâneo, que precisa conhecer essas novas formas de mídias em rede, onde, muitas vezes, seus trabalhos são divulgados.

A escolha do tema e objeto desta pesquisa também tem a ver com a jornada universitária do pesquisador deste trabalho, principalmente por conta da disciplina do curso de Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB), Campus Multiplataforma. Nesta matéria, o criador deste webdocumentário foi responsável pelo TikTok do Campus Multiplataforma, que até então não tinha perfil nesta rede social. A partir de então, foram feitas pesquisas bibliográficas e aplicadas para conhecer melhor a utilização do TikTok como canal de mídia

informativa. Dessa forma, a plataforma escolhida para este webdocumentário foi também pela proximidade do autor com este canal.

Outro motivo para a escolha é que o TikTok permite inovar na divulgação e formato. Se os documentários tradicionais são produzidos e pensados para telas horizontais, este produto será elaborado no formato verticalizado, seguindo uma característica contemporânea de ser mais curto e estar acessível diretamente em uma rede social, inclusive, com característica de música. Atualmente, o TikTok tem um grande acervo de produções, principalmente relacionados a festivais musicais. O Rock in Rio Lisboa e Primavera Sound São Paulo, por exemplo, são transmitidos ao vivo pelos perfis oficiais. Além disso, a plataforma constrói stands nesses eventos e diversos tiktokers são convidados para produzirem conteúdos dentro desses festivais, com objetivo de engajar os seguidores e acompanhar a transmissão ao vivo.

Mas é importante reforçar que este webdocumentário publicado no TikTok busca alcançar, não apenas o público jovem que frequenta shows e festivais de música, mas também futuros profissionais que pretendem atuar neste segmento. A proposta é que eles possam compreender, por trás das lentes, os desafios enfrentados no momento do clique, as etapas de negociações com contratantes e outras informações importantes sobre esta profissão, mas que somente podemos ter acesso nos bastidores. Seguindo esta perspectiva, o webdocumentário com elementos jornalísticos “Por trás das lentes” utiliza-se de um gênero contemporâneo para materializar a rotina e desafios que profissionais da fotografia enfrentam em eventos de música, como shows e festivais.

Este capítulo aborda uma introdução geral sobre o tema, destacando o objeto e justificativas. Nos capítulos seguintes, percorremos o referencial teórico. No capítulo 2 estão os objetivos gerais e específicos; no capítulo 3, discutimos a fotografia na contemporaneidade de multiplataformas. No capítulo 4, vamos abordar o conceito de webdocumentário e, no capítulo 5, o TikTok como plataforma para este formato audiovisual. No capítulo 6, apresentamos as metodologias da pesquisa: revisão bibliográfica e entrevista, onde conhecemos melhor o nosso objeto de estudo: Shake It. Por fim, o capítulo 7 traz as etapas da produção do webdocumentário; e o capítulo 8, as considerações finais.

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo Geral

Este trabalho tem como objetivo geral a produção de um webdocumentário sobre a rotina dos fotógrafos presentes na cena musical de Brasília durante o ano de 2023. A proposta é analisar a importância destes profissionais para a produção de eventos e sua rotina de trabalho em meio a uma comunicação cada vez mais digital e em multiplataformas.

1.2 Objetivos Específicos

Analisar como os profissionais do coletivo planejam a cobertura do festival CoMA, desde o briefing, vindo dos contratantes, até a publicação do produto final.

Estudar e registrar a rotina dos profissionais do coletivo Shake It, em seus trabalhos na cobertura do festival CoMa em Brasília, assim como apresentar suas histórias e desafios, como forma de estimular outros profissionais.

2. A FOTOGRAFIA NA CONTEMPORANEIDADE: OS CANAIS MULTIPLATAFORMAS

A história da fotografia começa com o francês Joseph Nicéphore Niépce em 1826, quando, ao misturar uma placa metálica revestida de betume e uma câmara escura, registrou a vista de sua janela, se tornando a primeira fotografia da história. Com o feito, o também francês Louis Jacques Mandé Daguerre firmou um acordo com Niépce, que lhe concedeu autorização para usar a sua ideia e aperfeiçoá-la, criando o daguerreótipo. Esse mecanismo foi o primeiro da história que registrava imagens de forma tão rápida, somente 30 segundos. O governo francês comprou a patente do daguerreótipo, que passou a ter várias melhorias e investimento ao redor mundo.

No Brasil, a fotografia chega em 1840 através de um outro francês Louis Comte, quem fez o primeiro registro fotográfico em nosso país. Um dia após o feito, o *Jornal do Commercio* noticiou o ato inovador dizendo que a imagem tinha ficado pronta em “apenas nove minutos”. Dias depois da primeira foto, Louis Comte apresentou a fotografia a Dom Pedro II, que adquiriu um daguerreótipo em março de 1840. Nove minutos para uma foto ser processada pode parecer uma eternidade para o nosso presente, mas com a novidade, o imperador do Brasil fez os mais diversos registros que hoje se encontram em uma coleção com mais de 20 mil fotografias na Biblioteca Nacional.

Historicamente, as sociedades já tinham a “imagem como elemento de linguagem, como ato sêmico, como signo dotado de intencionalidade, com capacidade evocatória de objetos, pessoas e eventos” (RAMOS, 2006, p. 1). Pode-se afirmar que o ato de captar uma imagem é influenciado completamente pelas vivências empíricas, crenças e conhecimentos do captador, ou seja, qualquer imagem produzida possui uma intencionalidade que depende de diversos fatores, no caso dos fotógrafos de eventos, dos contratantes, que os instruirão sobre como aquelas imagens serão captadas para transmitir a essência do evento.

Sabe-se que, por trás da câmera, via de regra, está um observador que decide o que enquadrar, o que merece ter ou não destaque e que por vezes têm objetivos a alcançar, valendo-se, portanto, do uso do código icônico ou imagético com uma intenção. Pode-se afirmar que as decisões tomadas no ato de enquadrar pessoas ou objetos são provenientes de valores culturais e visão de mundo de quem fotografa. A posição da câmara em relação ao fotografado, o enquadramento, a composição, a perspectiva, a iluminação, a cor, certamente são decisões tomadas pelo fotógrafo nos momentos anteriores ao disparo do obturador, portanto na fase de preparação que o antecede, da mesma forma que a fase da montagem, qualquer que seja o meio utilizado, envolve decisões que precisam, também, ser tomadas em relação a outras fotos ou mesmo a outros elementos textuais da mensagem lingüística (RAMOS, 2006, p.30).

Segundo Ramos (RAMOS, 2006, p.30), a posição em que o fotografado é captado interfere diretamente na interpretação da imagem. Ou seja, dependendo da posição da câmera, seu assunto pode tornar-se destaque ou diminuído. Conforme o autor, estes posicionamentos geram significados hierárquicos de dominador/dominado ou superioridade/inferioridade. Baseando-se neste conceito, fotógrafos de festivais de música e shows estão constantemente pensando em como a sua captação transmitirá a essência do momento ou qual ângulo será escolhido para que essa imagem seja passada à sociedade de forma direta.

Isso porque as imagens são narrativas, nos contam histórias e despertam desejos. Através delas, decidimos, por exemplo, se queremos um fast-food ou um perfume com nome impronunciável. No campo da publicidade ou dos negócios, as fotos precisam transmitir os valores da marca e a essência do produto para dar o gatilho de compra no consumidor final. Sendo assim, os fotógrafos que realizam a cobertura de festivais de música e shows precisam seguir esta mesma estratégia, visto que cada evento tem um público específico e um conceito que se difere entre si. Logo, a imagem é um mecanismo de conversa com o público externo ao evento e como todo artista, o fotógrafo transmite sua bagagem de referências e crenças no seu trabalho.

Para Kossoy (KOSSOY, 2001, p.42), o profissional da fotografia é um filtro cultural. Ou seja, todas as ações de preparação que o fotógrafo pratica momentos antes da captação, como a preocupação com a composição da imagem e o aproveitamento dos recursos tecnológicos, se caracteriza como um filtro cultural. O fotógrafo que está na cobertura de um show ou festival tem sua identidade artística e uma bagagem de referências. Mesmo que a cena não possa ser dirigida em um evento, ele transmite - através de escolha de ângulos, enquadramentos e iluminação -, suas vivências profissionais e pessoais (KOSSOY, 2001, p.42).

Em sua obra “Realidades e Ficções na Trama Fotográfica”, Kossoy (KOSSOY, 2002, p.36) apresenta dois conceitos importantes para a compreensão da importância da imagem fotográfica que relacionamos aos trabalhos fotográficos em eventos: a definição de primeira e segunda realidade. A primeira realidade significa a história particular do assunto ou pessoa fotografada. Além disso, as técnicas usadas pelo profissional da fotografia também integram este conceito. A imagem fotográfica, segundo Kossoy, contém em si, escondida e interna, um contexto, uma história. Esta é a sua realidade interior própria, abrangente e complexa, que não é visível no momento da captação e inacessível fisicamente (KOSSOY, 2002, p.36).

Após este primeiro ato de obter a imagem, outra esfera se inicia: a segunda realidade. Consiste na representação deste objeto em si, independentemente da tecnologia utilizada para

registrar essa imagem.

Dessa forma, ela passa a ser um documento, registro de um passado inacessível.

A realidade da fotografia não corresponde (necessariamente) à verdade histórica, apenas ao registro expressivo da aparência. A realidade da fotografia reside nas múltiplas interpretações, nas diferentes “leituras” que cada receptor dela faz num dado momento. Tratamos, portanto, de uma expressão peculiar que suscita inúmeras interpretações (KOSSOY, 2002, p.38).

No entanto, é importante observarmos, que essas formas de registros e interpretações também se relacionam com o suporte em que essas imagens estão sendo divulgadas. E principalmente em uma época em que a comunicação ocorre cada vez mais em multiplataformas - como redes sociais, sites, jornal impresso, outdoor e tantos outros canais mídia - compreender os meios e suas principais características é fundamental para uma transmissão informacional mais assertiva, direcionada e de rápida compreensão.

