



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

ERICK VINÍCIUS DE AGUIAR

VENDE-SE UM FAROESTE:
PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE LONGA-METRAGEM PARA O
MERCADO

BRASÍLIA - DF
2025

ERICK VINÍCIUS DE AGUIAR

**VENDE-SE UM FAROESTE:
PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE LONGA-METRAGEM PARA O
MERCADO**

Produto acompanhado de Memorial Descritivo apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Audiovisual.

Orientador: Prof. Mauro Giuntini Viana

BRASÍLIA - DF
2025

ERICK VINÍCIUS DE AGUIAR

**VENDE-SE UM FAROESTE:
A PREPARAÇÃO DE UM PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE
LONGA-METRAGEM PARA O MERCADO**

Produto acompanhado de Memorial Descritivo apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de bacharela em Comunicação Social, com habilitação em Audiovisual.

Brasília, 12 de fevereiro de 2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Mauro Giuntini Vianna

Orientador

Prof. Pablo Gonçalo

Examinador

Prof. Armando Bulcão

Examinador

Prof. Sérgio Ribeiro

Suplente

RESUMO

Esta pesquisa aplicada em audiovisual apresenta o desenvolvimento de um projeto de filme de longa-metragem do gênero faroeste (produto) intitulado Matar ou Morrer no Araguaia, acompanhado de um Memorial Descritivo que detalha a sua elaboração. O produto – a Pasta do Filme, é constituído de um documento de venda denominado *Pitch Deck*, que contempla os requisitos dos principais editais de fomento na categoria de desenvolvimento de projetos (Fundo de apoio à Cultura do Distrito Federal - FAC/DF e Fundo Setorial do Audiovisual - FSA), compreendendo: Sinopse de venda, *logline*, referências estéticas e narrativas, visão original, proposta de venda, descrição dos personagens principais, anexo de argumento sintético e proposta de marketing. Por sua vez, o Memorial Descritivo apresenta os objetivos, justificativas e embasamento teórico do estudo, além de uma síntese da metodologia de desenvolvimento de projetos audiovisuais (Metodologia DPA) adotada na execução do produto e na criação da respectiva narrativa. A expectativa é a de que a pesquisa possa contribuir para os estudos de desenvolvimento de projetos audiovisuais no contexto do mercado brasileiro.

Palavras-chave: desenvolvimento de roteiro; longa-metragem; narrativa; mercado.

ABSTRACT

This applied research in audiovisual presents the development of a feature *Western* film project (product) called *Matar ou Morrer no Araguaia*, which comes with a Descriptive Memorial that details its production. The product - a *Pitch Deck*, meets the requirements of the main funding notices lines in project development category (FAC/DF and FSA), comprising: Sales synopsis, Logline, Aesthetic and narrative references, Author's vision, Sales proposal, Description of the main characters, Synthetic argument and Marketing proposal. In turn, the Descriptive Memorial presents the objectives, justifications and theoretical basis of the study, in addition to a summary of the Methodology for developing audiovisual projects (DPA Methodology) adopted in the product's execution and in creation of the respective narrative. The expectation is that the research can contribute to studies on films project development subject in the Brazilian market context.

Keywords: project development; feature film; narrative; script; market.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução do texto ao longo do processo de desenvolvimento de roteiro.	22
Figura 2 - <i>Feedback</i> da oficina de logline do canal Narratologia.....	31
Figura 3 - Design de Elenco do Longa-metragem.....	33
Figura 4 - Esquema da inter-relação entre os pilares narrativos e a Jornada do Herói.....	34
Figura 5 - Esquema de perspectiva piramidal do projeto.....	36
Figura 6 - Composição da Pasta do filme	36
Figura 7 - Marketing Mix.....	37
Figura 8 - Exemplo de registro de experiência do roteirista Fábio Barreto no Pitching Editorial da Rio 2C.....	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Editais de referência adotados pelo estudo.....	28
Tabela 2 - Arquétipos do marketing presentes no filme.....	38

SUMÁRIO

1. Introdução.....	9
1.1 Objeto de pesquisa.....	10
1.2 Problema de pesquisa	10
1.3 Objetivo geral	10
1.4 Objetivos específicos	11
2. Justificativa	11
2.1 Desenvolvimento de projetos de longa-metragem e o mercado contemporâneo	11
2.2 Uma perspectiva pessoal	12
3. Desenvolvimento e formatação de projetos de longa-metragem	14
3.1 A metodologia DPA	14
3.2 Conceitos básicos - formatação de projetos	15
3.3 Apresentação do projeto - o pitching	17
4. Western: breve histórico e convenções de gênero.....	18
4.1 A escolha pelo faroeste	20
5. O papel do roteirista no mercado contemporâneo	22
6. O desenvolvimento da estória	26
6.1 Construção da narrativa atual	27
6.2 Ideia governante e logline.....	29
6.3 O Argumento	31
7. A Formatação do projeto	35
7.1 A Pasta do filme	35
7.2 Proposta de marketing	36
7.3 Estratégia de pitching	38
Considerações finais.....	40
Referências bibliográficas	42
Referências cinematográficas.....	46
APÊNDICE - Pasta do filme	47

1. Introdução

Esta pesquisa aplicada em audiovisual busca apresentar um projeto de desenvolvimento de filme de longa-metragem do gênero faroeste intitulado Matar ou Morrer no Araguaia, acompanhado do respectivo Memorial Descritivo detalhando sua elaboração.

O produto constitui-se na *Pasta do Filme*, apresentando inicialmente um documento de venda (*Pitch Deck*)¹, cuja composição constitui uma apresentação comercial completa do projeto, incluindo sinopse de venda, *logline*, referências estéticas e narrativas, visão original, proposta de venda e descrição dos personagens principais. Os anexos incluem um argumento sintético e proposta inicial de marketing do projeto, integralizando o conteúdo da Pasta.

A estruturação destes elementos deu-se com base nos preceitos da metodologia de Desenvolvimento de Projetos Audiovisuais - DPA (CARDOSO & ORTEGA, 2016) que consiste em uma sistematização de procedimentos que buscam oferecer um padrão de qualidade artística e comercial à projetos audiovisuais de diferentes formatos. Visando adequar a metodologia à realidade do mercado brasileiro, foram considerados ainda os principais requisitos exigidos pelas linhas de desenvolvimento de projetos de longa metragem em editais de fomento de relevância nacional e regional, quais sejam, o Fundo Setorial de Audiovisual - FSA, o Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal - FAC e adicionalmente a Lei Paulo Gustavo - LPG, que apesar não apresentar a constância dos editais convencionais, destinou linhas específicas para o desenvolvimento de roteiros com cifra expressivas, representando portanto uma referência interessante para a finalidade deste estudo.

Já o Memorial Descritivo detalha o processo de elaboração do produto e, com base no regramento da Faculdade de Comunicação - FAC/UnB, inclui, objetivos, justificativa, discussão teórica, descrição do processo criativo, considerações finais, referência e o produto mencionado como apêndice.

Os objetivos estão definidos como geral e específicos, e a justificativa fornece as motivações deste estudo, consistindo basicamente em sua importância para os estudos sobre mercado audiovisual (especificamente o desenvolvimento de projetos) e motivação pessoal do trabalho. A discussão teórica envolve o embasamento acadêmico e outras referências da

¹ Segundo o SEBRAE, o *pitch deck* trata-se de uma apresentação que tem por objetivo demonstrar um panorama geral de um determinado negócio (neste caso, uma proposta de longa-metragem) de modo que os investidores entendam o seu potencial de geração de lucro e possam oferecer propostas de investimento para ele.

pesquisa e da execução do produto, dividindo-se em alguns eixos principais: (i) O desenvolvimento de projetos de longa-metragem, abordando a realidade do mercado no recorte desta atividade e a metodologia DPA, (ii) O papel do roteirista no mercado contemporâneo, consistindo num pequeno estudo da carreira do profissional roteirista na realidade brasileira e (iii) um breve apontamento do gênero Faroeste no recorte do estudo.

A descrição do processo criativo detalha os procedimentos, referências e técnicas utilizadas na elaboração da narrativa em si, desde o desenvolvimento do primeiro tratamento até o argumento inédito, além de trazer ainda apontamentos e impressões pessoais do processo, funcionando adicionalmente como um “diário de bordo”. O Memorial termina com as considerações finais, onde é colocado um registro sintético do estudo, bem como perspectivas para futuras pesquisas de temática semelhante e sua importância para o desenvolvimento da carreira de criador de conteúdo ficcional audiovisual.

1.1 Objeto de pesquisa

O objeto da pesquisa é a preparação do projeto de desenvolvimento do longa-metragem Roberto Araguaia e a Balada na Cachoeira para negociação no mercado audiovisual brasileiro, principalmente por meio de (i) participação em eventos (rodadas de negócio, feiras, festivais) do setor audiovisual e (ii) submissão às chamadas públicas de fomento via editais abertos.

1.2 Problema de pesquisa

O problema de pesquisa consiste-se na seguinte questão: em que medida as técnicas de escrita clássica, associadas à estratégias de comunicação e marketing, podem auxiliar e potencializar o desenvolvimento de um projeto de longa-metragem com vistas à sua negociação no mercado brasileiro.

1.3 Objetivo geral

Executar a preparação do projeto de desenvolvimento de um de longa-metragem com vistas à sua negociação no mercado audiovisual brasileiro, por meio de rodadas da participação em eventos do setor audiovisual e submissão às chamadas públicas de fomento.

1.4 Objetivos específicos

- ✓ Promover o processo de desenvolvimento do *Story* na forma de um novo argumento (acompanhado de respectiva *logline* e sinopse) a partir das técnicas clássicas de (re)escrita e seguindo a formatação exigida dos editais de fomento em desenvolvimento de projetos de longa-metragem;
- ✓ Elaborar estratégia de comunicação para o projeto, balizado pelo argumento desenvolvido, compreendendo um documento de venda (*Pitch Deck*) e proposta inicial de marketing;
- ✓ Elaborar plano de apresentação da ideia (pitching);

Para além da intenção de despertar o simples interesse comercial na obra, pretende-se, sempre que possível, analisar criticamente os principais aspectos ao longo do processo de adequação final do produto, como possíveis conflitos entre fatores artísticos e comerciais, preservação da função social da obra e dificuldades/ entraves da realidade do mercado brasileiro.

2. Justificativa

2.1 Desenvolvimento de projetos de longa-metragem e o mercado contemporâneo

A produção cinematográfica nacional dinamizou-se a partir dos anos 2000, levando ao aumento considerável de projetos de longa-metragem submetidos aos editais de fomento (por exemplo, o Fundo Setorial do Audiovisual - FSA) e/ou negociados com os *players* de mercado (canais, grandes produtoras, etc). Tal mudança de paradigma foi sem dúvida um avanço para a indústria nacional, mas também trouxe à tona as dificuldades do setor. Um dos principais gargalos apontados pelos produtores executivos e demais gestores da indústria é justamente o marco inicial de qualquer projeto audiovisual - o roteiro, especialmente no que se refere à sua estrutura narrativa, viabilidade de execução e capacidade sintética de

comunicação da ideia central (tema) por parte dos autores. As instituições públicas de fomento, por sua vez, alegam dificuldades dos proponentes na entrega de projetos formatados adequadamente segundo o regramento dos editais (LIMA, 2015).

O estudo foi pautado por minha própria experiência na finalização e formatação mercadológica de um projeto de longa-metragem idealizado no ano de 2023: *Matar ou Morrer no Araguaia*. Trata-se de um longa-metragem do gênero faroeste ambientado no norte do estado do Mato-Grosso de 1982, onde acompanhamos a história de um delegado da polícia civil que usa fogo contra fogo no combate à intensa violência que permeia as pequenas cidades do interior do estado, bem como suas ainda mais remotas zonas rurais. Em seu primeiro tratamento, a narrativa apresenta um protagonista clássico do gênero, mas submetido à forças antagônicas não necessariamente maléficas, sendo seu arco dramático guiado por uma mudança positiva nos valores de sua prática da violência institucional e pessoal. Como descrito adiante na metodologia do trabalho, a etapa inicial é refinar esta premissa dramática inicial usando a narrativa do roteiro original como marco inicial do desenvolvimento do projeto, promovendo o aperfeiçoamento do texto por meio das ferramentas clássicas de reescrita.

A partir dos resultados desta etapa inicial, foi elaborado o projeto completo conforme exigido pelos principais editais de fomento visando o desenvolvimento de projeto (como já comentado), contendo uma nova versão da estória (argumento de 5 páginas) acompanhado de estratégias visuais e de comunicação que possam auxiliar na negociação do produto. Ao final, pretende-se consolidar todo o conteúdo do projeto em um único documento principal, facilitando a leitura do material e sua posterior circulação nos eventos do setor e submissão aos principais editais de fomento público do país.

2.2 Uma perspectiva pessoal

A inspiração para a história vem de uma experiência pessoal. Depois que meus pais se separaram, minha mãe mudou-se para Araxá com os filhos e meu pai iniciou carreira na Polícia Civil como delegado, sendo sua primeira atuação no norte do estado do Mato Grosso, na divisa com o Pará, durante a década de 1980.