A comunicação multiplataforma é um mecanismo que torna a divulgação de um produto mais dinâmica e interativa (BELL; OWEN, 2017). Basta observarmos que hoje, até os consumidores já têm um comportamento multiplataforma. Escutam rádio enquanto mexem no computador, pesquisam on-line no próprio ponto de venda e leem enquanto assistem à TV. Esses são apenas alguns exemplos. A mesma dinâmica acontece em um show de música, onde o público assiste o seu artista no palco ao mesmo tempo em que filma, faz fotos, compartilha e interage com os amigos, mesmo que muitos deles não estejam presentes naquele mesmo espaço. O que vale neste contexto é o imediatismo e o compartilhamento da experiência, seja ela ao vivo no espaço físico ou virtual.

Logo, percebemos o quanto as multiplataformas não exercem apenas o papel de canal de distribuição: elas determinam o que o público vê e até que formato e gênero emplacam. É importante reforçarmos que cada plataforma de mídia possui características próprias e os algoritmos colaboram para que essa informação chegue a mais pessoas. O Instagram e Facebook, por exemplo, são redes sociais voltadas para o visual. Nelas, vídeos e fotos têm melhor performance que apenas textos. Assim como o Pinterest, plataforma onde usuários buscam inspirações para diversos nichos, é 100% visual. Com o TikTok não é diferente. Além dos vídeos, que predominam o campo desta rede, as fotografias também ganham papel importante dentro da plataforma. As fotos dentro da rede social chinesa ganham vida, com efeitos e músicas de trilha sonora para o post. Seguindo essa versatilidade, o TikTok pode até hospedar um webdocumentário, assunto que discutiremos a seguir.

3. O TIKTOK

Para falarmos de TikTok, precisamos entender como surgiu esta rede social de compartilhamento de vídeos e como foi seu desenvolvimento até chegar no que é hoje. Em 2014, a empresa chinesa musical.ly Inc. criava o aplicativo Musical.ly, app de vídeos curtos em que os usuários dublavam músicas e compartilhavam com seus seguidores. Na concorrência, outra empresa chinesa disputava um lugar nos smartphones, a Bytedance, com o aplicativo similar ao Musical.ly e somente disponível para usuários locais, o Douyin, lançado em 2016. No ano seguinte, a Bytedance disponibilizou o aplicativo para países do ocidente e mudou o nome do app para TikTok. Neste período, o TikTok era uma plataforma de vídeos curtos, porém limitada em recursos como a dublagem. Dessa forma, em 2017, a empresa Bytedance compra a musical.ly Inc. E, no ano seguinte, o TikTok e o Musical.ly tiveram suas funções mescladas em um único aplicativo. Hoje a plataforma comporta vídeos de no mínimo 15 segundos até 10 minutos, além de recursos otimizados e variados, como dublagens, edições, filtros, opção de costurar com vídeos de outros criadores, etc.

Antes de a rede social se tornar o que é hoje, o TikTok se resumia às famosas “dancinhas”, onde usuários criavam coreografias simples para serem reproduzidas e conseqüentemente se tornarem virais, usando como base músicas do momento. A dança mais popular dentro da plataforma foi criada por uma adolescente de 14 anos, Jalaiah S. Harmon, de Atlanta. Com a música “Lottery (Renegade)” do rapper K Camp, mais de 30 milhões de pessoas reproduziram a performance da adolescente, a tornando um grande fenômeno dentro da plataforma em 2019.

O termo “viralizar” se tornou popular com o crescimento das redes sociais e no TikTok não é diferente. As chances de um conteúdo chegar ao máximo de pessoas possível é significativo se o usuário seguir algumas regras, como usar uma música que está sendo viral, usar hashtags estratégicas e conseguir que o público assista ao vídeo até o final. Se o post é compartilhado e salvo muitas vezes, a chance de viralizar dentro do TikTok é alta.

A rede social é majoritariamente utilizada por jovens. Segundo a plataforma de pesquisas Statista, em 2021, o Brasil foi o segundo país que mais usava o TikTok no mundo, ficando atrás apenas da China e, conforme dados oficiais da plataforma, 66% dos usuários têm menos de 30 anos. Além disso, o TikTok se tornou um mecanismo de busca para a geração Z (nascidos entre 1995 e 2010). O The New York Times, em uma reportagem de 2022, mostrou que o mundo está em transformação com relação à pesquisa no meio digital. Mesmo o Google ainda sendo o mecanismo de pesquisa dominante, os internautas recorrem aos vídeos de

pessoas reais resumindo algum assunto ou publicando reviews de restaurantes, do que sites que aparecem como resultado das pesquisas.

Outra característica importante é que o algoritmo do TikTok é personalizado para cada usuário. Na aba “for you” ou “para você” (aba principal da plataforma), os conteúdos sobem para o usuário de acordo com suas interações. Ou seja, aquele usuário que costuma curtir, comentar ou compartilhar um vídeo de fotografia, o algoritmo entende que essa pessoa se interessa por esse assunto e manda mais conteúdos relacionados ao tema. Dessa forma, a chance de os episódios do webdocumentário “Por trás das lentes” aparecerem por quem se interessa por esses assuntos ou temas correlatos são notáveis.

Segundo pesquisa realizada pelo DataReportal, entre os aplicativos mais usados no mundo, o TikTok teve a maior média de uso mensal por usuário no ano de 2022. Os dados mostraram que os usuários passaram em média 23 horas e meia por mês no aplicativo, entre janeiro e dezembro de 2022. No Brasil, segundo pesquisa do Report Digital 2022, o TikTok está na 5ª posição no ranking das redes sociais mais usadas no país. A plataforma fica atrás apenas do Facebook (4º), Instagram (3º), Youtube (2º) e WhatsApp (1º).

Das “dancinhas” às dublagens de comédia, atualmente, o TikTok se tornou um potencial de conteúdos virais, com produções nos formatos mais diversos. Documentários, transmissões ao vivo, séries, novelas e outras composições. Dessa forma, os veículos de comunicação brasileiros viram uma nova forma de divulgar as notícias com uma linguagem adaptada e mantendo o profissionalismo jornalístico, além de atrair outro público fora das mídias convencionais, como a TV.

Em março de 2022, de forma inédita, a cantora catalã Rosalía lançou seu álbum “Motomami” no TikTok com uma performance gravada inteiramente na vertical e utilizando de vários recursos audiovisuais, como jogo de câmera, iluminação e interação com o cinegrafista. Com quase meia hora, todas as músicas novas presentes no seu mais recente trabalho foram interpretadas pela artista, o que chamou atenção do público devido ao caráter inovador e contemporâneo que a cantora trouxe para o TikTok.

O webdocumentário “Por trás das lentes” foi produzido observando as características e linguagem dessa rede. O formato foi inspirado no programa brasileiro “A Liga” da Rede Bandeirantes de Televisão (Band), lançado em 2010. Em cada episódio, o repórter vivenciava o acontecimento a ser noticiado, ao mesmo tempo em que apurava os fatos, como forma de aproximar o público da matéria. No mesmo ano de estreia, a Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA), elegeu a série como melhor programa jornalístico da televisão brasileira

A revista digital Vice também produz constantemente webdocumentários que são

postados em seu canal no Youtube, onde aborda temas variados principalmente sobre cultura, fatos curiosos e estilo de vida. Na descrição do canal no Youtube, a empresa se descreve como “Vice especializada em explorar verdades desconfortáveis e indo a lugares que não pertencem. Aqui você vai encontrar pessoas que falam abertamente sobre seu ódio e amor por várias coisas, a heresia geral, cultura, viagens e documentários, notícia que você vai querer assistir, toneladas de material novo e exclusivo”.

Neste sentido, “Por Trás das Lentes” traz recursos criativos similares aos observados acima, uma linguagem característica da plataforma e dinâmica. Além disso, possibilita o usuário participar ativamente do processo interagindo de diversas formas com os materiais, fazendo perguntas nos comentários e republicando os vídeos, por exemplo.

4. O WEBDOCUMENTÁRIO

Para Fernão Pessoa Ramos, em seu artigo “O que é Documentário?” (RAMOS, 2001, p.2), este gênero é visto dentro de um campo tradicional, rígido, com regras a serem seguidas. Ultrapassar essas barreiras é uma prova de um viés mais criativo e inovador.

Em 2002, no festival francês Cinéma Du Réel, o termo webdocumentário foi utilizado pela primeira vez. Este é um gênero publicado na internet, que segue uma não-linearidade. Ou seja, ao analisar o produto integralmente, as partes podem ser ali assistidas na ordem escolhida pelo internauta, resultado de uma dependência entre as narrativas apresentadas, mas fazendo com que o espectador siga sua própria cronologia (BAUER, 2011, p.93). Esta característica é que faz o produto se diferenciar das produções para a TV e cinema.

Segundo Egle Muller Spinelli, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), o webdocumentário “retrata o tratamento criativo de experiências documentárias na web, representadas por projetos multimídias, interativos e não lineares que utilizam os recursos digitais e priorizam a produção audiovisual documentária na sua constituição” (SPINELLI, 2013, p.171).

Sob essa premissa, por exemplo, em 2023, a primeira edição do festival The Town foi produzida e realizada na capital Paulista. Nos dias 2,3,7, 9 e 10 de setembro, mais de meio milhão de pessoas passaram pelo Autódromo de Interlagos nos cinco dias de festival. Além disso, durante o último fim de semana, o evento movimentou cerca de R\$2 bilhões de reais, segundo o Governo do Estado de São Paulo.

Com a alta demanda e pelo caráter inédito do The Town, a produção decidiu realizar um webdocumentário veiculado no TikTok com o headliner do evento, o cantor Jão. Em seis episódios, a organização do The Town apresenta os palcos, as equipes envolvidas nas montagens, os organizadores, os ensaios, etc. No decorrer dos capítulos, o espectador consegue compreender a cronologia dos eventos, mesmo reproduzindo os episódios de forma independente. Ou seja, se o usuário começar a assistir o webdoc no quinto episódio, o enredo será compreendido da mesma maneira, diferente de um longa metragem por exemplo.

Dessa forma, o produto deste trabalho contará as histórias dos profissionais da fotografia em um webdocumentário justamente por essa característica e pela linguagem dinâmica e interativa, aspecto próprio do meio digital. O documentário na internet permite explorar o experimental, fugir do convencional e utilizar de elementos próprios da plataforma em que será veiculado, como linguagem adaptada, recursos multimídia e ilustrações.