Meu irmão e eu não o víamos com frequência nessa época. Anos depois, já crescidos, e o visitando mais (ele já estava vivendo em Cuiabá) começamos a ouvir algumas histórias de sua época no interior, corroboradas por vários de seus colegas; pelo menos por aqueles que ainda estavam vivos, pois algo que unia todas essas histórias era a violência potencialmente fatal, de todos os tipos, níveis e intensidade. Uma violência difusa, praticada por todos os envolvidos, polícia, bandido, civis, brancos, pretos e indígenas, obviamente por diferentes motivações e necessidades. E até onde eu podia perceber, não havia arrependimentos, ou mesmo desconforto - precisava ser feito. Inclusive, a maioria daqueles personagens ainda adotava uma conduta violenta até aquele momento de suas vidas; aparentemente não haveria outra forma. De fato, com o tempo, percebi que era de certa forma um “maneirismo” do estado, e confirmei minhas suspeitas ao ler alguns jornais populares de Cuiabá.

No meio disto tudo, havia ainda a figura da minha avó, Dona Tita, uma mulher que comandava sozinha uma pensão numa região perigosa da capital. Além de ser infinitamente mais amedrontadora que meu pai, era ainda uma experiente Mãe de Santo, e dirigiu por alguns anos um terreiro de Candomblé no bairro da Prainha. Dentre vários “trabalhos” atribuídos a ela, um deles incluiu “fechar o corpo” do filho que, coincidência ou não, foi um dos poucos sobreviventes da turma de delegados egressos de sua época a aposentar-se no começo dos anos 2010.

Um dia, escutamos a história de um bandido que por anos buscava vingança contra meu pai, até ser encurrulado em uma caverna encravada numa pequena cachoeira próxima de Vila Rica. De acordo com os relatos, antes de ser alvejado pelos policiais, ele disparou contra meu pai; o projétil passou raspando pelo seu torso, abrindo uma grande ferida cuja cicatriz permaneceu para sempre. O enfermeiro que atendeu-o no pequeno posto ali próximo anunciou que, se a bala atingisse mais alguns centímetros à esquerda, a vingança de seu algoz teria se sucedido. Meu pai, que tinha certa resistência com a religiosidade da mãe, apesar de claramente apresentar alguma mediunidade, contou apenas aos filhos um pequeno detalhe: de acordo com ele, ao contrário da versão oficial da história, ele não escorregou em uma pedra, ou coisa do tipo - algo o empurrou na hora certa.

Por anos, meu irmão e eu discutimos esta história, até que finalmente resolvi colocar a história no papel, e assim nasceu o universo de Roberto Araguaia, caótico, colorido e singular

como o Brasil, onde convivem, na tropicalidade da Amazônia Meridional, polícia, bandido, padre, mãe de santo, índio, arma, viola, festa, chacina, arrependimento e redenção.

3. Desenvolvimento e formatação de projetos de longa-metragem

Um produto audiovisual, para existir, deve passar pelos processos de criação, pesquisa, produção e consumo, que conhecemos como desenvolvimento de projetos, produção e comercialização (CARDOSO & ORTEGA, 2016).

Ao elegermos a etapa do desenvolvimento no cerne desta investigação, é importante compreender em qual posição da cadeia produtiva ela se encontra e quais são suas características. Alguns autores, ao identificarem a produção como a primeira fase da cadeia audiovisual, incluem entre as ações realizadas pelo agente cultural (geralmente a empresa produtora, coletivo ou núcleo criativo) a escritura de roteiros e a captação de recursos, além de definição e contratação de equipe e elenco, pré-produção, filmagens e todo o trabalho de pós-produção e finalização (RODRIGUES; SILVA, 2010). Para outros, o desenvolvimento configura uma etapa em si e antecede a produção, distribuição e exibição (DIAS; SOUZA, 2010). As atividades usualmente compreendidas no desenvolvimento são: concepção da ideia, aquisição de direitos, escritura e reescrita de roteiro, pesquisa de mercado, financiamento, busca de talentos, marketing e distribuição (PARDO, 2002).

3.1 A metodologia DPA

A Metodologia DPA - “Metodologia de Desenvolvimento de Projetos Audiovisuais” foi criada pelo espanhol Pablo Del Teso em 2007, sendo posteriormente traduzida para o português do Brasil por Cardoso e Ortega (2016). Como o nome indica, trata-se de um conjunto de procedimentos metodológicos destinados à orientar o desenvolvimento de um projeto audiovisual visando garantir ao produto final um alto nível de profissionalização ao estabelecer uma linguagem comum entre todos os atores da indústria internacional.

O princípio basilar da metodologia é o de que o desenvolvimento da indústria audiovisual deve ser pautado no equilíbrio entre um avanço nos aspectos artísticos e a autossustentabilidade comercial num ciclo de criação-produção-consumo. A partir desta perspectiva, uma indústria meramente focada na bilheteria e sem valores artísticos conseguiria tão poucos avanços quanto outra com altos valores artísticos, mas sem público. A DPA, portanto, entende a inovação artística como motor da evolução da indústria audiovisual e a sustentabilidade econômica como o seu combustível. Neste contexto, projetos pensados com o único objetivo de expressão artística (como a videoarte ou os filmes experimentais) ou aqueles que perseguem um objetivo exclusivamente comercial (uma consolidada “fórmula comercial”) não são pensados no escopo do método.

Para tanto, a metodologia DPA oferece modelos próprios de formatação e execução para o desenvolvimento de projetos audiovisuais, sendo discutidos abaixo aqueles que podem auxiliar com os objetivos deste estudo. Contudo, cabe ressaltar que o método não reflete as práticas habituais no desenvolvimento de projetos no Brasil e na América Latina como um todo, fornecendo apenas um conjunto de boas práticas visando a melhoria do fluxo destas atividades.

3.2 Conceitos básicos - formatação de projetos

A metodologia DPA entende o processo de produção audiovisual em 3 etapas: Desenvolvimento, produção e comercialização, que por sua vez também podem ser subdivididas de acordo com a estrutura e objetivos do agente executor. No caso da etapa de desenvolvimento a estrutura é composta por pré-desenvolvimento, desenvolvimento propriamente dito e o pós-desenvolvimento.

Outro conceito importante apresentado pela metodologia é o do projeto audiovisual em si, cujo teor parte da compreensão do filme como obra cultural. De acordo com os autores, um filme é

- ➔ uma obra audiovisual composta por imagens e sons registrados em qualquer suporte;
- ➔ correspondente aos gêneros de ficção ou documental;

- ➔ de formato unitário², seriado e episódio;

Para além destes aspectos práticos, os elementos tangíveis, um filme também abrange o que Del Teso (CARDOSO & ORTEGA, 2016) denomina de aspecto intangível, constituindo-se como a obra em si mesma (sua mensagem), a qual o espectador tem acesso ao assistir e compreender as imagens e os sons exibidos na sala de cinema. É onde centra-se a essência do projeto de longa-metragem, que compõe uma potencialidade do filme proposto - sendo, portanto, necessário aportar certa dose de imaginação para a total compreensão do valor artístico e cultural que reside na fase embrionária da ideia. O projeto tenta sintetizar algo que ainda não existe, e carrega grande expectativa de geração de resultado baseado apenas na ideia original. Assim, para sua viabilização é fundamental, harmonizar aspectos técnicos, artísticos e legais.

Para efeitos práticos, a Metodologia DPA formata este conceito de projeto no documento denominado Pasta do Filme (*Film Package*), cujo teor constitui um conjunto de documentos que servem como suporte para um determinado projeto. É importante ressaltar que este documento contempla um padrão internacional de qualidade, referente a um projeto maduro e relativamente desenvolvido por agentes do mercado e/ou culturais (produtoras, canais, etc) e já contando com algum tipo de suporte financeiro. O projeto escolhido como objeto de pesquisa deste trabalho é de caráter essencialmente pessoal, e encontra-se em uma fase consideravelmente mais embrionária às etapas finais da metodologia DPA.

Assim, no contexto deste estudo, a formatação proposta do projeto final consiste em uma versão simplificada da Pasta do Filme, adaptada às exigências do mercado brasileiro, em especial os instrumentos de fomento já discutidos anteriormente. Neste sentido, serão considerados os padrões de formatação adotados pelo FSA, FAC/DF e alguns elementos da Lei Paulo Gustavo. Os detalhes na formatação do projeto serão discutidos adiante no item Metodologia.

² o formato unitário corresponderia àquelas obras audiovisuais compostas por uma única entrega, como os curtas-metragens, longas-metragens e filmes para TV, enquanto peças únicas e independentes de formatos episódicos (trilogias, sequências, etc).

3.3 Apresentação do projeto - o *pitching*

De acordo com Serrano (2009), o Pitching nada mais é que a comunicação de uma ideia por parte do criador a um potencial realizador - seja este um canal, uma produtora ou distribuidora. Neste arranjo, a ideia em si torna-se o produto a ser negociado, e assim o "cliente" não é ainda o grande público, mas sim os *players* (produtoras e canais) de mercado, atuando como intermediários deste processo de consumo. Aqui, a habilidade do criador em despertar o interesse dos ouvintes é fundamental, pois, em síntese, a valoração de sua proposta será realizada com base na expectativa de ganho que o projeto poderá gerar nos agentes de mercado. Conforme Elsbach (2003) este panorama encara o produto audiovisual como uma espécie de "marca" (como já abordado anteriormente) e o Pitching simbolizaria o posicionamento desta marca frente aos produtores. Para o autor, este processo representa, para a indústria, maior controle e agilidade do processo criativo, constituindo-se um tipo de "capital autoritário" frente ao criador que, por sua vez, apesar de teoricamente ampliar seu ambiente de inserção profissional (como abordamos na contextualização deste estudo), conta agora com menor autonomia no processo criativo frente a eventuais mecanismos de controle do mercado.

O audiovisual brasileiro ainda engatinha em relação às práticas tradicionais desta relação comercial. Diversos eventos, como as rodadas de negócios, já oferecem a possibilidade da apresentação direta do criador a potenciais interessados, mas apenas recentemente a prática vem sedimentando-se no setor. O Rio Content Market - Rio 2C, a partir de 2023, vêm oferecendo duas modalidades de apresentação de projetos pessoais - o *pitching creator*³ e o *pitching editorial*⁴. Ambos os momentos constituem-se em oportunidades de criadores de conteúdo independentes apresentam suas ideias originais para produtores e *players* do mercado audiovisual. O Pitching editorial, por se propor a prospectar material literário com potencial para adaptação audiovisual, torna-se um destino natural para projetos pessoais e independentes. De acordo com a *head* de mercado do evento, Susana Campos:

³ <https://content.rio2c.com/programacao>

⁴ <https://www.publishnews.com.br/materias>

O objetivo da iniciativa é fomentar negócios no setor editorial, estabelecendo pontes entre autores independentes e agentes de editoras, conectando obras literárias ao segmento audiovisual para adaptações"(...) Como a indústria criativa se alimenta das propriedades intelectuais, percebemos a importância de inserir o mercado editorial na programação do evento (SOBOTA, 2023).

A ideia da venda de propriedade intelectual, independente do formato proposto, parece se alinhar com o conceito do “caramelo” (SERRANO, 2009) presente no mercado espanhol que compreende um elemento de apresentação que sintetiza um “concentrado de possibilidades” de desenvolvimento para um determinado projeto, sem uma definição pré-definida do formato.

Esta realidade, obviamente, traz mudanças estruturais nas relações comerciais dos projetos audiovisuais, pois de certa forma desloca o eixo referencial do processo de decisão dos *players*, concentrando-o mais no potencial de geração de produtos a partir da ideia inicial em detrimento do valor artístico da narrativa em si, geralmente o foco do criador durante o desenvolvimento da ideia.

4. *Western*: breve histórico e convenções de gênero

A origem do Western obviamente confunde-se com a conquista do oeste nos Estados Unidos. Enquanto ficção literária e gênero do cinema, construiu um imaginário que transfigura uma experiência histórica de conquista territorial daquele país, no plano da ordem social e dos valores fundamentais que prepararam a nação no sentido moderno. Tal formação foi também emulada em outros países emergidos de situações coloniais, e de maneira semelhante, envolveu processos migratórios os mais variados e a prolongada guerra de extermínio contra as populações nativas que fez dessa expansão um processo representado, *grosso modo*, do ponto de vista dos vencedores (DE MATTOS, 2004).

No Brasil, é um aparente consenso que o surgimento do gênero deu-se com *O Cangaceiro* (Lima Barreto, 1953), que a partir de então estabeleceu o tom das demais produções nacionais, focadas no banditismo de classe da região nordeste - motivo pelo qual o faroeste aqui foi apelidado, pelo crítico e escritor Salviano Cavalcanti de Paiva, de *nordestern*. Depois de um certo período de ostracismo, o gênero para estar aquecendo-se novamente, com a produção de séries de alta qualidade como *Cangaço Novo* (Fábio

Mendonça, 2023) e *Maria e o Cangaço* (Sérgio Machado, em produção) todas gravadas na cidade de Cabaceiras (PB), a "Roliúde Nordestina" que já sediou inclusive os cenários de *O Auto da Compadecida* (Guel Arraes, 2000).

As convenções do gênero são claras, especialmente em sua fase inicial: as narrativas geralmente incluem sempre uma figura heróica no papel de um *Cowboy* (vaqueiro), Xerife ou Pistoleiro, envolvido em uma jornada onde faz uso da violência contra um antagonista caracterizado de maneira semelhante (que pode aparecer também em grupo e/ou alguma "instituição") buscando a solução de um conflito que resolveu-se no Clímax da estória, muitas vezes por meio de um duelo com armas de fogo ou outras formas de conflito físico (MARCONDES, 2009). Esteticamente, planos gerais panorâmicos compõe a paisagem, usualmente inóspita e isolada, dos filmes, e o famigerado plano americano - cujo enquadramento expõe a parte superior dos personagens a partir dos joelhos - são usados para destacar as armas de fogo e brancas utilizadas, elementos também basilares ao gênero (BAZIN, 2018).

Esta estrutura convencional do Faroeste manteve-se sólida ao longo de décadas mas, obviamente, sofreu diversas atualizações conforme a sociedade modificava suas prioridades, conflitos de classe e disposição da arena política. A estruturante fundante do gênero como sendo o conflito elementar entre civilização e selvageria (DE MATTOS, 2004) – leste contra oeste, cidade contra sertão, ordem social contra anarquia, indivíduo contra comunidade, inocência contra corrupção, pioneiro contra indígena – pode ser encontrada em todas as obras, mais ou menos sutis e com estéticas altamente variadas.

A característica mítica do faroeste também parece mostrar-se inabalável desde o surgimento (ou “descoberta”) do gênero em meados do século passado, alterando-se apenas o seu arranjo a partir de uma mudança do “*ethos*”⁵ (COMPARATO, 2000) na construção das estórias após o surgimento do “*super-western*” (BAZIN, 2018), que não estava mais preocupado em esconder sua natureza mítica sob supostas histórias de aventura, mas sim em esconder sua natureza juvenil em histórias verdadeiramente míticas (MARCONDES, 2009). Ainda assim, estruturas narrativas e imaginárias clássicas mantiveram-se firmes neste filmes, mesmo que re-elaboradas, como o padrão ficcional triádico — o indígena selvagem e

⁵ O Ethos seria aquilo que se quer dizer, a razão pela qual se escreve; tem ligação com a ética, a moral e as implicações sociais, políticas, existenciais e anímicas contidas no significado da história (COMPARATO, 2000).

desalmado sequestra a jovem mulher branca, que é resgatada por um salvador (CESARINO, 2006), ou o contexto do “balé dos revólveres” que afirma, segundo Barthes (2009): ”gesto de sacar o revólver não tem sua potência enquanto ato, mas sim enquanto argumento”.

4.1 A escolha pelo faroeste

A opção inicial de gênero para desenvolver uma estória para este trabalho de conclusão de curso não seria o faroeste. Apesar de meu interesse pela discussão da violência, creio que optaria por desenvolvê-la em um contexto de máfia institucional no meio urbano, talvez abordando o universo dos jogos de aposta ilegal, dada a atualidade do tema devido ao interesse gerado pela problemática nacional das *Bets*⁶. De qualquer maneira, seria abordada de alguma forma a violência como forma de agir e pensar.

A ideia do filme foi concebida a partir de um caso de minha família, em harmonia com o conceito de *ideia verbalizada*⁷ de Doc Comparato (2000). Assim, o ato de meu irmão “desenterrar” aquela história, para compartilhá-la com os amigos justamente na época do desenvolvimento de meu trabalho de TCC, foi um gatilho para desenvolvê-la e usá-la como estopim para o projeto desta pesquisa. Eu já havia escrito o primeiro tratamento do roteiro e, para desenvolver a narrativa elaborada até então no argumento pretendido, que compõe o produto deste trabalho, optei por me guiar pelas convenções narrativas do Faroeste, pois as entendia como adequadas para modelar a estória que pretendo contar. Assim, revisitei minhas concepções acerca do Faroeste, um gênero que obviamente já conhecia, mas nunca o havia analisado com muita curiosidade ou de forma mais técnica. Tal abordagem consistiu em uma pequena revisão de literatura, breve pesquisa on-line sobre o gênero no mercado brasileiro a partir da mídia especializada e visionamento de alguns filmes que considero mais representativo do meu entendimento da mítica relacionada ao gênero.

Iniciei o processo de pesquisa sobre o gênero assistindo novamente alguns clássicos que haviam chamado minha atenção na juventude, como *Rio vermelho* (*Red river*, Howard Hawks, 1948), *Rastros de ódio* (*The searches*, John Ford, 1956) e *Um de nós morrerá* (*The*

⁶<https://drauziovarella.uol.com.br/>

⁷ Segundo Comparato (2000) , ideia verbalizada é aquela que surge de alguma conversa, história, comentário ou até de uma conversa alheia.

left handed gun, Arthur Penn, 1958), três filmes de alta amplitude mítica e social que, acredito, representam muito bem a contribuição de Hollywood para a construção deste gênero tão estadunidense e, ao mesmo tempo, de identificação praticamente mundial.

Posteriormente, ampliei esta experiência de visionamento para filmes mais atuais e maior densidade dramática - *O Assassinato de Jesse James pelo Covarde Robert Ford (The assassination of Jesse James by the coward Robert Ford)*, Andrew Dominik, 2007) e *Terra Selvagem (Wind river)*, Taylor Sheridan, 2017), incluindo os nacionais *Os Matadores* (Beto Brant, 1997), *O Matador* (Marcelo Galvão, 2017) e, recentemente, *Bacurau* (Kleber Mendonça Filho, 2019).

A definição de uma categoria revisionista do Western (KEMP, 2011) aparentemente vai ao encontro desta versão mais “madura” do gênero, abordando os conflitos anteriormente mencionados de uma perspectiva mais crítica, do ponto de vista mitológico, social e político. É neste lugar de transmutação do faroeste que pretendo situar a estória de Roberto Araguaia. A estrutura do gênero está ali, em suas convenções, estética, personagens e mitologia; mas busco utilizar estes elementos para pautar um debate minimamente fundamentado acerca dos conflitos sociais brasileiros e, principalmente, de nossos conceitos pré-concebidos das origens e motivações destes entraves, com foco nas questões envolvendo a violência civil e institucional na opressão de populações vulneráveis e minorias.

Neste sentido, vem ao encontro a perspectiva de Mignolo (2003), de que o *Western* estadunidense como retratado em filmes como *Rastros de ódio* emprega uma retórica pós-colonial mas num contexto ainda pior que o próprio colonialismo, pois consistia na apropriação de terras através da expulsão e dizimação de seus habitantes originais. Tal lógica parece muito semelhante à realidade dos nossos indígenas, pois tal como os *yankees*, não existe um real desejo da nacional em estabelecer com eles nem mesmo uma relação colonial; a meta é eliminá-los ou isolá-los onde não interfiram com a sanha expansionista do estado e do capital - lá ou aqui. Assim, se o cinema é o espelho de um país, creio que o nosso reflexo tem sim uma carga violenta, e como enxergamos isso irá ditar a maneira de solucionarmos o problema. Assim, como o protagonista Ethan, de *Rastros de Ódio*, representa de certa forma a eterna Busca da sociedade estadunidense (MARCONDES, 2009), espero humildemente que o delegado Roberto Araguaia possa, ainda que de maneira tacanha, guiar o público neste pantanal complexo onde reside o imaginário brasileiro.

5. O papel do roteirista no mercado contemporâneo

O roteiro constitui a principal entrega do processo de desenvolvimento de projeto do longa-metragem. A partir da aprovação coletiva ou individual da ideia inicial, inicia-se um fluxo de trabalho que consiste na produção de uma série de documentos - premissa, sinopse, argumento, tratamento, a escaleta - que visam expandir aquele conceito criativo inicial até a sua conversão no roteiro final:

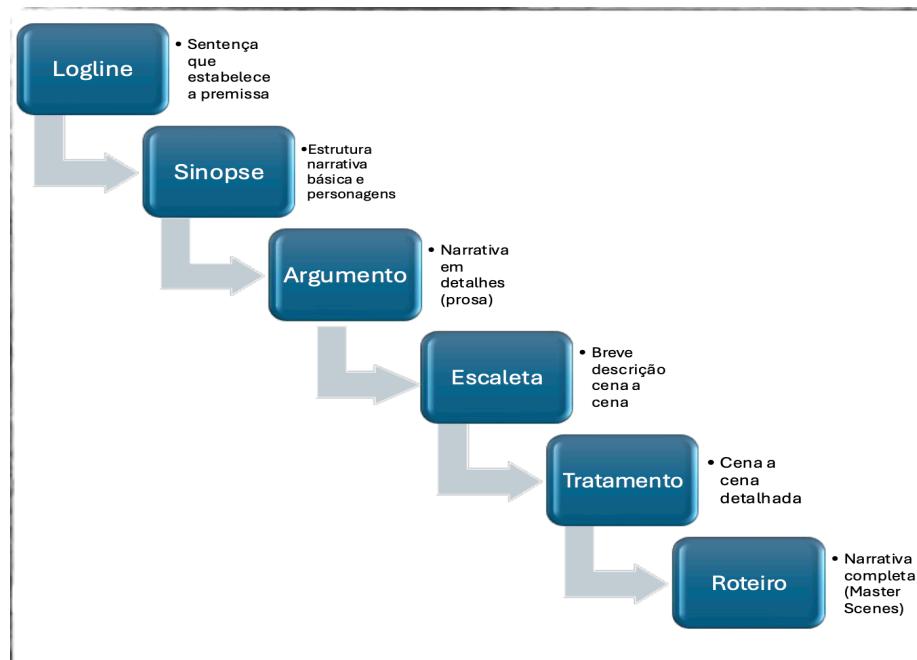


Figura 1 - Evolução do texto ao longo do processo de desenvolvimento de roteiro.

Fonte: Elaboração do autor a partir da Metodologia DPA e McKee (2007).

Na América Latina, observa-se uma baixa padronização destes processos no desenvolvimento de projetos de forma geral. Isto se deve, em parte, à escassez de material teórico e à baixa importância que o tema ocupa na academia, organismos públicos ou mesmo no setor privado. Consequentemente, esta etapa costuma ser realizada de forma intuitiva, fragmentada e com procedimentos pouco padronizados. (CARDOSO & ORTEGA, 2016).

É neste contexto em que se difundem os projetos “pessoais”, geralmente concebidos individualmente e posteriormente levados a cabo pelo próprio criador ou com a ajuda de

equipe reduzida e, muitas vezes, não remunerada. Apesar de sua alta frequência no mercado (eventos rodadas e editais) estes projetos costumam ter sérias dificuldades para ter acesso aos ativos necessários (financeiros, humanos, relacionais) e carecem de uma organização clara de papéis e funções quando executados coletivamente. Assim, mesmo naqueles casos em que alguns recursos estão disponíveis (no geral, nada muito além do talento, tempo e vontade), seu potencial é subaproveitado pelo caráter errático da execução (CARDOSO & ORTEGA, 2016).

Tal falta de padronização no processo traz como resultado consequente um produto de qualidade também aleatória, dificultando sua negociação e posterior venda. Dada a imprevisibilidade natural no retorno do investimento financeiro em um longa-metragem, considerando a dificuldade inerente em dimensionar o sucesso da receptividade da audiência (crítica e público), qualquer outro fator que possa implicar em fracasso do filme pode levar à rejeição imediata do projeto. Os efeitos da incerteza do produto audiovisual reflete-se até mesmo no ciclo de financiamento público: para habilitar-se em novas chamadas de desenvolvimento e roteiro por meio do FSA, a produtora já selecionada em editais anteriores deve ter alcançado a meta de viabilização do projeto, que pode chegar a 20% dos recursos totais necessários para a produção, um grande desafio no mercado brasileiro (MARUYAMA & FIGUEIREDO, 2020).

Neste cenário incerto, destaca-se a baixa qualidade dos roteiros e outros documentos narrativos sem vocação comercial. Como relata a diretora do GNT, Daniela Mignani, na ocasião do surgimento das cotas de tela para a produção nacional: “Sem querer crucificar os roteiristas, é a dificuldade maior. (...) Ideias não faltam. Todo dia chega uma ideia mirabolante de série. Não é simples. Muitas ideias e um monte de roteiristas sem experiência” (MIGNANI *apud* STYCER, 2013).

O desenvolvimento do roteiro, portanto, integra necessariamente a etapa inicial do projeto audiovisual, pois fornecerá a estrutura basilar de todo o restante do processo. Conforme dita a metodologia DPA, o desenvolvimento é onde

nasce o universo que abarcará as personagens e a história que servem de base para que, mediante um processo de interpretação onde intervém o resto da equipe, essa obra original — o roteiro — seja executada e transformada em uma obra resultante — o filme (CARDOSO & ORTEGA, 2016, p. 180).

Tradicionalmente, a influência do roteirista na lógica do desenvolvimento, venda e produção de uma história é disputada em um contexto de disputa criativa envolvendo outros dois profissionais: o produtor executivo e o diretor (BLOORE, 2014).