O experimentalismo é a principal característica das produções de webdocumentários.

Sendo assim, os meios em que a produção será concebida estão além dos palpáveis e muito mais próximos da capacidade do idealizador do produto (GREGOLIN; SACRINI; TOMBA, 2002). Beatriz Ribas também afirma que o documentário produzido para a internet permite ao usuário um acervo extenso e multidimensional de informações que estão interconectadas. Ou seja, texto, fotos, áudios, fazem parte de micronarrativas conectadas por links, dando autonomia para o receptor fazer escolhas, o deixando livre para a compreensão do tema da forma que achar mais adequado (RIBAS, 2003, p.5).

Esses conceitos e observações foram fundamentais para a elaboração deste trabalho, produzido sob essa perspectiva do experimental, seja na forma de gravar, na vertical, seja na forma de publicar, em uma rede social. O webdoc “Por Trás das Lentes” foi dividido em três temáticas centrais. Além disso, poderão ser acessados em qualquer ordem, deixando o usuário livre para clicar em um episódio e compreender todo o contexto.

5. METODOLOGIA

A realização desta pesquisa se deu em oito etapas: 1) Questionário inicial entregue para o coletivo, com perguntas gerais sobre integrantes, como surgiu o coletivo etc; 2) Preparação de perguntas para entrevistas em tempo real, durante o festival CoMA; 3) Acompanhamento no festival CoMA; 4) Preparação de perguntas para as entrevistas pós festival 5) Gravação de entrevistas; 6) Edição das entrevistas, como cortes e sincronização com o áudio gravado; 7) Definição do tema e produção do roteiro dos episódios; 8) Edição e finalização.

O primeiro contato com o coletivo foi com um dos integrantes, Victor Diniz, responsável por repassar para os outros integrantes as informações do que seria tratado o trabalho e como seriam os processos. Assim, ele indicou para participar do webdocumentário os integrantes que iriam trabalhar no festival CoMA, Pedro Lacerda e Bruno Cavalcanti.

Neste primeiro contato, um questionário foi enviado por e-mail ao Victor para que pudéssemos conhecer melhor o coletivo e, assim, prepararmos as perguntas para a entrevista durante o festival CoMA e para as entrevistas pessoais. O documento com as questões iniciais continham nove perguntas (presente no apêndice 1).

5.1 Acompanhamento *real time* no Festival CoMA

O festival CoMA foi realizado em 2023, nos dias 4 a 8 de outubro, e contou com apresentações de artistas nacionais e locais e internacionais. A 6ª edição do evento aconteceu, pela primeira vez, no Centro Cultural do Banco do Brasil (CCBB) em Brasília, um polo referência em arte e cultura. Nesta edição, as atrações foram distribuídas em cinco palcos: Palco Conexões, Palco Fluxo, Palco Mágico, Palco Sul e Palco Norte. A abertura dos portões no dia 4 de outubro foi às 19h e no final de semana, 7 e 8, os participantes adentraram os portões às 15h.

Devido a dimensão do evento, profissionais diversos são contratados para trabalhar nos dias de festival. Com os fotógrafos também foi dessa forma. Vários artistas deste segmento cobriram o evento, incluindo os membros do coletivo Shake It, que foram convocados de forma individual. Ao todo, três fotógrafos do grupo que participaram do webdocumentário estiveram presentes.

Para entendermos a dinâmica do trabalho no festival, uma entrevista foi realizada com o Pedro Lacerda (figura 2), abordando perguntas que envolviam o seu trabalho no CoMA, enquanto ele fotografava o público presente no evento durante o final de semana (figuras 3 e 4). Bruno Cavalcanti foi responsável pelo público e por acompanhar os palcos durante a

semana. Além disso, duas pessoas que curtiam o festival foram abordadas para comentarem sobre a experiência no evento e o que achavam sobre a importância das fotos para a divulgação do festival, assim como, em que sentido essa divulgação poderia atrair mais pessoas para curtir o evento.

Figura 1 – Bastidor da entrevista com Pedro Lacerda



Fonte: Acervo pessoal de Pedro Ícaro

Na Figura 1 (acima), após Pedro Lacerda conceder sua entrevista, ele também posou para fotografias que são utilizadas neste trabalho. Este é um registro do bastidor desse momento do acervo pessoal do autor deste trabalho.

Figura 2 – Conversa em tempo real com Pedro Lacerda no festival CoMA



Fonte: Acervo pessoal de Pedro Ícaro

Na Figura 2 (acima), Pedro Lacerda conta sua experiência respondendo perguntas dentro do festival CoMA. Enquanto fotografava o público, ele respondia aos questionamentos com objetivo de conhecer mais seu trabalho dentro do evento.

Figura 3 – Bastidor do momento exato que Pedro Lacerda fotografava



Fonte: Acervo pessoal

A figura 3 (acima), é um registro do momento exato em que Pedro Lacerda aborda uma pessoa que estava aproveitando o festival para fotografar.

Figura 4 – Pedro Lacerda fotografa segurando um bastão de LED



Fonte: Acervo pessoal

A figura 4 (acima), Pedro Lacerda utiliza um equipamento fundamental para a fotografia noturna, o bastão de LED. Este é um registro do momento exato em que ele aborda uma pessoa que estava aproveitando o festival para fotografar.

5.2 Entrevistas

A entrevista tem um caráter específico comparada a outras formas de coleta de dados. Algumas vantagens fazem dela intensiva, holística e contextualizada, o que permite sua grande riqueza de informações principalmente devido ao modelo aberto em que se é produzida, já que se utiliza de questões pré-prontas (ROSA; ARNOLDI, 2006, p.87).

Este método foi escolhido para direcionar o documentário, devido ao grau de detalhamento que é obtido através das perguntas e respostas para este tipo de material. A entrevista foi utilizada como categoria deste método. Esta é uma técnica que busca informações, percepções, experiências de informantes para analisá-las a fim de estruturar as respostas (DUARTE, 2005, p.1).

Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística” (DUARTE, 2005, p.1).

A entrevista para este webdocumentário seguirá o formato semi-aberto, ou seja, há um roteiro com perguntas guia para o direcionamento do entrevistado. Neste roteiro, as perguntas são feitas ao entrevistado e cada resposta é explorada ao máximo e cada questionamento é aprofundado a partir da resposta dada (DUARTE, 2005, p.3).

As questões utilizadas como guia para a entrevista possibilitam a análise das respostas da mesma pergunta de diferentes entrevistados. Segundo Duarte, esse modelo mantém a naturalidade e evita que algum ponto não seja abordado. Além disso, esse tipo de entrevista levanta questões para debates posteriores, dependendo das respostas adquiridas.

Segundo Duarte, a coleta de informações através da entrevista é um rico processo de aprendizagem, cuja experiência, visão de mundo e perspicácia do entrevistador se colocam à disposição das reflexões, conhecimento e interpretações do entrevistado.

Para o webdocumentário, essa coleta de informações foi realizada por uma entrevista (figura 7) semiestruturada com o Pedro Lacerda durante o festival, e entrevistas de profundidade após o evento com os integrantes do coletivo: Pedro Lacerda (figura 5), Bruno Cavalcanti (figura 6) e Thum Thompson. Com perguntas pré-estabelecidas, cada integrante respondeu às questões baseadas em sua atuação no festival CoMA e seu papel no coletivo.

Figura 5 – Bruno Cavalcanti posa para foto após entrevista



Fonte: Pedro Ícaro

Após conceder a entrevista pós-festival, Bruno Cavalcanti posa para o autor deste trabalho (Figura 5).

Figura 6 – Pedro Lacerda posa para foto após entrevista



Fonte: Pedro Ícaro

Pedro Lacerda posa para foto na Figura 6. Imagem que foi produzida após a entrevista pós-festival para ser utilizada no trabalho.

5.3 O coletivo Shake It

Oficialmente, a marca Shake it entrou em vigência a partir de 2012, idealizada por Thum Thompson, que a criou a fim de trazer mais profissionalismo para as coberturas fotográficas. Em 2010, Thum começou a fotografar a cena noturna brasiliense despretensiosamente, com o intuito de se reaproximar das pessoas daqui, considerando a recém volta para a cidade, após muitos anos fora. Em 2014, Thum convidou novos membros para trabalharem ao seu lado, e que deram continuidade à marca, também assinando como Shake it, nascendo, assim, o coletivo de criadores em fotografia.

A Shake it é um coletivo audiovisual que atua em coberturas que vão do underground ao mainstream, de festas a shows, e festivais que englobam a cena cultural do Distrito Federal afora. O objetivo é passar, através das imagens, a atmosfera e experiência únicas, inerente a cada cobertura executada, sempre com um viés artístico, não só de registros. Outro pilar importante na Shake it é a troca de experiências entre si e o comprometimento com os profissionais na área, tendo em vista as instabilidades que a profissão pode apresentar, assim como a dificuldade em se manter consistente no mercado.

Atualmente, o coletivo conta com nove integrantes: Amanda Goes, Bruno Cavalcanti, Fernanda Coutinho, Julia Bandeira, Luara Baggi, Lucas Las-Casas, Pedro Lacerda, Thum Thompson e Victor Diniz; sendo o Lucas e a Julia morando em Curitiba - PR e São Paulo - SP, respectivamente.

Abaixo (Figura 7), é possível conferir trechos das falas dos entrevistados Bruno Cavalcanti, Pedro Lacerda e Thum Thompson.

Figura 7 – Trechos com os entrevistados



"Esse é o interessante de ser fotógrafo de eventos, você conhece muita coisa que as vezes você não ia porque você não tem dinheiro, tempo ou não está na vibe, está na correria."

Pedro Lacerda



"O trabalho do audiovisual é muito importante pra reverberação do evento, tanto na divulgação momentânea quanto pra pós."

Bruno Cavalcanti



"Na maior parte das vezes esses fotógrafos funcionam também como profissionais autônomos mesmo, independente do coletivo. Fazemos até uma provocação 'gente, assinem mais coisas com a Shake It, o que mais vocês fazem que dá pra assinar com a Shake It pra gente tentar trazer esse olhar das pessoas externas de contratar a Shake It pra esse tipo de trabalho'."