De acordo com este entendimento, o poder criativo do roteirista se concentra na apresentação da ideia original, ascende durante o desenvolvimento do primeiro tratamento completo e inicia seu declínio com a chegada do *feedback*, quando passa a desenvolver os novos tratamentos e a reescrita a partir das necessidades apontadas pelo produtor executivo e diretor e demais executivos. O resultado final do produto, no geral, estará nas mãos do diretor, inclusive na narrativa que materializa na tela a partir do tratamento final.

Mas este panorama pode sofrer alterações significativas em outros mercados do audiovisual. Na TV americana, por exemplo, o roteirista é peça essencial durante todo o processo e tem poder de decisão, o que deu origem à função de *Showrunner* (KALLAS, 2016). Este profissional é o responsável por um programa de TV, sendo no geral, o criador da ideia. Trata-se de um roteirista com diversas responsabilidades (PESSOTTO e CARVALHO, 2021), que sintetizam os cargos de autor, produtor executivo e editor de roteiro (KALLAS, 2016; MARTIN, 2014). Geralmente, cabe ao *Showrunner* coordenar o trabalho de uma Sala de Roteiristas - um grupo de profissionais que ele próprio contrata e supervisiona. Assim, configura-se um paradigma que claramente eleva a importância do roteiro e da narrativa na indústria, centrando-se na figura do *Showrunner* um papel de roteirista-criador-líder.

Tal perfil profissional tem, gradualmente, difundido-se na indústria audiovisual. O cinema “de autoria”, por exemplo, pode levar ao caso de um cineasta detentor da ideia original e que concentra as funções de roteirista, diretor e produtor inicial do projeto. Nesse cenário, o profissional roteirista continua manter o poder criativo nas outras etapas, de maneira similar ao do *Showrunner*, mas em uma estrutura diferenciada (PESSOTTO e CARVALHO, 2021).

A metodologia DPA considera este perfil de profissional apropriado ao desenvolvimento do projeto como um todo, especialmente no referente ao roteiro. Os autores defendem que o projeto deve contar com uma equipe específica ao tema, encabeçada pela figura do Roteirista-Editor, cujo principal objetivo é garantir um processo de desenvolvimento

de roteiro cujo produto resulte interessante ao público-alvo. Assim, a DPA comprehende este profissional como detentor de competências que ultrapassam a escrita em roteiro, abarcando ainda capacidades analíticas, estratégicas, comunicacionais e de liderança (CARDOSO & ORTEGA, 2016). No caso dos projetos “pessoais” estes atributos são considerados ainda mais importantes, pois o roteirista deverá reunir características correspondentes a três papéis: o de diretor, o de roteirista e o de produtor. Uma realidade distante daquela observada no mercado criativo nacional.

Observa-se atualmente um cenário ainda nebuloso em relação à profissão do roteirista no país, o que pode ser evidenciado na nomenclatura da principal entidade da categoria, a ABRA - Associação Brasileira de Autores-Roteiristas. Conforme Volpi (2017), a palavra “roteirista” não abarca a totalidade do ofício, pois o profissional pode ou não deter autoria de um projeto. Nos EUA, por exemplo, há um diferencial claro entre o *writer* (um roteirista contratado) e o *showrunner*, como visto anteriormente.

Fato é que não existe uma carreira estabelecida para o roteirista brasileiro, e a maioria dos profissionais buscam a sua inserção no mercado por diversas vias “correlatas” ao ofício do roteiro, como mostra um mapeamento realizado pela ABRA (TOLEDO, 2023) em 2022 que buscou conhecer melhor o mercado de trabalho atual da classe. Segundo o levantamento, 63% dos roteiristas são autônomos e apenas 35,2% conseguem atuar exclusivamente como profissionais da área. Além disso, 37,9% disseram que já tiveram créditos como autor omitidos ou aplicados de forma errônea. A concentração regional também resultou evidente: 81% dos roteiristas moram no eixo Rio-SP, o que implica provavelmente em grande migração dos profissionais para esses grandes centros, considerando que menos da metade dos entrevistados se declarou natural destes estados.

De maneira geral, os dados mostram a precarização da profissão do autor nas últimas décadas. O Diretor de Relações Institucionais da ABRA, Paulo Marcelo do Vale, se pronunciou sobre a questão durante o 9º Congresso Brasileiro de Cinema e Audiovisual, realizado em Brasília no ano de 2023:

A precarização do autor roteirista influencia de forma negativa toda a cadeia do audiovisual, já que o texto é o fundamento de toda realização. O efeito é sentido na ponta quando o público não se vê atraído pelas produções nacionais. Políticas públicas que valorizam quem enfrenta a tela em branco, como o justo pagamento de direitos autorais, são benéficas para o setor e, consequentemente, para a sociedade, que ganha com o audiovisual de qualidade (TOLEDO, 2023).

Frente às más condições da profissão, resta ainda o desafio de buscar voz autoral no sistema de produção convencional do já concorrido mercado brasileiro. Em entrevista ao portal Writer's Room51, o roteirista Márcio Schoenardie (Canal Brasil, TV Globo) aponta que, neste cenário de alta competição, a autoria pode ficar comprometida frente aos formatos e convenções já estabelecidos pelos canais, levando à uma fixação pela fórmula. Para Schoenerdie, o problema surge quando “o roteirista “está mais preocupado em vender um projeto do que em contar uma história”.

6. O desenvolvimento da estória

A primeira peça elaborada a partir da ideia inicial não foi a *logline*, pois na verdade eu não sabia até o momento para qual direção a estória iria, e, portanto, o arco do protagonista ainda era nebuloso. Assim, resolvi iniciar uma breve sinopse no intuito de destrinchar o que realmente viraria uma estória a partir dos “fatos”. Posteriormente, procurei lapidar a substância da estória a partir das ferramentas clássicas de construção de narrativas audiovisuais propostas por McKee (2006), Field (2001), Truby (2024) e Comparato (2000), estabelecendo os marcadores narrativos básicos, como os pontos de virada, incidente incitante e o clímax - este já definido como uma sequência do embate final no Rio Araguaia, pautando de certa forma a referência prometida no título original da obra. Para materializar esta estrutura, optei por um modelo de mapa mental elaborado por meio do software *Xmind*⁸.

Ao mesmo tempo, procurei desenhar o arco do protagonista a fim de adequá-lo à narrativa pretendida. A principal referência neste caso foi a de K.M Weiland (2016), cuja teoria me auxiliou a definir o arco de Araguaia como um Arco Positivo onde a transformação leva ao personagem em direção ao que ele necessita (uma nova forma de enxergar o combate a violência), em contraponto ao seu desejo consciente (levar “justiça” aonde ela não chega, mesmo que por meios violentos). Neste ponto, foi uma tarefa interessante construir o personagem, pois consistiu basicamente em transformar uma figura relativamente conhecida e próxima (“relativo” aqui porque convivi pouco com meu pai) em outra fictícia de livre

⁸ <https://xmind.app>

adaptação. Neste sentido, creio que a grande característica herdada por Araguaia de seu modelo real seria a complexidade de seu entendimento da justiça e o uso da violência por parte do Estado para alcançá-la. Com base nas muitas conversas que tive com ele (que além de delegado, foi ainda Corregedor, Secretário de Segurança Pública e professor desta área em universidades privadas), bem como em outras referências, sempre imaginei que o maior problema da segurança pública nacional é justamente a visão compartilhada pelos profissionais da área sobre as formas do combate ao crime e à violência na ruas. Assim, busquei emular tal “*mindset*” em Araguaia e seus aliados, como forma de trazer este problema à baila para reflexão e discussão.

Em seguida, já com a estória e protagonista mais desenvolvidos, passei ao *Treatment*, um conceito tido no Brasil, muitas vezes, como sinônimo de argumento, mas que na verdade pode representar também uma etapa entre a escaleta e o primeiro tratamento, que foi o caso escolhido. Assim, foi feito um detalhamento cena a cena da história, com cabeçalhos de cena e descrição mais detalhada daquela usual da escaleta. Optei por este formato pois já estava com a estória relativamente madura e achei desnecessários outros estágios. Neste momento, surgiu também a necessidade de desenvolver melhor os demais personagens, especialmente os antagonistas. Para isso, busquei referências basicamente pessoais - quase todos os personagens do filme são variações de pessoas reais que conheci em diversas fases da vida, facilitando e muito sua caracterização de forma geral. Finalmente, com o elenco prototipado, tinha chegado a hora de colocá-los à prova, e elaborei o primeiro tratamento do roteiro (anexo 3), completo com diálogos e demais elementos. Todo este processo levou cerca de 10 meses.

6.1 Construção da narrativa atual

Inicialmente, o projeto previa como principal resultado a reescrita completa do texto original, resultando em um segundo tratamento do roteiro. Contudo, optou-se posteriormente pela elaboração de um argumento, dado que a maioria dos editais de fomento e eventos do setor requisitam apenas este documento durante as etapas de desenvolvimento. A tabela abaixo resume os requisitos para os argumentos a serem submetidos para fins de

desenvolvimento de projetos de longa-metragem nos editais selecionados como referência para este trabalho, de acordo com a política de fomento:

Tabela 1 - Editais de referência adotados pelo estudo.

Política Pública	Edital	Requisito de descrição narrativa	Item respectivo
Fundo Setorial do Audiovisual	CHAMADA PÚBLICA BRDE/ FSA – NÚCLEOS CRIATIVOS – PRODAV 13/2016	Argumento até 100 linhas	Anexo III - item IV
Fundo de Apoio à Cultura - FAC/DF	Edital 35/2024 - FAC II/ 2024 - Audiovisual	Argumento de 1 a 3 páginas	Anexo I - item 2.1.1
Lei Paulo Gustavo - LPG	Edital n° 21/2023/LPG/ DF	Argumento entre 1 e 5 páginas	Anexo I - item 1.6.1

Assim, além de um formato mais adequado ao exigido pela indústria de fomento, também esta parece ser a realidade nos eventos do setor. No *Nordeste Lab*, foi exigido apenas uma sinopse para a submissão de projetos na rodada de negócios de 2023 - e ainda que outras informações mais detalhadas também tenham sido exigidas, todas foram relacionadas às etapas de produção⁹. O modelo do *Pitching Editorial* da Rio 2C, em 2023, também foi semelhante com descrições bastante enxutas da narrativa, mas, por outro lado, foram solicitados alguns elementos de marketing (ver relato de um participante adiante no item sobre Estratégia de Pitching).

De qualquer forma, a elaboração de um argumento, em contraponto á de um segundo tratamento, além de atender melhor ao mercado, possibilitou a concentração dos esforços no aprimoramento dos pilares narrativos e da trama central, de maneira a lapidar a narrativa e potencializar sua função de representação dramática da Ideia Governante expressa na *Logline*.

⁹ <https://doity.com.br/nordestelab-2023/artigos>

6.2 Ideia governante e *logline*

Considerando minha expectativa inicial de alterar alguns elementos estruturais da estória estabelecida até então por meio de um argumento inédito, resolvi revisitar primeiramente a *Ideia Governante*, visando aperfeiçoá-la para, como orientam os manuais, ser utilizada como principal bússola orientadora no desenvolvimento da trama:

Ao se combater a violência na mesma moeda, o resultado é apenas a intensificação do problema e o distanciamento de sua real solução.

Aparentemente, esta Ideia atende aos preceitos de McKee (2006), na medida em que apresenta uma estrutura composta de Valor (Combate de violência com mais violência) e Causa (piora do problema). Além disso, julguei que a mesma condensa o tema central da estória de maneira adequada à proposta da narrativa.

Superada esta questão, já poderia debruçar-me sob a *logline* - uma ferramenta de grande utilidade no desenvolvimento narrativo, mas cujo entendimento e estrutura pode variar conforme a literatura consultada. Como não é objetivo deste trabalho uma revisão sobre o tema, cabe apenas ressaltar que a *logline* original transcrita abaixo foi elaborada com base no conceito mais difundido no Brasil e detalhado no site Tertúlia Narrativa (SOUZA, 2016), cujo entendimento de estrutura é o seguinte:

- o protagonista
- o seu objetivo
- o antagonista / força antagônica

Com base nestes requisitos a *logline* elaborada inicialmente foi:

Um rigoroso delegado do interior do MT enfrenta um antigo inimigo que acaba de escapar da cadeia e o persegue com sede de vingança.

Sentia que a frase ainda não refletia idealmente a nova versão planejada para a estória ou mesmo a Ideia Governante, cujo foco é a mudança de perspectiva por parte do protagonista no combate à violência. Neste ínterim, surgiu a oportunidade de participar de uma oficina sobre *logline* oferecida pelo canal Narratologia¹⁰; foi uma experiência interessante, pois

¹⁰ <https://www.youtube.com/@Narratologia>

ampliou meu entendimento sobre a ferramenta e permitiu outra abordagem sobre o seu valor e função, sendo as principais considerações acerca da *logline* apresentadas no evento são resumidas abaixo:

- trata-se do conflito central da narrativa do projeto resumido em até 30 palavras ou 3 linhas;
- caráter genérico (sem nomes próprios);
- deve instigar o leitor, em ganchos ou viradas e
- no caso de longa-metragem, a estrutura recomendada é: protagonista (quem) + problemática de caráter (protagonista) + jornada (incidente incitante).

No caso, a problemática de caráter seria uma característica de personalidade de fácil reconhecimento e identificação pelo leitor (irresponsável, malandro, gentil, etc). Idealmente, deve encaixar-se ao elemento *Jornada*, cujo teor geralmente refletirá o incidente incitante da narrativa (mais detalhes no item seguinte). O evento incluiu ainda um momento interessante de leitura ao vivo de algumas *loglines* selecionadas, e houve *feedback* do trabalho de todos os participantes. A devolutiva ocorreu dia 11 de novembro de 2024, cujo teor daquela referente a este projeto é mostrado na figura abaixo:

The screenshot shows a Google Sheets document with the following structure:

	A	B	C	D	E	F
61	Erick Aguiar	Roberto Araguaia e a Balada na Cachoeira	Longa-metragem	Ação	Um rigoroso delegado do interior do MT enfrenta um antigo inimigo que acaba de escapar da cadeia e o persegue com sede de vingança.	A trama precisa de um ponto de partida mais definido para capturar o leitor. Um evento inicial específico ajudaria a mostrar o que coloca o protagonista em ação. Experimente frases que estabeleçam um ponto de virada claro.
62	Tarley McCartney	O Caminho do Sucesso	Longa-metragem	Comédia	Um homem de meia idade desempregado e sonhador vive iludido com a vontade de ser um coaching empresarial	Recomendo inserir um incidente incitante claro, que cause uma reviravolta e move o protagonista para o centro da ação. Algo como 'Após...' ou 'Quando...' daria uma introdução mais envolvente ao contexto. O conflito central parece ausente ou implícito. Para uma logline completa, seria importante incluir o desafio principal que o protagonista precisa enfrentar. Sugiro usar 'mas...' ou 'porém...' para enfatizar a adversidade.
63	Ivany Rodrigues de Moraes	Edifício Cathedral: onde o pecado mora.	Longa-metragem	Drama	No coração de São Paulo dos anos 1960, "Edifício Cathedral" revela personagens complexos que representam os 7 pecados capitais; quem será o responsável por cometer o maior pecado?	A trama precisa de um ponto de partida mais definido para capturar o leitor. Um evento inicial específico ajudaria a mostrar o que coloca o protagonista em ação. Experimente frases que estabeleçam um ponto de virada claro. Falta uma definição clara do conflito, que é o que traz urgência à narrativa. Mostrar o principal obstáculo do protagonista aumentará a tensão e o interesse do leitor. Tente destacar o que o impede de seguir.

Figura 2 - *Feedback* da oficina de logline do canal Narratologia.

Tanto as sugestões do *feedback* quanto o conteúdo do curso, tornaram clara a necessidade da *logline* apontar o conflito central do protagonista e sua consequente

transformação dramática, sem identificação por nomes. Tendo em mente estas recomendações e a Ideia Governante colocada anteriormente, elaborei uma nova versão:

Após castrar fisicamente um criminoso acusado de pedofilia no isolado interior de Mato Grosso de 1982, um delegado linha-dura deve lidar com as consequências legais, morais e espirituais de seu ato de extrema violência.

Acredito que esta nova *logline* está mais alinhada à Ideia Governante adotada e, mais importante, estabelece de maneira clara o protagonista, a ambientação da estória (relevante neste caso) e seu incidente incitante. Ainda que "linha dura" não se constitua necessariamente numa *falha de caráter*, o contexto dado pela ação extrema de violência vinda de um agente da lei revela um pouco do valor problemático desta qualidade no universo abordado. Dessa maneira, assumindo uma maior acurácia desta *logline*, passei à etapa posterior do trabalho: a elaboração do argumento inédito da estória.

6.3 O Argumento

Norteado pela análise do primeiro tratamento e com base nas ferramentas clássicas de (re)escrita, tendo em vista ainda os *insights* na criação da nova *logline*, iniciei o processo de elaboração do novo argumento. De início, detive-me em procurar elucidar da melhor maneira possível o Mundo Comum do protagonista, tendo em vista que o incidente incitante principal - a castração do antagonista - acontece fora da espinha da estória, ou seja, "fora de tela". O *Incidente Incitante*, cuja descrição no conceito de McKee é:

O Incidente Incitante desarranja radicalmente o equilíbrio de forças na vida do protagonista (MCKEE, 2006, p.115).

Além desse conceito inicial, o autor ressalta ainda outras características que podem contribuir para um bom Incidente, como o correto posicionamento na linha narrativa (ou mesmo antes dela começar, como é o caso aqui). Não é necessário pompa ou grandiosidade neste evento, mas ele deve existir e ser claro para o espectador.

Acredito que no evento tem o valor necessário, pois trata-se de algo impactante à vida do protagonista, estabelecendo conflitos de nível interior (sua balança de "justiça" pela

violência é desequilibrada) e exterior (sua atitude chama atenção indesejada de setores progressistas da sociedade). A situação complica-se ainda mais quando o criminoso escapa da cadeia e parte atrás de sua vingança, gerando ainda necessidade de reação imediata do protagonismo ativo para conter este novo problema. Tal desenho também apresenta correspondência com o conceito apresentado na obra *The Screenwriter's Bible*:

Este é o princípio: quando uma história começa, a vida está em equilíbrio. Sim, seu protagonista pode ter algum problema, mas é um problema que ele sempre teve — seu *status quo*. Em seguida, o catalisador tira o equilíbrio das coisas e dá ao personagem um novo problema, necessidade, objetivo, desejo ou missão. O personagem central passa o resto do filme tentando colocar as coisas de volta em equilíbrio. (TROTTIER, 2014, p. 85)

Posteriormente, considerei interessante refletir um pouco sobre o *Design de Elenco* (MCKEE, 2006). Trata-se de uma ferramenta que busca traçar um panorama da relação dos personagens mais centrais com o protagonista, visando auxiliar a delinear as dimensões de sua complexidade (preferencialmente) contraditória. Neste sentido, com base no histórico de cada personagem da trama principal, elaborei um esquema simples para visualizar esta estrutura relacional, utilizando o software russo para roteiros *Kit Scenarist*¹¹ :

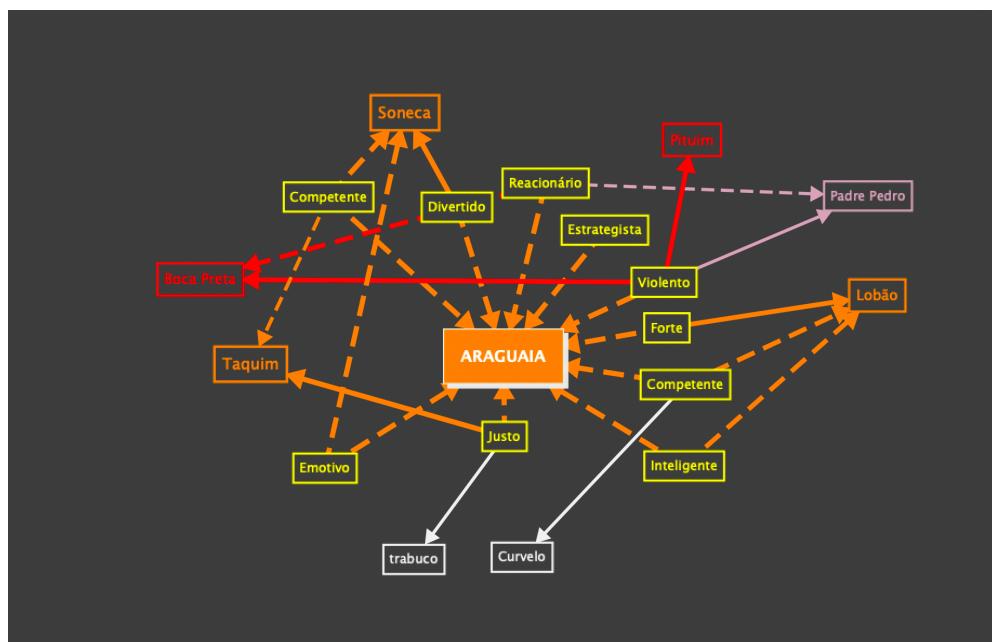


Figura 3 - Design de Elenco do Longa-metragem. Fonte: elaboração do autor.

¹¹ <https://kitscenarist.ru/en/index.html>

O exercício em elaborar este design foi útil em alguns aspectos fundamentais. Primeiro, forçou-me a uma investigação da psique do protagonista, listando suas principais características e facilitando prever o seu comportamento dramático e cênico. Segundo, as relações destas características entre os personagens também contribuíram para o guiamento da estória, pois facilitou a escolha de “tom” e tipo de exposição ser empregado em cada cena/sequência. Tendo em mente o que queria para a cena, retirei ou acrecentei determinados personagens conforme o tipo de gatilho emocional necessário, de maneira a potencializar o efeito de futuros diálogos, ações ou um simples subtexto isolado. De fato, McKee compara o Design de Elenco a um sistema solar onde personagens do elenco primário e secundário gravitam entre si, submetidos à influência central do astro principal.

Posteriormente, foi natural adotar o próximo passo como um estudo sobre o protagonista - que tipo de HÉROI é Roberto Araguaia? Segundo Vogler (2015) este arquétipo narrativo pode ser encarado de diferentes maneiras, a começar por sua disposição - são ativos (decididos, aventureiros, sem dúvidas, auto-motivados) ou passivos (hesitantes, necessitam de motivação externa, indispostos). O autor também lista algumas variáveis qualitativas acerca do arquétipo, sendo a classificação mais importante a do Anti-Herói:

1. Personagens que se comportam de modo muito semelhante aos Heróis convencionais, mas a quem é dado um toque muito forte de cinismo, ou uma ferida qualquer, como os personagens vividos por Humphrey Bogart em À beira do abismo e Casablanca.
2. Heróis trágicos, figuras centrais de uma história, que podem não ser admiráveis nem despertar amor, e cujas ações podemos até deplorar — como Macbeth, ou Scarface, ou o personagem Joan Crawford em Mamãezinha querida.

(VOGLER, 2015).

O autor traz ainda uma dicotomia entre o Herói de um grupo ou solitário - uma divisão com fronteiras mais difusas, pois dificilmente um protagonista pode ser reduzido a apenas uma destas condutas. Com base nestas classificações , pude traçar para o protagonista um perfil arquetípico mais claro, o que contribuiu para decisões narrativas mais acertadas e coerentes com o comportamento do personagem:

Perfil Heróico de Araguaia

- Ativo - mas ainda assim apresentando dúvidas relevantes
 - Anti-herói não trágico - poderíamos considerá-lo quase trágico, pois seu senso de justiça muitas vezes o cega, mas no clímax o supera, configurando portanto um arco positivo (WEILAND, 2016) .
 - Herói solitário, mas relaciona-se com sua sociedade e é reconhecido (positivamente ou não).
-

A partir de então, construí o restante da estória - um argumento de 5 páginas, tendo sempre em vista fomentar na trama a discussão em torno da Ideia Governante por meio das ações dos personagens e suas consequências, estas com efeitos e ameaças reais, críveis e irreversíveis (*high stakes*), galvanizadas por meio de complicações progressivas ao longo das estruturas da narrativa clássica. Para o arranjo e fixação dos “alfinetes” da narrativa, orientei-me em grande medida pelo esquema proposto pelo roteirista Bill Labonia (2016) de sobreposição entre os pilares narrativos básicos e os passos propostos por Vogler (2015) para a jornada do Herói, conforme esquema da figura abaixo:

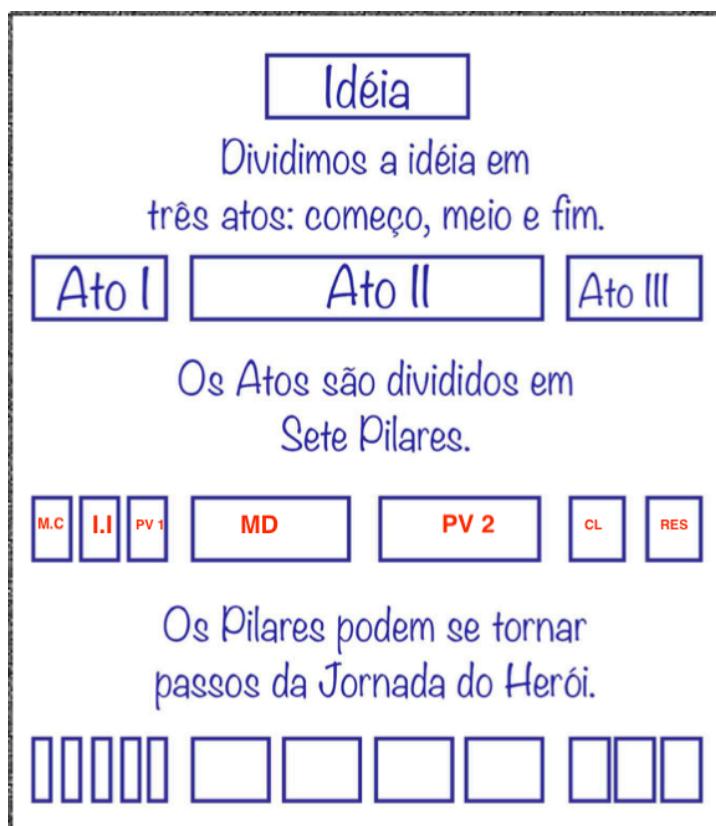


Figura 4 - Esquema da inter-relação entre os pilares narrativos e a Jornada do Herói segundo Vogler (2015). Fonte: LABONIA

Com base neste método, pude compreender melhor como evoluir o arco do protagonista por meio de duas modificações estruturais na trama. A primeira, e mais importante, foi justamente no final da estória, onde Boca Preta não poderia morrer, muito menos assassinado por Araguaia. Ter a vida do antagonista nas mãos e recusar-se a matá-lo seria uma demonstração mais efetiva de sua mudança de perspectiva em relação à premissa

básica. A segunda, que relaciona-se com a anterior, seria preservar a vida de Soneca, ainda que em coma. Seria um reconhecimento do universo à sua mudança de conduta, mas que poderia modificar-se a qualquer momento em caso de “recaída”, dada a linha tênue entre vida e morte na condição do amigo. Finalmente, o novo tratamento da estória traz ainda uma mudança no título da obra. Após refletir um pouco, percebi que grande extensão do nome original poderia, dentre outros entraves, dificultar a estratégia de comunicação gráfica do projeto. O título atual, *Matar ou Morrer no Araguaia*, além de mais compacto, traz uma expressão já consagrada em nossa cultura e idioma (inclusive usada por alguns personagens no filme) e ainda carrega certa dubiedade em seu significado: refere-se tanto ao protagonista quanto ao rio homônimo. Inclusive, tal destaque levou-me a deslocar a ação da cachoeira para às margens do Rio Araguaia, visando manter a proposta original de revelar parte do clímax no título do longa, e ainda, de certa forma incluir o rio como um personagem de maior destaque.