Thum

5.4 Informações técnicas: pauta, pré e pós-produção

A pauta foi definida ainda na realização do pré projeto do curso de Jornalismo, assim como as delimitações e o professor orientador. Seguindo as atividades propostas durante o curso e pela experiência dentro da fotografia do autor, o tema foi considerado pertinente e passível de ser construído. Visto a relevância do tema, decidiu-se a produção de um webdocumentário para melhor representar as vivências dos profissionais do coletivo Shake It na cobertura do festival CoMA. Além disso, houve uma pesquisa bibliográfica para fundamentar as hipóteses que envolvem a produção deste memorial.

Os episódios seguem uma cronologia que acompanha os fotógrafos do coletivo desde como os trâmites da contratação foram feitos, episódio 1, e caminham até o momento da cobertura do público do festival e palcos, episódio 2 e 3. No quarto episódio, os entrevistados contam sobre os desafios de fotografar eventos. O quinto episódio traz a história do coletivo Shake It, do momento da criação da marca até os momentos atuais, para complementar o contexto da narrativa.

O webdocumentário “Por trás das lentes” passou por duas etapas de pós-produção (edição). No primeiro momento, após as entrevistas, cada uma delas foi cortada e sincronizada com o áudio gravado simultaneamente pelo aplicativo CapCut para desktop. Em seguida, as entrevistas e vídeos gravados dentro do festival CoMA foram passados para o smartphone para, de fato, começar as edições dos episódios.

Cada capítulo foi editado também no aplicativo CapCut, porém na versão para celular. Como o webdocumentário foi pensado para ser assistido por dispositivo móvel, a pós-produção precisou ser feita também em um celular, até para manter a fidelidade de cores, que podem ser alteradas caso a edição tivesse sido feita no computador.

Com os vídeos cortados, foi feita a junção no aplicativo e inserido o texto introdutório que está presente em todos os episódios, assim como os créditos finais. Nesse momento, também foi realizado o tratamento de cores e correção de luz visto que as entrevistas não foram gravadas na mesma condição de luz e nem de horário.

O TikTok possui características próprias, dessa forma, os episódios foram pós-produzidos seguindo esses aspectos, ou seja, as fontes dos textos presentes são mais modernas e dinâmicas, para fugir desse traço rígido que geralmente os documentários possuem. De forma proposital, as legendas são curtas, visto que os usuários da plataforma vão ver primeiro o vídeo e depois, ou durante, vão ler a legenda. Logo, é necessário que seja algo pequeno e que resume cada episódio.

As capas de cada episódio estão presentes para guiar os espectadores a visitarem o

perfil no TikTok. Cada capa contém o número e o título do episódio para orientar quem vai assistir, permitindo a escolha do usuário de assistir na ordem cronológica ou seguir um caminho aleatório.

Outra característica presente na plataforma são os áudios virais. No webdocumentário “Por trás das lentes” foi usado o áudio original dos episódios e, para as publicações com fotos, os áudios da própria plataforma. Isso porque os áudios dentro do TikTok possuem uma página própria, onde todas as publicações que contém esse áudio aparecem, como uma biblioteca de vídeos com o mesmo áudio, assim, há a possibilidade de alcançar mais público.

6. POR DENTRO DOS EPISÓDIOS

O webdocumentário “Por trás das lentes” tem cinco episódios, de até sete minutos, com entrevistas com os fotógrafos integrantes do coletivo Shake It e vídeos de apoio dentro do festival CoMA. Cada episódio segue uma narrativa específica para contar como foi a atuação do coletivo Shake It no evento.

6.1 Episódio 1: a contratação

No episódio 1 (figura 8), Bruno Cavalcanti, Pedro Lacerda e Thum contam como foi o processo de contratação para o festival e como as negociações foram fechadas para que os fotógrafos estivessem na cobertura do evento. Neste ano, os fotógrafos foram contratados individualmente e não como coletivo. Isso ocorreu devido ao formato do festival em 2023 ser menos do que em outros anos. Em 2022, o coletivo por completo foi contratado para a cobertura fotográfica do festival.

Como o evento esse ano ocorreu em uma nova locação, o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), a produção do festival solicitou uma visita técnica ao local para os fotógrafos. No entanto, o Bruno Cavalcanti e o Pedro Lacerda não conseguiram comparecer, mas estiveram presentes nas reuniões de alinhamento e chegaram mais cedo no dia do festival para conhecer o ambiente.

Neste episódio também há a participação do público. O estudante de arquitetura João Vilanova, de Palmas (TO), explica como as fotos que o festival CoMA posta em seu perfil no Instagram pode influenciar na decisão do público de comparecer ao festival. “Eu e as minhas amigas, a gente conheceu muito sobre o que poderia ser o CoMA a partir das fotos que foram postadas. Então, achei muito interessante e sim, é um atrativo para a gente poder vir e conhecer o festival”, disse o estudante.

Figura 8 – QR Code do episódio 1

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023.

6.2 Episódio 2: a cobertura

No segundo episódio (figura 9), Pedro Lacerda conta como foi a cobertura de público do festival, a qual ficou responsável nos dias 7 e 8 de outubro. O entrevistado foi questionado no início das negociações se gostaria de cobrir palcos ou o público. Por achar mais tranquilo, optou por cobrir o público do festival.

Durante o episódio, além da entrevista com o Pedro, há também imagens em tempo real do entrevistado durante a cobertura. Ele explica que o seu papel também é muito de observador, e que precisa estar atento aos movimentos, gestos, estilos do público para poder registrá-lo. Como o festival CoMA já é um evento conhecido por ele, o fotógrafo sabe exatamente quem capturar a imagem: pessoas que transmitem a energia do evento.

Pedro Lacerda também explica a responsabilidade que ele e os outros fotógrafos tiveram em fazer entregas em tempo real para a produção do Festival CoMA. Em um dia, o fotógrafo do coletivo Shake It, Pedro Lacerda, fez três entregas de fotos, cada uma com 15 a 20 fotografias.

Figura 9 – QR Code do episódio 2

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023

6.3 Episódio 3: a cobertura - parte 2

Esta é uma continuação do episódio anterior e vem escrito “Parte 2” (figura 10) também devido a uma característica no TikTok, em que os usuários dividem os assuntos em vídeos intitulando-os em parte 1, 2 ou mais. Neste bloco, o fotógrafo Bruno Cavalcanti compartilha sua experiência fotografando os palcos e o público, de 4 a 6 de outubro. Ele esteve nesses dias fotografando sozinho e precisava se dividir entre observar o público e ficar atento aos horários dos artistas nos palcos.

Figura 10 – QR Code do episódio 3

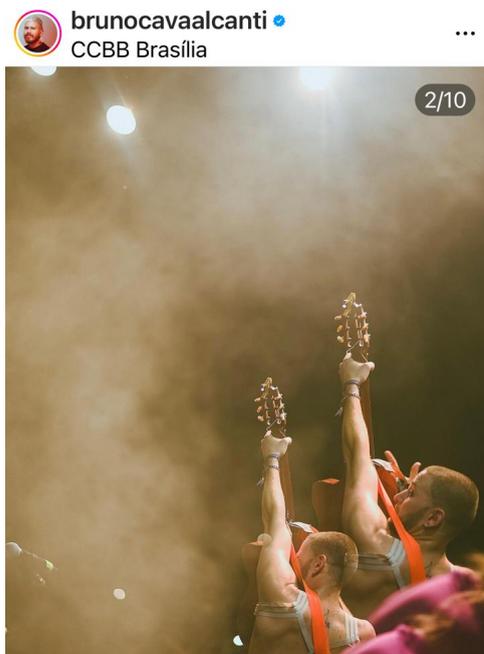
Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023.

Em sua fala, Bruno descreve como produziu diferentes imagens e suas entregas ao longo do dia de trabalho. Em suas fotos, é possível ver o cuidado que o profissional teve com os movimentos no palco e os detalhes. Na figura 11, por exemplo, ele utiliza um prisma na frente da lente para causar um efeito de distorção. Sendo este artifício, fundamental para um efeito mais atraente e inovador, especialmente quando o tema é festival de música, onde o registro deve carregar significados de ritmo e movimento. Reforça a ideia de primeira e segunda realidade de Kossoy (KOSSOY, 2002, p.36).

Já a foto 12, de público, também traz uma identidade própria do Bruno, ao registrar uma composição de cores e detalhes únicos em primeiro plano. Essas diferentes percepções são fundamentais para registros de um festival de música. Além de estar atento a esses detalhes, o fotógrafo também precisa que as cores, logomarca e cenário estejam aparentes nas imagens para que o evento seja reconhecido nas fotos, como na foto 12 em que uma pessoa segura um copo que estava sendo vendido no festival e na foto 13 um casal é registrado e ao fundo a logomarca do Festival CoMA.

Para uma foto de palco, por exemplo, essas especificidades são fundamentais para que as imagens transmitam a energia do show, os detalhes instigam a curiosidade, uma vontade de desvendarmos como foi aquele momento (figura 14).