7. A Formatação do projeto

7.1 A Pasta do filme

Conforme já esclarecido no item anterior, o projeto foi planejado a partir de uma versão simplificada da Pasta do Filme, descrita na metodologia DPA, visando estruturar o projeto em 3 camadas principais - (i) o conteúdo narrativo (a base do projeto), (ii) a estratégia de comunicação (*pitch deck* e proposta de marketing) e (iii) um plano de apresentação pessoal (táticas de *pitching* e outras formas de despertar interesse de investidores). O esquema abaixo resume este arquitetura pretendida

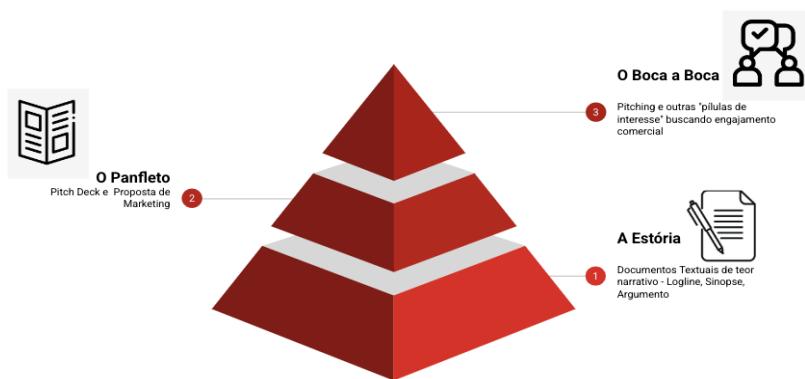


Figura 5 - Esquema de perspectiva piramidal do projeto. Fonte: elaboração do autor.

Acredita-se que este arranjo de caráter modular não só torna a apresentação da pasta mais organizada, mas possibilita o seu desmembramento em partes menores, conforme demanda de informações do projeto por parte do evento, edital ou player. Neste contexto, a Pasta do Filme para o projeto foi elaborada com a seguinte composição:



Figura 6 - Composição do Pasta do Filme. Fonte: elaboração do autor.

Apesar de numerosos, estes itens não são extensos, e o material restou sintético o suficiente para não desestimular o leitor a examiná-lo com mais cuidado, além, claro, de baratear a produção do material.

7.2 Proposta de marketing

A metodologia DPA apresenta uma proposta de marketing que utiliza uma série de variáveis enquadradas no que convencionou-se denominar de “marketing mix” (produto, preço, distribuição e comunicação), um esquema que descreve as principais variáveis da ferramenta:

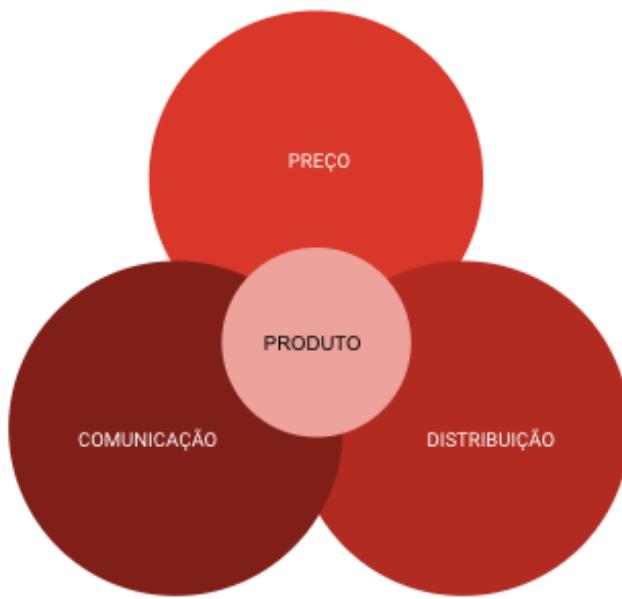


Figura 7 - Marketing Mix. Fonte: Elaboração do autor.

No caso de produtos audiovisuais como os longas-metragem, o marketing deve ser trabalhado desde a sua fase de desenvolvimento, visando incorporar, já no conceito, elementos potencialmente atraentes ao público (DEL TESO, 2008), com foco nos elementos de comunicação. No caso do projeto tratado, buscou-se destacar questões dramáticas de conflito e comunicação claras (punição à pedofilia, justiça “policial”, etc) elementos cenográficos e visuais de fácil reconhecimento ao brasileiro (Amazônia, padre, indígena, carros e moeda da época) e trilha sonora mista composta por canções de diferentes estilos, conhecidas ou não.

Finalmente, no âmbito deste trabalho, considerou-se que as ferramentas do marketing arquetípico definido por Mark & Pearson (2001), comentadas anteriormente no referencial, podem contribuir para a identificação do público-alvo e das necessidades do consumidor final, potencializando as ações de divulgação do produto. Tal presunção baseia-se no entendimento de que, uma vez que as narrativas podem ser vistas como plataformas de racionalização dos mitos derivativos dos arquétipos (BUDAG, 2015; ANAZ, 2018), aqueles naturalmente presentes na obra poderiam ser identificados e adaptados ao rol proposto pelas autoras, assumiu-se que os seguintes “arquétipos”, estariam presentes na narrativa (e portanto, podem ser explorados no marketing proposto):

Tabela 2 - Arquétipos do marketing presentes no filme.

Arquétipo	Impulso humano	Lema	Motivador	Personagens associados na trama
Herói	Risco/Maestria	“Onde há vontade, há um caminho”	Excelência	Roberto Araguaia, Lobão, Padre Pedro
Governante	Estabilidade/Controle	“O poder não é tudo....é só que o importa	Controle	Roberto Araguaia, Taquim, Cletinho
Rebelde (fora-da-lei)	Risco/Maestria	“As regras são feitas para serem quebradas”	Libertação	Boca-Preta, gangue dos Caiamanos, Dona Tita
Sábio	Independência/Realização	“A verdade libertará você”	Compreensão	Padre Pedro, Soneca, Dona Tita

Tendo como base os métodos estabelecidos acima, e ressaltando novamente tratar-se de uma versão simplificada da metodologia DPA, foi desenvolvida a proposta final de marketing, conforme o produto anexo.

7.3 Estratégia de pitching

O escritor e roteirista Fábio Barreto relatou em seu blog pessoal¹² sua experiência no evento *Pitching Editorial* da Rio 2C, realizado em Abril de 2023. O roteirista conta desde a preparação do material de venda do projeto, incluindo um teaser em vídeo, um folder caseiro, uma apresentação digital e um discurso de venda, passando pelo dia da apresentação em si (destacando a importância do *networking* do evento), terminando com uma descrição rápida de todos os detalhes referentes à inscrição e avaliação dos projetos¹³.

Dentre as informações solicitadas, nota-se que muitas delas coincidem com aquelas exigidas nos editais de fomento citados nos itens anteriores, indicando um determinado

¹² <https://www.fabiobarreto.com/pitching-editorial-rio2c-parte-1/>

¹³ <https://www.fabiobarreto.com/pitching-editorial-rio2c-parte-2/>

formato de projetos audiovisuais em atenção às expectativas do mercado. O roteirista ainda compartilhou suas próprias respostas para cada um dos requisitos solicitados pelo evento, como exemplificado abaixo:

Motivação para transformar sua obra em longa-metragem ou série (até 5 linhas): (350 caracteres)

Esse quesito apresenta outra oportunidade de venda. Se na sinopse você falou mais da trama, aqui você vai falar sobre as razões, sobre a sua visão, sobre como convencer os outros a assistirem à adaptação.
 Sejamos sinceros, ninguém gosta de filme/série chato. Alguns conseguem ser feitos e a maioria das pessoas simplesmente esquece, não sem antes detonar para todos os amigos. Queremos conquistar novos espectadores, certo?
 Minha defesa foi curtinha, eu queria plantar uma pergunta, então fiz exatamente isso:
 Por que essa ideia deve virar um filme?
 Porque passamos o tempo todo pensando em como sobreviveríamos, o que faríamos diferente dos personagens e se eles estão certos ou não.
 Como sempre nos vemos no papel principal, nos lembramos daquelas histórias mais humanas, mais reais, mais marcantes.
 Filhos do Fim do Mundo é brasileiro e faz tudo isso.
 Como você sobreviveria?

Figura 8 - Exemplo de registro de experiência do roteirista Fábio Barreto no Pitching Editorial da Rio 2C. Fonte: Blog pessoal do autor.

Assim, com base no relato colocado, bem como no referencial apresentado previamente, buscou-se consolidar uma proposta de apresentação de venda do longa, especialmente no referente às questões de motivação para o seu desenvolvimento, relevância temática e estratégia de marketing. O resultado pode ser visualizado no produto elaborado.

Para um “Pitching de elevador” ou “Thumbnail Pitch”¹⁴, planeja-se focar em uma mensagem sintética focada no motor central da estória: uma solução de extrema violência adotada pela polícia para conter um criminoso. Qual o limite do papel de coerção do estado? E mais importante: o que fazer quando não parece haver outra solução? Uma estratégia poderia ser direcionar essa pergunta ao público, como fez Barreto; o que VOCÊ faria na situação do delegado Araguaia?

¹⁴ Um *Pitching* de elevador consiste em um pequeno discurso que visa despertar a atenção de potenciais investidores em um projeto audiovisual. A principal função desta fala é impactar o ouvinte com uma síntese densa e completa dos pontos fortes do filme ou série, incluindo-se necessariamente o gênero da obra, o protagonista e seu drama central, o diferencial do projeto e o público-alvo que se deseja atingir. A duração média do discurso é de 2 minutos.

Considerações finais

Ainda que por um caminho repleto de percalços e solavancos, o mercado brasileiro aparentemente cresceu e se modernizou. Como pode ser observado no portal do Observatório do Cinema e Audiovisual - OCA da ANCINE¹⁵, bem como nos relatórios de dados consolidados do Fundo Setorial do Audiovisual - FSA (ANCINE, 2016, 2019, 2024) a produção nacional vem-se desenvolvendo e, aos poucos, vamos deixando para trás a fase artesanal e árida dos anos 90 e caminhamos novamente em direção à pujança já vista no país em meados do século passado.

Mas é evidente que elevar a produção não pode constituir-se como meta única; talvez, nem seja a principal, haja vista a quantidade de material de baixa qualidade despejado nas plataformas de *streaming* todo ano¹⁶, material muitas vezes oriundo de países com indústrias já consolidadas há décadas.

Assim, apenas produzir não basta. Precisamos produzir obras com qualidade, técnica, artística e comercial, mas que possam, principalmente, refletir nossa sociedade de maneira efetiva e que possam reforçar a consciência de quem somos, a sociedade que podemos construir e a originalidade criativa inerente ao povo brasileiro.

Acredito que este trabalho possa contribuir com a investigação e promoção de estratégias para desenvolvermos esta produção de qualidade. Em minha pesquisa, não foi trivial encontrar exemplos de projetos independentes de longa-metragem minimamente formatados para a negociação no mercado e, quando foi o caso, careciam de aperfeiçoamento da narrativa em si. Em outras palavras, os pólos da produção estavam sempre desbalanceados, sendo esta inclusive a percepção de parte dos diversos testemunhos dos *players* dos quais me deparei. A *expertise* abordada pela pesquisa, notadamente aquela prevista pela metodologia DPA, parece deter grande potencial para incrementar a qualidade dos projetos e trazer maior dinamismo à nossa indústria, mas ainda garantindo um conteúdo verdadeiramente nacional.