Figura 11 – Foto do palco



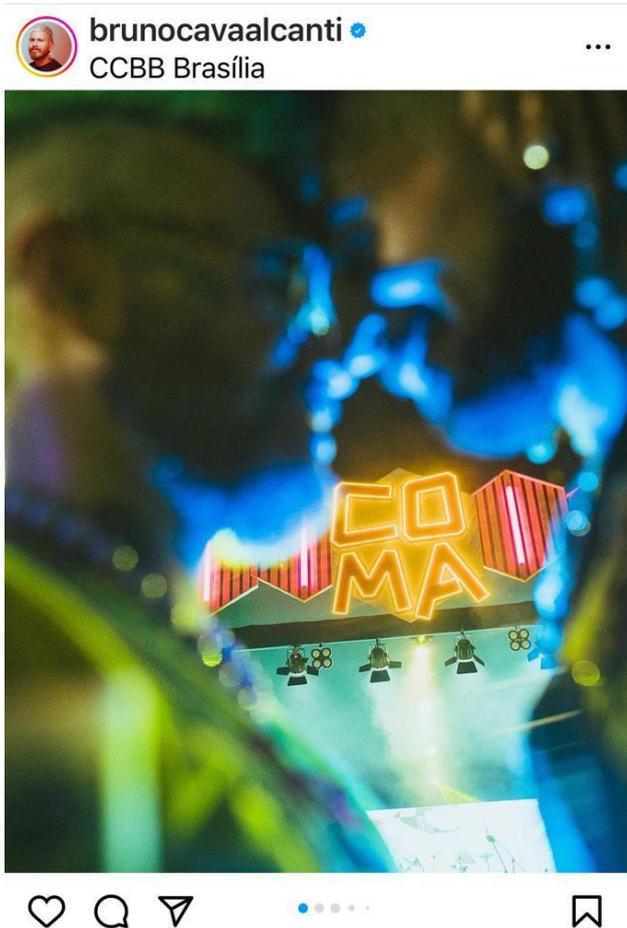
Fonte: Instagram Bruno Cavalcanti

Figura 12 – Foto do público



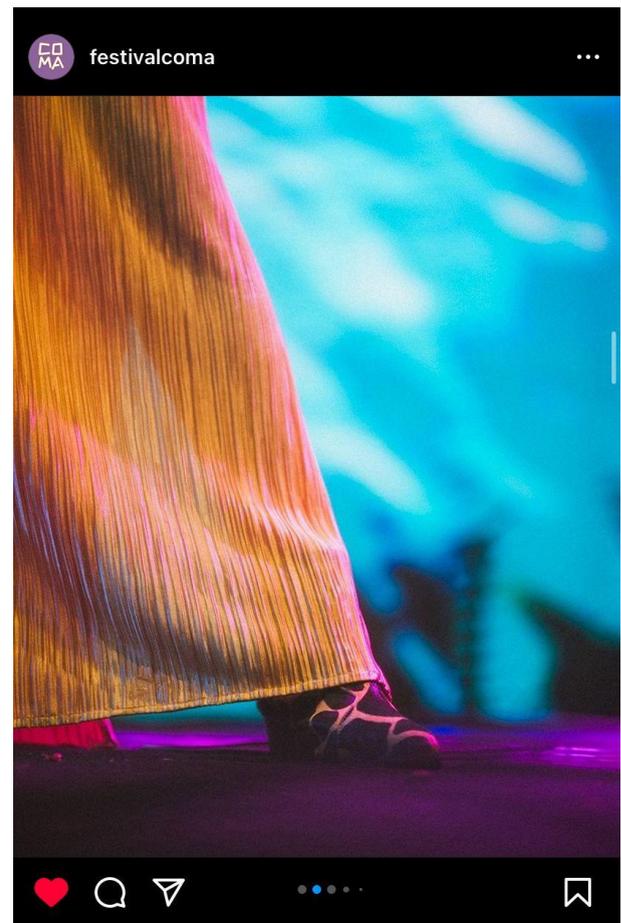
Fonte: Instagram Festival CoMA

Figura 13 – Foto do público



Fonte: Instagram Bruno Cavalcanti

Figura 14 - Foto de palco



Fonte: Instagram Festival CoMA

O fotógrafo precisa ter essa sensibilidade de captar pequenos momentos dentro de um grande evento. Para isso ele também precisa estar preparado para o que pode acontecer. Nesse episódio, Bruno Cavalcanti explica 3 coisas que não podem faltar em uma cobertura de palco.

3 coisas que não podem faltar em uma cobertura de palco

- Não pode faltar equipamentos: é sempre bom estar a postos com os equipamentos que você vai usar, como lente, prisma, filtros.
- Obter informações sobre efeitos no palco: saber se no show terá serpentina, fogo, papel picado, fogos de artifício, para saber quando conseguir pegar fotos abertas ou fechadas.
- Entrar na vibe do artista: estar atento ao artista, aos movimentos, o que ele vai cantar, qual que é a vibe, os momentos que ele for se movimentar e captar tudo.

6.4 Episódio 4: desafios

Em meio ao digital e as redes sociais, cada plataforma tem uma linguagem e uma forma a qual seus usuários se comunicam entre si. Tudo o que postamos deve ser pensado se é adequado para aquela rede social, se vai engajar, se vai alcançar o público. Então, neste episódio, Pedro Lacerda comenta que tenta se desvencilhar desse pensamento em que pressiona as pessoas a estarem sempre pensando para qual plataforma o post vai, se é para stories do Instagram, para o feed, se será um carrossel de fotos ou apenas uma.

“Eu tenho prestado atenção no quanto é importante a gente não fazer parte desses ritmos, que costumam fazer com que a gente esteja dentro de um círculo vicioso de coisas que a gente nem percebe e isso influencia o nosso fazer artístico, o modo que a gente fotografa, se é na vertical, se é na horizontal, se é para stories, se é para feed, se é preto e branco”, explica Pedro Lacerda no episódio 4 (figura 15).

A maioria dos trabalhos do coletivo Shake It acontecem à noite em eventos e festas. Assim, existem vários desafios que esse horário de trabalho possibilita para os fotógrafos, como baixa iluminação, perigos externos, entre outras dificuldades que no quarto episódio é explicado pelos profissionais. Bruno conta ainda como consegue superar as adversidades, e Pedro compartilha que já teve seu carro arrombado quando estava trabalhando em um evento noturno.

Figura 15 – QR Code do episódio 4



Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023

6.5 Episódio 5: o coletivo

O coletivo foi criado pelo Thum Thompson e inicialmente tinha uma formação de quatro fotógrafos, somente após algum tempo a formação foi alterada e novos profissionais começaram a trabalhar juntos dentro do coletivo. Tudo isso é contado no episódio cinco (figura 16). Bruno Cavalcanti também comenta que antes de participar já era fotógrafo de uma casa noturna em Brasília, e sempre admirou os profissionais da Shake It. Diz que ia para festas específicas só pra ter fotos dos profissionais do coletivo.

Figura 16 – QR Code do episódio 5



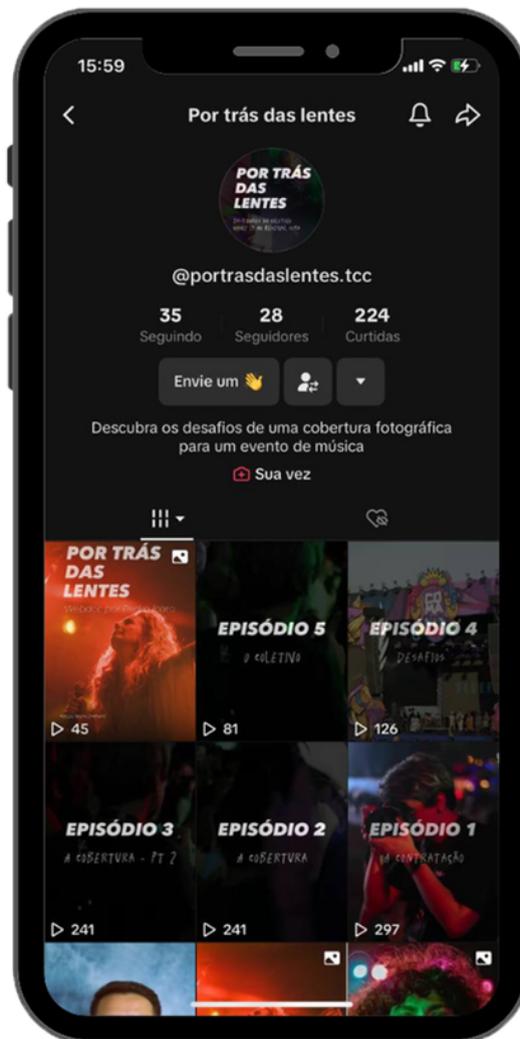
Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023

7. FASE DE PUBLICAÇÃO: PERFIL @PORTRASDASLENTE.TCC

Finalizando a produção e pós, chegamos a fase de publicação. Para isso foi necessário a criação de um perfil na plataforma exclusivo para apresentar os episódios. Inicialmente, a ideia era colocar um nome curto, abreviado do título do documentário “ptl.tcc”. Porém, foi observado que, dessa forma, a busca pelo material é dificultada. Logo, foi criado um usuário “portrasdaslentes.tcc”, com o “.tcc” no final para identificar que este é um produto acadêmico. O perfil no TikTok (figura 17) foi criado no dia 23 de novembro e as publicações foram feitas no dia 3 de dezembro.

A Bio do perfil foi escolhida para que instigue a curiosidade de quem visita a página “Descubra os desafios de uma cobertura fotográfica para um evento de música”.

Figura 17 – Por trás das lentes no TikTok



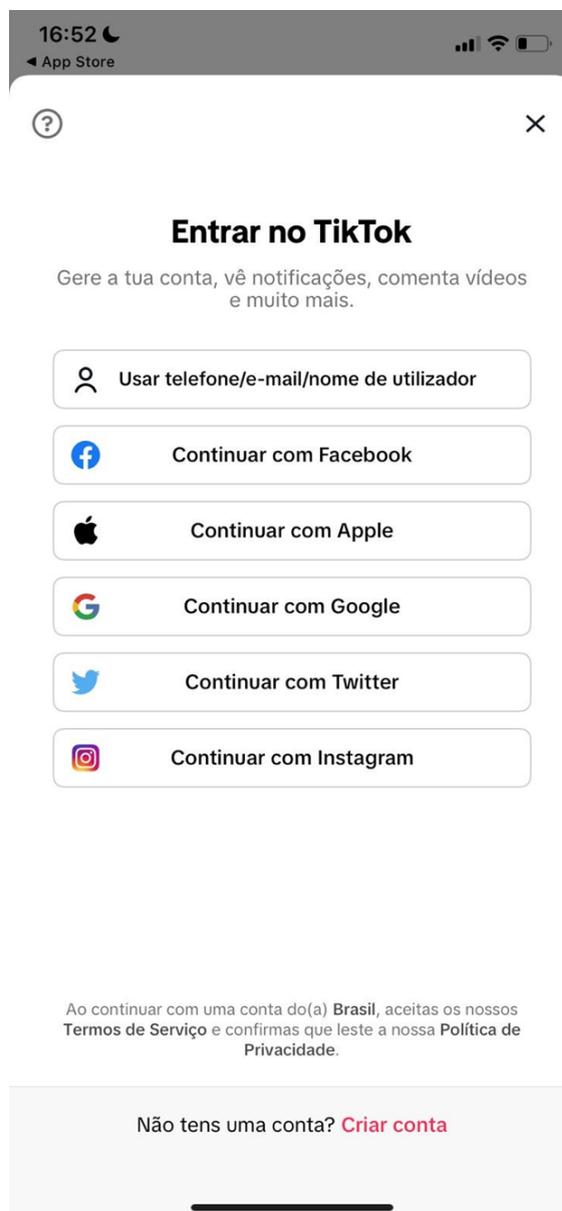
Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023.

8. COMO ASSISTIR AO WEBDOC NO TIKTOK

Para acessar o webdoc, não é necessário ter uma conta na plataforma. Caso não tenha uma conta, ao clicar no link ou ler o QR Code, o usuário será redirecionado para o seu navegador de internet. Lá é possível reproduzir o vídeo normalmente. Porém, para melhor experiência, recomenda-se que se crie uma conta no TikTok. É bem rápido e simples.

O primeiro passo, é baixar o aplicativo na loja do seu smartphone. Em seguida, uma aba com formas de login (figura 18) vai aparecer para que o usuário escolha a forma que deseja criar sua conta, semelhante a imagem abaixo.

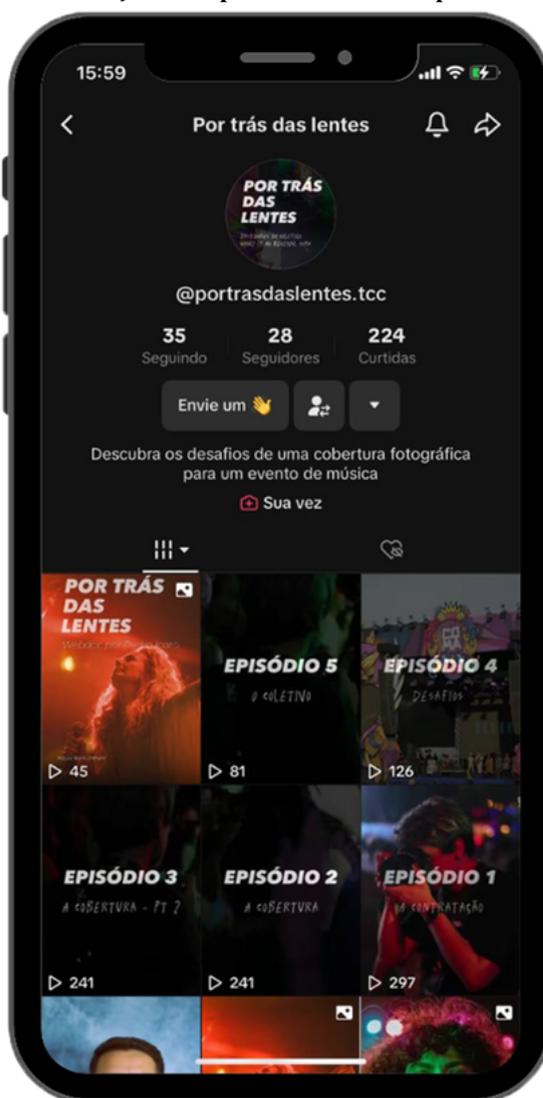
Figura 18 – Página inicial de login no TikTok



Fonte: TikTok

Após criar a conta, o usuário já pode acessar ao webdoc, através do link do perfil ou do QR Code, e ter uma experiência integral do conteúdo. Dentro do TikTok, os conteúdos são organizados de baixo para cima. Ou seja, para assistir na ordem cronológica, o primeiro episódio se encontra na parte de baixo e o último um pouco mais acima. Após ver o episódio um (figura 19), sem sair da tela de reprodução, basta arrastar o dedo na tela de cima para baixo que o episódio seguinte será reproduzido.

Figura 19 – Indicação dos episódios dentro do perfil no TikTok



Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023

9. DIVULGAÇÃO

Para que a produção chegasse ao máximo de pessoas, alguns métodos de divulgação foram utilizados, inclusive em plataformas diferentes. O coletivo recebeu os vídeos e postaram em seu perfil no Instagram uma prévia do episódio 4, assim que os vídeos ficaram disponíveis no TikTok, através de um Reels (figura 20). O post gerou comentários positivos de vários seguidores (figura 21), mostrando a importância da interação e da participação do público em todo o processo.

A imprensa também recebeu um release em que falava sobre o webdoc “Por trás das lentes”. Dois veículos deram espaço ao trabalho, o Alô Brasília (Figura 22 e 23) e o Visite Brasília (Figura 24). Além do digital, posterês do webdoc foram fixados (Figura 25) nas paredes da Faculdade de Comunicação da UnB juntamente com o QR Code que leva ao perfil no TikTok.

Figura 20 – Reels no perfil da Shake It



Fonte: Shake It, Instagram, 2023

Figura 21 – Comentários no Reels



Fonte: Shake It, Instagram, 2023

Figura 22 – Print da matéria digital no portal Alô Brasília



Fonte: Alô Brasília

Figura 23 – Matéria impressa no Alô Brasília

ALÔ Brasília

SEXTA-FEIRA, 08 DE DEZEMBRO DE 2023

www.alo.com.br

ALÔ Brasília

GERAL

Tropicália! - Feira de Discos

Mais que uma feira, a Tropicália! vai promover, em dois dias de evento (16 e 17 de dezembro), a oportunidade de garimpar pérolas de diferentes vertentes da música nacional e internacional. Para garantir a experiência, reuniu um time de expositores cujos acervos são trabalhados com uma curadoria refinada.

A proposta é que visitantes façam uma jornada musical, interajam entre si, conheçam novidades da cena fotográfica e voltem no tempo em vinhos que marcaram época. Passeio que ganha mais corpo com as histórias por trás de capas e encartes assinados por grandes artistas da fotografia, do design e da ilustração.

LOCAL

Exposição "É arte ou é moda?"

A partir de 12 de dezembro, a exposição coletiva "É Arte ou É Moda?", ocupa o Espaço Cultural do Venâncio Shopping e promove diálogos entre os processos criativos de artes visuais e a moda. A iniciativa acontece em acéssil aberto, onde 5 artistas plásticos convidados irão criar obras de arte em camisetas brancas. Até 23 de março de 2024, o público poderá observar o trabalho do coletivo Teia Ambulante e os artistas em seu processo criativo. Além da exposição de 16 obras, o espaço também terá uma arara recheada de peças que podem ser adquiridas pelos interessados. Para quem preferir, pode fazer encomendas diretamente com os artistas ou levar uma roupa para ser customizada na hora, basta explicar o conceito que quer e combinar o preço.

O SONHO DE CLARICE ESTREIA NO 56º FESTIVAL DE BRASÍLIA



Longa-metragem de animação é a primeira obra do gênero produzida na capital federal a chegar às telonas para o grande público

No próximo dia 11 de dezembro o Cine Brasília exibe o longa-metragem de animação inédito "O Sonho de Clarice". A obra, dirigida por Fernando Gutiérrez e Guto Bicalha, integra a programação da Mostra Brasília do 56º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro e é uma das concorridas ao 25º Troféu Cinema Legislativo do DF.

Será a primeira vez que o filme chega às telas de cinema, após uma produção de quase seis anos, com boa parte dela sendo feita no período da pandemia de Covid-19. Foi local de estreia não foi por acaso. Além do Festival de Brasília ser o mais antigo do Brasil, mais de 70% da equipe do filme é do Distrito Federal. Entre eles, estudantes do curso de Audiovisual do Instituto Federal de Brasília (IFB), além de artistas da cidade, como a cantora Ellen Oléria, que empresta sua voz à uma das personagens. Com uma equipe de mais de 80 profissionais, o filme contou com a participação de mais de 20 estudantes nas mais diversas etapas da produção, em funções como assistente de produção, produção de elenco, captação de som, rigging, animação e pós-produção. Vale ressaltar que foi realizado um FIC (formação inicial e continuada) de animação no Campus Recanto das Emas. Ao término do curso, diversos estudantes ingressaram na produção do filme, atuando em rigging, animação e pós-produção. Temos o orgulho de dizer que todas as pessoas que atuaram na etapa de composição do filme, foram ex-estudantes do curso de animação do IFB.

Cabe destacar também a relação entre o Sonho de Clarice e o Instituto de Artes da Universidade de Brasília, uma vez que o roteiro original do filme foi engendrado durante o processo de doutoramento do diretor Fernando Gutiérrez, junto a César Lignelli, professor do Departamento de Artes Cênicas da UnB, no contexto do Grupo de Pesquisa Vocalidade e Cena (CNPq).

SERVIÇOS

O Sonho de Clarice

11 de dezembro às 18h
Cine Brasília - Endereços:
SHCS 106/107 - Asa Sul - Brasília, DF, 70345-400
Animação | DF | 2023 | Rgmin
Classificação: Livre
Entrada gratuita (distribuição de ingressos na bilheteria a partir das 16h)
* Este filme possui recursos de acessibilidade com janela de libras, audiodescrição e legendagem descritiva.

Oficina de VideoArte é destaque na programação da 20ª MFL 2023

No OCBB Brasília, acontecerá uma oficina de vídeo-arte com celular, como parte integrante da programação na será acessível às pessoas surdas e contará com dois tradutores de Libras durante as aulas. O intuito da oficina, poética e audiovisual em Brasília.

Programação
16/12 (sábado - 9h às 12h)

Fonte: Alô Brasília

Figura 24 – Matéria no portal Visite Brasília

06:41
WhatsApp
visitebrasil.com.br

VISITE Brasília® Cadastre seu negócio

Estudante da UnB produz webdocumentário no TikTok sobre fotografia

Publicado: 08 Dezembro 2023

POR TRÁS DAS LENTES

Webdoc no TikTok por Pedro Ícaro
TCC da Faculdade de Comunicação da UnB

ASSISTA AQUI

Foto por Bruno Cavalcanti

Fale com o Visite Brasília

A plataforma TikTok, conhecida pelas e também pode ser um veículo para produções acadêmicas. O

Fonte: Visite Brasília

Figura 25 – Poster fixado no mural da Faculdade de Comunicação



Fonte: Acervo pessoal

10. MÉTRICAS

As métricas são formas de verificar e quantificar o desempenho de posts nas redes sociais. Cada plataforma possui métricas próprias que indicam se uma publicação deu certo, se atingiu o público esperado, se chegou aos seguidores etc. Dependendo da estratégia ou meta, métricas com números altos indicam bom desempenho daquele post. Dentro do TikTok também pode se quantificar esses tópicos. No perfil @portrásdaslentes.tcc foram analisadas as curtidas, comentários, salvamentos e visualizações.