Obviamente, o produto ora elaborado ainda não representa esta realidade. A narrativa necessita de muito refinamento, especialmente no que se refere ao alinhamento entre os

¹⁵ <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca>

¹⁶ <https://www.exibidor.com.br>

pilares narrativos e a jornada do Herói. Seria interessante maior clareza na motivação dos *beats* de virada; o *Midpoint* deveria evidenciar melhor a mudança que marca o início da segunda metade do filme - e o que isso representa ao protagonista. Quanto ao componente gráfico, é evidente o caráter amador da execução, sendo que este design deverá ser integralmente modificado no futuro. Mas aqui cabe esclarecer o imprevisto - um amigo de longa data e designer profissional, já parceiro em outros projetos, havia se prontificado em colaborar nesta parte do trabalho, mas, devido à problemas de saúde na família, não pôde se envolver. Assim, restou-me encarar a tarefa de última hora, armado de coragem, um *software* gratuito on-line e muita cara de pau.

Quanto ao conteúdo da pesquisa em si, procurei embasar muito bem as motivações, referencial e contextualização do estudo e hoje penso que talvez tenha dedicado muito tempo à esta atividade em detrimento do produto em si, uma consequência do imprevisto supracitado. Inclusive, um tópico que me havia custado muito tempo e energia, uma análise dos elementos do imaginário presentes na obra, foi completamente eliminado da versão final, pois não haveria tempo hábil para executar a proposta metodológica deste item, que enriqueceria muito o resultado acadêmico final. Neste contexto, creio que esta lacuna já constitui-se uma sugestão de continuidade para pesquisas similares, especialmente segundo a metodologia de Anaz (2018). De qualquer forma, ao realizar minha pesquisa de referencial na BCE, não achei nenhum trabalho sobre o desenvolvimento de projetos de longa-metragem com uma abordagem comercial e de metodologia clara. Assim, espero que esta pesquisa possa inspirar outros estudantes interessados em encarar suas ideias como potenciais produtos de comercialização.

Finalmente, a experiência de desenvolver um roteiro pessoal em um projeto de longa-metragem proporcionou-me uma grande oportunidade de aprendizado acadêmico e profissional, pois levou-me a encarar a atividade criativa apreendida na universidade como um ofício, uma carreira profissional; e ganhar a vida contando estórias me parece um ótimo negócio.

Referências bibliográficas

ALVES, Elder P. Maia. A EXPANSÃO DO MERCADO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS BRASILEIROS: a centralidade dos agentes estatais de mercado – o FSA, a ANCINE e o BNDES. **Caderno CRH**, Salvador - BA, v. 29, ed. 78, p. 477-494, Set/Dez 2016.

ANAZ, Sílvio Antônio Luiz. Processo criativo na indústria do audiovisual: do roteiro ao imaginário. **Galaxia**, São Paulo, ed. 38, p. 98-113, mai-agosto 2018. DOI <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554232931>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/>. Acesso em: 29 jul. 2024.

ANCINE. Agência Nacional de Cinema. **Resultados Consolidados do Fundo Setorial do Audiovisual**. [Brasília]: Agência Nacional de Cinema, Jan. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes>. Acesso em: 23 nov. 2024.

ANCINE. Agência Nacional de Cinema. COMITÊ GESTOR DO FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL. **Relatório Anual de Gestão do Fundo Setorial do Audiovisual – FSA Exercício de 2023**, Brasília : Agência Nacional de Cinema, Jun. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes>. Acesso em: 23 nov. 2024.

ANCINE. Agência Nacional de Cinema. **TV por Assinatura no Brasil: aspectos econômicos e estruturais**. 1. ed. Rio de Janeiro: Observatório do Cinema e do Audiovisual - OCA, 2016. 73 p. v. 1.

BUDAG, Fernanda Elouise. Sobre imaginário, mitos e arquétipos: exercício aplicado à narrativa audiovisual. **Revista Novos Olhares**, São Paulo, v. 4, ed. 2, ago-dez 2015. DOI 10.11606/issn.2238-7714.no.2015.102083. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares>. Acesso em: 26 jul. 2024.

BAZIN, André. **O que é Cinema?** Tradução de Eloisa Araújo Ribeiro. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

BRDE. Chamada pública BRDE/FSA – **Prodav 03/2013**. 2014a. Disponível em: http://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2015/12/PRODAV-03-2013_Edital_PRODAV-03-2013_Retificacao03.pdf. Acesso em 15 jun. 2017.

BLOORE, Peter. **The screenplay business: Managing creative and script development in the film industry**. New York: Routledge, 2013.

CARDÔSO, C., and ORTEGA, R., transl. TESO, P. **Desenvolvimento de projetos audiovisuais: pela Metodologia DPA** [online]. Ilhéus, BA: Editus, 2016, 334 p. ISBN 978-85-7455-448-8. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

CESARINO, Flávia e VUGMAN, Fernando. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando (org.). **História do Cinema Mundial**. 1 ed. Campinas: Editora Papirus, 2006. Cap 2, p. 17-55.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. 5. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. 485 p. v. 1.

DE MATTOS, A. C. Gomes. **Publique-se a lenda:** a história do western. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

DIAS, Adriana (Org.); SOUZA, Letícia de (Org.). **Film business:** o negócio do cinema. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

ELSBACH, KD (2003). How to pitch a brilliant idea. **Harv Bus Rev.** Sep; 81(9):117-23, 134

FIELD, Syd. **Manual do Roteiro:** Os Fundamentos do Texto Cinematográfico. 14. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 220 p. v. 1. ISBN 85-7302-044-X.

GANDRA, Alana. Setor audiovisual carece de profissionais especializados: Período de expansão da indústria contribui para a alta demanda. **Agência Brasil**, Rio de Janeiro, p. 1-1, 30 jan. 2024. Disponível em:<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-01/> Acesso em: 1 jun. 2024.

JEFFCUTT, Paul. O ecossistema das indústrias criativas. In: BENDASSOLLI Pedro F *et al.* (Org.). **Indústrias criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 36-56

KALLAS, Christina. **Na sala de roteiristas:** Conversando com os autores de *Friends*, *Família Soprano*, *Mad Men*, *Game of Thrones* e outras séries que mudaram a TV. Rio de Janeiro: Zahar, 2016. 420 p.

KEMP, Philip. **Tudo Sobre Cinema** [Tradução de Fabiana Morais]. 1º. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2011. 576 p. v. 1.

LIMA, S.H. **A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual**. 162 p. Dissertação (Mestre em Meio de Processo Audiovisuais.) - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo., São Paulo, 2015.

LABONIA, Bill. **Roteirista Empreendedor**: O Guia Prático do Roteiro de Cinema. 2. ed. São Paulo: Amazon, 2016. 88 p.

LANDAU, Neil. **The TV showrunner's roadmap**. Burlington: Focal Press, 2014.

PARDO, Alejandro (Ed.). **The audiovisual management handbook**. Madrid: Media Business School, 2002.

MCKEE, Robert. **Story**: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro.. 1. ed. Curitiba: Arte e Letra, 2006. 432 p. v. 1.

MIGNOLO, Walter. **Histórias locais / projetos globais**: Colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

MARCONDES, Ciro. A DESSIMBOLIZAÇÃO DO FAROESTE. **Casa**: Cadernos de Semiótica Aplicada, São Paulo, v. 7, n. 1, julho 2009.

MARK, Margaret; PEARSON, Carol. **O Herói e o Fora-da-lei**: Como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 2001. 376 p.

MARUYAMA, Raquel; FIGUEIREDO, João. NÚCLEOS CRIATIVOS: O Desafio de Desenvolver e Viabilizar Projetos Audiovisuais no Brasil. **Revista Livre de Cinema**: RELICI, Curitiba/PR, v. 7, n. 3, p. 34-70, set-dez 2020.

PESSOTTO, Ana Heloíza Vita; CARVALHO, Juliano Maurício. Potencial Criativo da Sala de Roteiristas e o Papel do *Showrunner*: apontamentos preliminares. **Revista GEMInIS**, v. 12, n. 1, pp. 25-41, jan./abr. 2021.

OS PRINCIPAIS desafios dos roteiristas brasileiros. **Writer's Room 51**, On-line, p. 98-113, 9 abr. 2020. DOI <https://www.writersroom51.com/post/os-principais-desafios-dos-roteiristas-brasileiros>. Disponível em: <https://www.writersroom51.com>. Acesso em: 14 nov. 2024.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Cinema, televisão e publicidade**: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980. 2a ed. São Paulo: Annablume, 2004.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

SILVA, Hadija Chalupe da. **O filme nas telas**: a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Ecofalante, 2010.

RODRIGUES, T.; ANDRADE, J. **Marketing e Cinema Nacional**. Estudo de caso de estratégias para o produto “Meu Nome não é Johnny”. XIII SemeAD, set. 2010.

SERRANO, Federico. LAS TÉCNICAS DEL “PITCHING” EN EL MERCADO AUDIOVISUAL ESPAÑOL: DEL “CARAMELO” AL GUIÓN. **Congreso Internacional Brand Trends**, Valencia, ano 1, v. 1, n. 1, ed. 1, p. 1-10, 16 fev. 2009. DOI <https://eprints.ucm.es/id/eprint/8577>. Disponível em: <https://docta.ucm.es/entities/publication>. Acesso em: 20 nov. 2024.

SOBOTA, Guilherme. Rio2C abre inscrições para que editoras e autores apresentem obras literárias no evento. *In: publishnews*. Rio de Janeiro, 09 fev. 2023. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br>. Acesso em: 09 jan. 2024.

STYCER, Mauricio. GNT reconhece problemas em séries brasileiras, mas vai continuar investindo. **UOL Entretenimento**, 17 de maio de 2013. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2013/05/17/gnt-reconhece-problemas-em-series-brasileiras-mas-vai-continuar-investindo.htm>. Acesso em: 27 fev. 2015.

TOLEDO, Mariana. Apenas 35,2% dos roteiristas conseguem atuar exclusivamente como profissionais da área. *In: Tela Viva*. [S. l.], 15 dez. 2023. Disponível em: <https://telaviva.com.br>. Acesso em: 13 nov. 2024.

TROTTIER, David. *The Screenwriter's Bible: A complete guide for writing, formatting and selling your script*. 6. ed. atual. Los Angeles: Silman James Press, 2014. 512 p. v. 1. ISBN 9781935247623.

TRUBY, Jonh. **Anatomia da História**: 22 passos para dominar a arte de criar histórias. 1. ed. Rio de Janeiro: Seiva, 2024. 504 p. v. 1. ISBN 978-6598244316.

VOGLER, Christopher. **A Jornada do Escritor**: Estrutura mítica para escritores. São Paulo: Aleph, 2015. 484p. ISBN 9788576572176.

VOLPI, Heron. **Roteiristas no Brasil, uma história a ser contada**: organização e pleito por Direitos Autorais. Temática, Pernambuco, ano XIII, ed. 10, Outubro 2017. DOI <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br>. Acesso em: 13 nov. 2024.

WEILAND, K.M. **Creating Character Arcs**: The Masterful Author's Guide to Uniting Story Structure. 1. ed. rev. Los Angeles: PENFORAS WORD, 2016. 282 p. v. 1. ISBN 9781944936044.

WRITER'S ROOM. O poder da criação coletiva. **Newsroom 51**. São Paulo, 27/02/2021. Disponível em: <https://www.writersroom51.com/post/nucleos-de-roteiro-o-poder-da-criacao-coletiva>. Acesso em: 12/05/2024.

Referências cinematográficas

ALIEN: o oitavo passageiro (*Alien*). Ridley Scott. Brandywine Productions. Estados Unidos: 20th Century Studios, 1979. 1 DVD.

BACURAU. Kleber Mendonça Filho. Globo Filmes/Telecine/Canal Brasil. Brasil: Vitrine Filmes, 2019. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/bacurau>. Acesso em: 12/12/24.

CANGAÇO novo. Fábio Mendonça. O2 Filmes/Amazon Prime Video. Brasil: Amazon Prime Video, 2023. Disponível em: <https://www.primevideo.com>. Acesso em: 12/12/24.

O ALTO da compadecida. Guel Arraes. Globo Filmes. Brasil: Columbia Tristar, 2000. 1 DVD (120 min).

O CANGACEIRO. Lima Barreto. Companhia Cinematográfica Vera Cruz. Brasil: Columbia Pictures, 1953. Disponível em: <https://www.youtube.com>. Acesso em: 09/12/24.

O ASSASSINATO de Jesse James pelo covarde Robert Ford. Andrew Dominik. Alberta Film Entertainment. Estados Unidos: Warner Bros, 2007. Disponível em: <https://www.max.com/br/pt/movies>. Acesso em: 09/12/24.

O MATADOR. Marcelo Galvão. Netflix. Brasil: Netflix, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com>. Acesso em: 05/12/24.

OS MATADORES. Beto Brant. Mobile Light. Brasil: Riofilme, 1997. Disponível em: <https://www.max.com/br/pt/movies>. Acesso em: 09/12/24.

RASTROS de ódio (*The Searches*). Jonh Ford. Cornelius Whitney. Estados Unidos: Warner Bros, 1956. Disponível em: <https://www.max.com/br/pt/movies>. Acesso em: 09/12/24.