Tabela 1 – Post com fotos n°1

Métricas	Quantidade
Curtidas	59
Comentários	4
Salvamentos	3
Visualizações	791

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

Tabela 2 – Post com fotos n°2

Métricas	Quantidade
Curtidas	25
Comentários	3
Salvamentos	2
Visualizações	255

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

Tabela 3 – Vídeo de introdução – “Comece por aqui”

Métricas	Quantidade
Curtidas	27
Comentários	3

Salvamentos	3
Visualizações	272

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

Tabela 4 – Episódio 1

Métricas	Quantidade
Curtidas	40
Comentários	4
Salvamentos	6
Visualizações	347

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

Tabela 5 – Episódio 2

Métricas	Quantidade
Curtidas	20
Comentários	-
Salvamentos	3
Visualizações	256

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

Tabela 6 – Episódio 3

Métricas	Quantidade
Curtidas	16
Comentários	-
Salvamentos	2
Visualizações	260

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor

Tabela 7 – Episódio 4

Métricas	Quantidade
Curtidas	21
Comentários	-
Salvamentos	3
Visualizações	140

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

Tabela 8 – Episódio 5

Métricas	Quantidade
Curtidas	20
Comentários	3
Salvamentos	2
Visualizações	95

Fonte: Por trás das lentes, TikTok, 2023. Tabela feita pelo autor.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fotografia é um dos principais meios em que o público pode conhecer os festivais de música. Essa divulgação, portanto, deve ser pensada, cada vez mais, em multiplataformas e o profissional que trabalha com ela deve estar consciente deste processo. Para as matérias que saem na imprensa sobre o evento, é necessário uma ou mais fotos, para o Instagram do festival é necessário várias fotos para poderem postar antes, durante e depois do evento, e assim por diante. Até mesmo a produção que contrata os fotógrafos observam as imagens e o trabalho publicado em suas redes sociais antes de escolher o melhor profissional. Ou seja, muitas possibilidades convergem na fotografia como um fator dominante entre a construção e planejamento de um festival de música. Independente da linguagem ou plataforma, a foto sempre estará presente nas maneiras de se comunicar. O webdoc “Por trás das lentes” nos prova essa importância na prática com o coletivo de fotógrafos Shake It.

A preparação para um evento é essencial, principalmente quando acontece em um ambiente novo que o profissional não conhece. Então, é necessário as reuniões, as visitas técnicas e os planejamentos em equipe. Apesar de os fotógrafos do coletivo não terem ido às visitas técnicas - isso não interferiu no trabalho - eles tiveram que chegar mais cedo ao evento para conhecerem melhor o espaço e as possibilidades de trabalho.

No planejamento, também a importância da divisão das tarefas. Nos dias 4 a 8 de outubro, o coletivo Shake It dividiu as funções entre os profissionais. Dos dias 4 a 6, Bruno Cavalcanti ficou responsável por fotografar o público e os palcos. A função dupla foi dada a ele devido ao tamanho reduzido que o Festival CoMA aconteceria durante a semana. Pedro Lacerda esteve fotografando durante os dias 7 e 8 de outubro e ficou responsável por fotografar apenas o público. As funções definidas para cada profissional é essencial, pois o foco é direcionado apenas àquela categoria a ser fotografada, gerando um maior aproveitamento do resultado do trabalho dos fotógrafos.

Segundo os entrevistados, trabalhar no Festival CoMA como profissional da fotografia é um privilégio. Todos têm seu trabalho respeitado e a produção do evento deixa todos bem livres para criar, mantendo a identidade da arte de cada um. Todos conseguem expor a sua identidade artística nas fotos e, como resultado, o Festival CoMA consegue fotos de diversas linguagens, cores, formatos e técnicas.

O webdoc “Por trás das lentes” foi completamente feito a partir desse questionamento geral de “como funciona todo esse trabalho dos fotógrafos?” e, de fato, a produção responde com detalhes essa pergunta em seus vídeos. O material mostra a importância do planejamento

e do briefing de cada dia de trabalho. Revela como os registros são planejados, as lentes, os ângulos escolhidos e até a importância de saber lidar com o público no festival, tornando-os participantes deste processo de interação.

Em seu último post, fixado no perfil no dia 14 de novembro, o Festival afirmou ser “impossível descrever o CoMA em palavras”. Nesses momentos especiais, quando não temos as letras certas, cabe apenas às imagens essa brilhante missão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUER, M. Os webdocumentários e as novas possibilidades da narrativa documental. **Avança Cinema**, avança cinema, Portugal, n. 2, p. 91 – 94, 2011. Disponível em: http://crosscontent.com.br/webdocumentario/os_webdocumentarios_e_as_novas_possibilidades_da_narrativa_documental.pdf. Acesso em: 9 de setembro de 2023.

BECKER, B. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. Estudos em Jornalismo e mídia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 6, n. 2, p. 95 – 108, 11 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n2p95>. Acesso em: 9 de setembro de 2023.

BRASIL, A. **Reconhecimento ao primeiro fotógrafo oficial de Brasília**. junho de 2015. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2015/06/15/reconhecimento-ao-primeiro-fotografo-oficial-de-brasilia/>. Acesso em: 3 de novembro de 2023.

BRASIL, A. **“Foi como um sonho”, diz o fotógrafo que registrou Brasília em 1957**. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-04/foi-como-um-sonho-diz-o-fotografo-que-registrou-brasilia-em-1957>. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. **A imprensa nas plataformas: como o vale do silício reestruturou o jornalismo**. Revista de Jornalismo ESPM, ano. 6, n. 20, pp. 48-83, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3ecG8GG>>. Acesso em: 10/11/23.

ESCOLA, B. **História da Fotografia**. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/curiosidades/historiadafotografia.htm#:~:text=A%20hist%C3%B3ria%20da%20fotografia%20teve,segundos%20para%20tirar%20uma%20fotografia>. Acesso em: 16 de outubro de 2023.

FELIZARDO, A.; SAMAIN, E. A fotografia como objeto e recurso de memória. **Discursos Fotográficos**, v. 3, n. 3, p. 205 – 220, dezembro 2007. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1500>. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

GREGOLIN, M.; SACRINI, M.; TOMBA, R. A. **Web-documentário – Uma ferramenta pedagógica para o mundo contemporâneo**. 2022. 59 p. Monografia (Comunicação Social – Jornalismo) — PUC-Campinas. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/tomba-rodrigo-web-documentario.pdf>. Acesso em: 3 de novembro de 2023.

INFOESCOLA. **Daguerreótipo**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/fotografia/daguerreotipo/>. Acesso em: 16 de outubro de 2023.

IT, S. **Shake It, Instagram**. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C0hyw4gv72L/?igshid=ODhhZWM5NmIwOQ==>. Acesso em: 6 de dezembro de 2023.

MARTINE, Joly. **A imagem e os signos**. 1º ed. Edição 70, 2005. p.209.

KEMP, S. **DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

KOSSOY, B. **Fotografia & história**. 2. ed. Ateliê Editorial, 2003. p.184. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=lZ83IeRyy1oC&oi=fnd&pg=PA15&dq=O+registro+visual+documenta,+por+outro+lado,+a+pr%C3%B3pria+atitude+do+fot%C3%B3grafo+diante+da+realidade%3B+seu+estado+de+esp%C3%ADrito+e+sua+ideologia+acabam+transparecendo+em+suas+imagens,+particularmente+naquelas+que+realiza+para+si+mesmo+enquanto+forma+de+express%C3%A3&ots=sF0xVFwmab&sig=SeuQf6562f1UG1N2ctBFTb2BIHg#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 16 de outubro de 2023

KOSSOY, B. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 3. ed. Ateliê Editorial, 2002. 152 p. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/kossoy-boris-realidades-e-ficoes-na-trama-fotograficapdf-pdf-free.html>. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

LENCASTRE, J. A.; CHAVES, J. H. A IMAGEM COMO LINGUAGEM. **Revista Galego-Portuguesa de Psicoloxía e Educación**, extra 1, p. 1162 – 1173, Setembro 2007. ISSN 1138-1663. Disponível em: <http://repositorium.uminho.pt/handle/1822/26093>. Acesso em: 13 de setembro de 2023.

LENTES, P. trás das. **Por trás das lentes, TikTok**. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@portrasdaslentes.tcc>. Acesso em: 3 de dezembro de 2023.

MANINI, M. P. A fotografia como registro e como documento de arquivo. **Gestão em Arquivologia: abordagens múltiplas**, p. 119 – 183, 2008. Disponível em: https://www.academia.edu/24771680/A_fotografia_como_registro_e_como_documento_de_arquivo. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

PAULO, G. do Estado de S. **The Town atrai meio milhão de pessoas e gera 20 mil empregos. Governo do Estado de São Paulo**. 2023. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/the-town-atrai-meio-milhao-de-pessoas-e-gera-20-mil-empregos/>. Acesso em: 3 de novembro de 2023.

PINHEIRO, C. *et al.* A Liga: dinamicidade e inovação nas abordagens jornalísticas televisivas. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Recife - PE: [s.n.], 14 a 16 de junho de 2012. p. 1 – 15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0120-1.pdf>. Acesso em: 4 de novembro de 2013.

RAMOS, F. P. O que é Documentário? **Estudos de Cinema SOCINE 2000**, Sulina, p. 192 – 207, 2001. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5622452/mod_resource/content/1/pessoa-fernao-ramos-o-que-documentario.pdf. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

RAMOS, M. Um breve ensaio sobre a fotografia e a leitura crítica do discurso fotográfico. **Studium**, Campinas, SP, n. 23, p. 24 – 33, 2006. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/12239>. Acesso em: 7 de novembro de 2023.

RIBAS, B. Contribuições para uma definição do conceito de Web Documentário. In: **Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line**. [s.n.], 2003. p. 1 – 17. Disponível em: https://facom.ufba.br/jol/pdf/2003_ribas_webdocumentario.pdf. Acesso em: 9 de setembro de 2023.

ROCHA, R. de M.; CASTRO, G. G. S. Cultura da mídia, cultura do consumo: imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. **Logos - Comunicação e universidade**, v. 16, n. 1, p. 48 – 59, Março 2010. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/361/321>. Acesso em: 9 de setembro de 2023

ROSA, M. V. de Figueiredo P. do C.; ARNOLDI, M. A. G. C. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismos para a validação dos resultados. 1. ed. [S.l.]: Autêntica, Junho de 2007. 112 p. Acesso em: 9 de setembro de 2023

ROSALÍA. **Motomami Performance (TikTok Live)**. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM&t=1140s&pp=ygUXcm9zYWxpYSBtb3RvbWFtaSB0aWt0b2s%3D>. Acesso em: 10 de agosto de 2023.

SPINELLI, E. M. Webdocumentário: implicações dos recursos tecnológicos digitais na composição estrutural e narrativa do formato. **Revista Comunicação Midiática**, v. 8, n. 2, p. 169 – 183, Maio 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4790793.pdf>. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

TIKTOK. **History Behind Our Most Popular Dances**. Disponível em: <https://www.tiktok.com/tiktok-rewards/history-behind-our-most-popular-dances/>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

TIMES, T. N. Y. **Que Google, que nada! TikTok vira o mecanismo de busca 'queridinho' da Geração Z**. setembro de 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2022/09/que-google-que-nada-tiktok-vira-o-mecanismo-de-busca-queridinho-da-geracao-z.ghtml>. Acesso em: 12 de outubro de 2023.

TOWN, T. **Informações The Town São Paulo**. Disponível em: <https://thetown.com.br/pt/informacoes/>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

APÊNDICES

APÊNDICE 1: Perguntas Iniciais - *SHAKE IT*

- **Porque *Shake It* ?**

R: O nome nasceu a partir da técnica *slow shutter* (obturador lento) que utiliza o obturador da câmera aberto por um tempo maior, e possibilita registrar o rastro da luz presente no lugar criando novas formas, imagens e texturas para a fotografia com um simples “balançar” da câmera durante a captação. Era uma técnica muito utilizada por fotógrafos de diversas áreas há alguns anos atrás e também compunha parte da identidade do Thum, nosso fundador.

- **Quando o coletivo foi criado? Teve um responsável pela criação ou foi algo conjunto?**

R: Oficialmente a marca Shake it entrou em vigência a partir de 2012, idealizada por Thum Thompson, que a criou a fim de trazer mais profissionalismo para as coberturas. Thum começou a fotografar a cena noturna brasileira despretensiosamente com o intuito de se reaproximar das pessoas daqui, em 2010, considerando a recém volta para a cidade após muitos anos fora. Em 2014 Thum convidou novos membros para trabalharem ao seu lado e que deram continuidade à marca também assinando como Shake it, nascendo assim o coletivo de criadores em fotografia.

- **Qual objetivo do coletivo?**

R: A Shake it é um coletivo audiovisual que atua em coberturas que vão do underground ao mainstream, de festas a shows e festivais que englobam a cena cultural do Distrito Federal afora. O objetivo é passar através das imagens a atmosfera e experiência únicas inerente a cada cobertura executada, sempre com um viés mais artístico, não só de registros.

Outro pilar importante na Shake it é a troca de experiências entre si e o comprometimento com os profissionais na área, tendo em vista as instabilidades que a profissão pode apresentar, assim como a dificuldade em se manter consistente no mercado.

- Quais são os integrantes atualmente? Todos são fotógrafos ou tem pessoas de outras áreas também?

R: Atualmente nove pessoas compõem o coletivo: Amanda Goes, Bruno Cavalcanti, Fernanda Coutinho, Julia Bandeira, Luara Baggi, Lucas Las-Casas, Pedro Lacerda, Thum Thompson e Victor Diniz. Quase todos são fotógrafos, contudo alguns membros tem outros trabalhos que acabam somando com a experiência audiovisual do coletivo, como produção, marketing, jornalismo, entre outros. De qualquer forma, a fotografia é parte essencial na vida de todos os integrantes da Shake it.

- Todos os integrantes são de Brasília?

R: Quase todos são, mas atualmente temos o Lucas e a Julia morando em Curitiba - PR e São Paulo - SP, respectivamente.

- Existe um foco que cada integrante do coletivo segue dentro da fotografia ou todos são do segmento de eventos?

R: Todos de evento, porém cada membro tem sua particularidade (tal como tipo de evento ou festa que mais gosta de trabalhar/tem identificação) ou desenvolve trabalho autoral, como o Pedro que também é mestre e artista visual, e Victor que também é conhecido pela fotografia de nu artístico. Vale ressaltar que estamos explorando mais vídeos e GIFs, que vêm sendo inclusive utilizados por algumas festas que cobrimos.

- Como vocês recebem as demandas? Uma pessoa responsável recebe e repassa para os fotógrafos?

R: A marca Shake it, além de coletivo, se tornou uma empresa de fotografia recentemente e está com planos de crescimento em andamento. Bruno é o fotógrafo responsável por tocar a empresa adiante, estando à frente dos maiores contratos ou coberturas que demandam mais de um fotógrafo, junto com a Fernanda, que também faz o administrativo da empresa. A distribuição de demandas acontece de forma democrática, de acordo com interesse e agenda dos membros. Ademais, cada integrante tem total autonomia sobre seu trabalho e na maioria das vezes é quem faz o contato direto com o seu contratante.

- Já enfrentaram dificuldades com os produtores de eventos? Podem exemplificar?

R: Como já foi citado anteriormente, a vida de fotografia, principalmente a de freelancer,

pode ser muito instável, principalmente em questões de saúde mental e financeira. Um dos problemas mais comuns que enfrentamos é a dificuldade em chegar a valores realistas de trabalhos, geralmente sempre há negociação. Felizmente, por sermos um coletivo unido e extremamente profissional, cada vez mais conseguimos chegar a valores dignos de trabalho.

- O que vocês sugerem que não pode faltar nesse webdoc? Pode ser algum tema pra entrevista ou alguma cena, fiquem à vontade.

R: Acho que algo que poderia enriquecer esse trabalho, seria você nos acompanhar em 1 ou 2 eventos, e entender um pouco como funciona nosso processo de trabalho, visto que acho que poucas pessoas não-fotógrafas de eventos sabem o que passamos. Além disso, você está mais do que convidado a participar de uma reunião de trabalho nossa para compreender melhor as dinâmicas de organização de trabalho nossas.

APÊNDICE 2:

Release enviado para imprensa

Estudante da UnB produz webdocumentário no TikTok sobre fotografia

O webdoc aborda a rotina e desafios do coletivo Shake It na cobertura do Festival CoMA

A plataforma TikTok, conhecida pelas dancinhas e virais, também pode ser um veículo para produções acadêmicas. O estudante Pedro Ícaro, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), optou pela rede social para ser o meio de veiculação do seu produto de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC): o webdocumentário “Por trás das lentes”.

Na produção, Pedro acompanha a rotina do coletivo de fotógrafos Shake It na cobertura do festival CoMA, desde o momento da contratação para o evento, passando pelos bastidores, palco, os desafios, até a entrega do material. A história do Shake It também é contada na rede.

“A ideia surgiu porque eu também sou fotógrafo, há seis anos, e entendo quais são os desafios de fotografar um evento. Então, decidi mostrar isso às pessoas. Os profissionais do coletivo Shake It sempre foram uma inspiração para mim e decidi convidá-los para participar do webdoc”, disse Pedro.

Segundo o estudante, a proposta de trazer um documentário para o TikTok é justamente pelo caráter inovador, visto que a plataforma não é conhecida por este tipo de conteúdo. Além disso, fugir da orientação de que um documentário é montado apenas na horizontal.

Os cinco episódios estão dispostos em um perfil exclusivo no TikTok (@portrasdaslentes.tcc), com entrevistas com os profissionais do coletivo Shake It, Bruno Cavalcanti e Pedro Lacerda, e o idealizador do coletivo, Thum Thompson.

Serviço:

Por trás das lentes

Link: <https://www.tiktok.com/@portrasdaslentes.tcc>

APÊNDICE 3: Perguntas feitas no dia do Festival CoMA para o fotógrafo Pedro Lacerda e respondidas em vídeo dentro dos episódios

- Como começou no Shake It? Foi descoberto, passou por alguma seleção?
- Em média, quanto tempo de antecedência vocês são convidados a fotografar um evento? Quando começaram as negociações para a contratação do Shake It para COMA?
- Sabe por quanto tempo o Shake It faz parte da cobertura do COMA?
- Como vocês recebem o convite para os eventos? Tem alguém responsável do coletivo que faça essa intermediação?
- Vocês recebem o briefing no momento da contratação? Existe alguma exigência que o COMA faz do que não pode ter nas fotos?
- Sobre as entregas das fotos, como funciona?
- Você considera suas fotos versáteis? Elas podem ser publicadas tanto no Instagram quanto em um jornal tradicional? Você pensa nisso no momento da captação?
- Você sabe onde sua foto vai ser publicada? Se vai ser no Instagram ou em outras plataformas?
- Você acha que as fotos do COMA transmitem a essência do festival? Porque isso é importante?
- Quais desafios de se fotografar um evento? No COMA passou por algum desafio que precisou enfrentar?
- O que você tirou de recompensa da cobertura da edição deste ano? Foi uma boa cobertura?

APÊNDICE 4: Perguntas feitas para o Pedro Lacerda durante o Festival CoMA e respostas estão contidas dentro dos episódios

- Existe uma forma específica que os produtores do CoMA gostam das fotos? Te passam algum briefing?
- É a primeira vez que você participa do evento?
- Vocês estudam os artistas que vão cantar? Isso influencia em algo?
- As fotos que vocês fazem vão para quais canais?