RIO vermelho (*Red River*). Howard Hawks. Monterey Productions. Estados Unidos: MGM, 1948. Disponível em: <https://www.max.com/br/pt/movies>. Acesso em: 09/12/24.

TERRA Selvagem (*Wind River*). Taylor Sheridan. Paramount Pictures. Estados Unidos: California Filmes Distribution/Netflix. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com>. Acesso em: 09/12/24.

UM de nós morrerá (*The left handed gun*). Arthur Penn. Warner/Seven Arts. Estados Unidos: Warner Bros, 1958. 1 DVD (115 min).

APÊNDICE - Pasta do filme

MATAR OU MORRER NO ARAGUAIA

PITCH DECK



"Após castrar fisicamente um criminoso acusado de pedofilia no isolado Pantanal de 1982, um delegado linha-dura deve lidar com as consequências de seu ato"



O gatilho mais rápido do centro-oeste

"No ano de 1981, um mineiro do Alto Paranaíba chega ao norte do Mato Grosso para assumir a ingrata função de delegado da Polícia Civil na cidade de Santa Terezinha, incluindo suas sete pequenas curretolas distritais. Ali, coisas como ministério público, saneamento básico ou vídeo-locadoras não passam de contos de fada. Os telefones funcionam eventualmente, e uma viagem de 30 km pode demorar umas 4 horas - de jipe. Mas nada disso o incomodava. Como muitos, ele queria fugir. Fugir de um passado recheado de erros e arrependimento. E, acima de tudo, ele queria ação. Não exatamente voar de asa-delta ou fazer rafting no rio Araguaia, como você poderia pensar. Isso é para quem está em paz, e ele é uma criatura da guerra.

E lá, guerra ele encontrou. Uma pequena faixa de gaza, nada conhecida e muito menos televisionada, onde digladiavam-se policiais, indígenas, garimpeiros, latifundiários, posseiros, padres, fugitivos do Linha Direta e muito mais. Ele sentiu-se em casa. Armado apenas de coragem, (ou seria temeridade?) e uma Magum.44, trouxe àquela região a desbotada justiça do velho testamento - que encaixou-se muito bem ali, onde o único direito humano conhecido era o de trabalhar sem reclamar.

Mas um dia, a guerra ficou mais séria. Ele foi colocado frente à decisão deixar um criminoso morrer ou mutilá-lo; escolhendo a segunda opção, ele acalmou a turba que demandava "justiça" naquele momento, mas ali ele soube que havia selado o seu destino ao daquele homem para sempre, nesta vida e além.

E agora, este criminoso fugiu da jaula e mandou avisar que vem buscar a sua vingança - pois a justiça é para todos, mas os injustiçados devem consegui-la com as próprias mãos. O delegado entende isso, pois uma cria da guerra comprehende outra, e ambos devem se encontrar para o acerto de contas, mesmo cientes de que nada podem mudar; não com mais violência.

Esta é a história de Roberto Araguaia, um filho do Brasil que chorou - e fez chorar - onde a mãe não viu.



Saque!

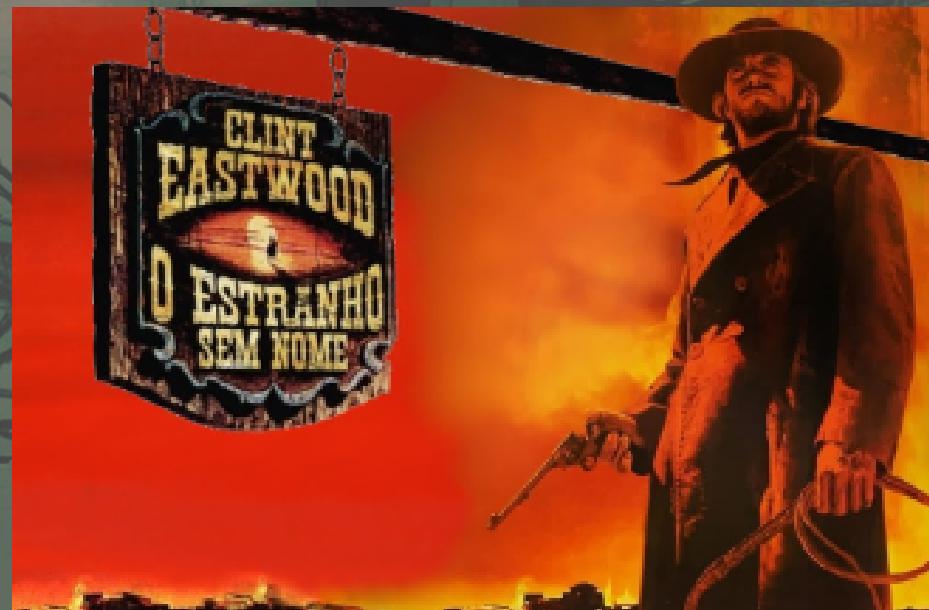
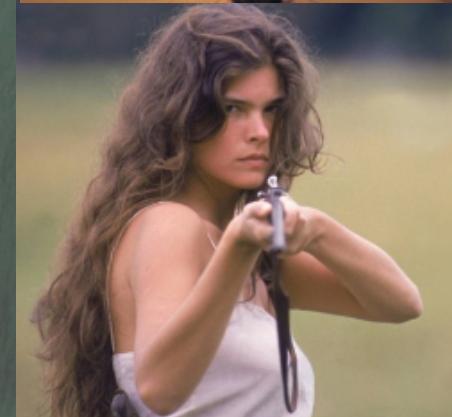
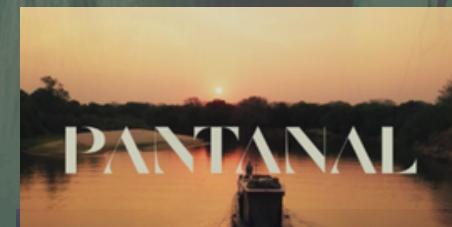


...suas referências

Buscamos emular os clássicos do faroeste na narrativa do filme, mas com a preocupação constante em subvertê-la à realidade brasileira. Roberto Araguaia irá despertar instantaneamente na memória do público o arquétipo do justiceiro imortalizado por Clint Eastwood (*Estranho Sem Nome*, 1973) ou John Wayne (*Rastros de Ódio*, 1956), anti-heróis cujo arco dramático aproxima-se perigosamente da tragédia, enquanto alimentam um cego senso de dever em seu papel de justiceiros.

Mas a visão de Araguaia sobre justiça é marcada pelo reacionarismo e um tanto infantilizada, como a de John Ruth (Kurt Russell) de *Os Oito Odiados* (2015). Esta atitude reducionista é compartilhada por todos os seus aliados - na verdade, é justamente isso que une os "mocinhos" do filme, num arranjo que remete aos filmes da série *Tropa de Elite* (2007 e 2010). O pantanal dos anos 80 é isolado, remoto, ausente de qualquer regulamentação, um território de xerifes - papel que Araguaia exerce como John Dutton (Kevin Costner) em sua fazenda na série *Yellowstone* (2018).

A estética dos confrontos físicos é crua e explícita, referindo-se mais ao realismo visceral de *Old Boy* (2003), da franquia *John Wick* (2014) e da Série *Demolidor* (2015), e menos ao western spaghetti. Apesar das cores e biodiversidade da planície pantaneira, os elementos visuais de ambientação pedem um tom sombrio e evocam um componente sobrenatural, como na telenovela *Pantanal* (2022).



PORQUE CONTAR ESSA HISTÓRIA

A trama de Roberto Araguaiá mistura os gêneros faroeste e policial, onde a audiência poderá apreciar o balé dos revólveres entrecortados de convenções das estórias de crime, onde a polícia também age às margens da lei.

O protagonista é baseado em um delegado real, que empresta ao personagem sua complexidade verídica e contraditória, muito representativa do componente reacionário da sociedade brasileira - na época do filme ou na atualidade.

O filme conta com a participação de alguns personagens indígenas de etnias importantes e emblemáticas no Brasil, como os Karajás, o que oferece a oportunidade de lançar luz às injustiças históricas que cometemos contra esta nação enquanto formávamos a nossa.

A cereja do bolo é a presença do sobrenatural, um elemento pouco explorado no western mas aqui presente na forma do sincretismo brasileiro entre o cristianismo, a matriz africana e os saberes indígenas.

E como vamos contar

Nossa intenção é levar a audiência a calçar as botas do delegado Araguaiá, acompanhando sua eterna culpa por uma má decisão que lhe custou seus únicos amigos verdadeiros.

Para isso, planejamos uma dramaturgia realista (mas não naturalista) potencializada por diálogos econômicos cuja força virá de um amplo subtexto. Esta performance será entregue por meio de planos médios e planos detalhes (executados com lentes 50 mm com captura levemente distorcida) sendo o famigerado plano americano reservado para as cenas de ação. Eventualmente, planos gerais de ampla visibilidade (com grande angulares) serão usados para exibir a estonteante paisagem pantaneira. A câmera é ativa.

Queremos imprimir imagens de cores saturadas e pouca luz, montadas em ritmo lento inicialmente, acelerando-se a partir da metade do segundo ato.

A venda

A proposta do filme é essencialmente comercial, pois o faroeste tem forte apelo popular e o nosso projeto não foge a esta regra, pois apresenta a dinâmica característica do gênero. Seu diferencial reside em seus elementos estéticos, ambientação e diversidade de personagens.

Dimensionamos um público-alvo de predominância masculina, entre 25 e 55 anos, residentes em grandes centros urbanos (foco no estado de MT), composto por profissionais liberais e empregados de classe média (B e C).

Proposta de venda:

"Roberto Araguaia e a Balada na Cachoeira trata-se de um faroeste ambientado no pantanal que conta a história de um delegado que foi longe demais na execução da lei, e agora deve lidar com as consequências".

Quem é quem



ARAGUAIA



Na Uberlândia/MG dos anos 1970, Roberto Araguai Xavier de Ávila vivia a vida simples de chefe de família e sócio em uma funerária. Mas, por mais que amasse seus familiares, sentia-se inquieto. Um sentimento estranho, um desejo por saber-se lá o quê, que o levava a envolver-se em situações perigosas e violentas, incompatíveis com suas funções de marido e pai. Aos poucos, ele afastou-se de sua família e aproximou-se mais deste daquela estranha sensação, até que o inevitável divórcio aconteceu - pois sua esposa Helena, uma mulher muito à frente de seu tempo, não aceitaria um companheiro em meio período. Poucos meses depois, foi convocado a assumir o cargo de delegado no isolado município de Santa Terezinha, em Mato Grosso. Aquele foi o seu chamado - um trabalho que lhe daria a "ação" que sempre quis e a fuga de sua antiga vida - uma lembrança eterna de tudo o que havia perdido. Araguai sempre entendeu o caminho da violência; suas fotos de infância retratam uma criança de cara amarrada e punhos cerrados - um claro filho de Ogum.

Fala pouco, ríspidamente e é incapaz de qualquer gentileza; mas sua mente, nada simplória, enxerga padrões e comportamentos pouco evidentes à maioria de nós. Esta combinação entre mente analítica e disposição violenta o encaixaram muito bem à sua função de delegado. Uma profissão, à época, muito diferente daquela que conhecemos hoje, onde delegados passam os dias de terno em debates com outros operadores do direito. Não é o caso aqui. Naquele contexto, Araguai é um Bud Spencer tropical, competente investigador e disposto ao extremo da violência, mas raramente iniciando-a e nunca levado pela crueldade.





Lobão

Lindomar Lobo dos Santos é goiano de Rio Verde. Cumpriu o serviço militar obrigatório e manteve-se na carreira até os 23 anos. Neste interim, conheceu Araguaia durante um treinamento para salto de pára-quedas. O medo paralisante de avião daquele marmanjo de 2 metros de altura o fez rir. Obviamente, Araguaia nunca saltou. Já em terra, alguém quis humilhá-lo pelo vacilo, e Araguaia o calou. Aquilo fez Lindomar o respeitar.

Nascia então a amizade entre ambos e, Araguaia, ali um delegado em treinamento, logo convenceu Lindomar a atuar como seu agente em Santa Terezinha. Anos depois, Araguaia inaugurou o apelido Lobão, em reconhecimento ao seu aguçado faro para achar "vagabundos".

Lobão é mais sociável e falante que Araguaia, mas igualmente reacionário e ainda mais violento. Sua visão de mundo é, no geral, simplista e um tanto descolada da realidade contemporânea.



Soneca

Ervando Kamoriwai'i Tapirapé Silva nasceu em um local remoto da Serra do Urubu Branco, no Mato Grosso, área hoje reconhecida oficialmente como o território indígena Urubu Branco, da etnia Tapirapé

Ervando teve sua família dizimada quando adolescente, refugiando-se como pôde na cidade. Foi resgatado por agentes sociais e levado a uma igreja católica, onde recebeu abrigo e educação. Mas tempo depois este seu novo lar também foi atacado por ladrões em busca de itens valiosos, e sua vida novamente quase foi ceifada, mas ele foi salvo no último instante por Araguaia, que enxergou "talento" no rapaz e o convidou para voltar com ele à Santa Terezinha. Ervando aceitou - era a sua chance de revidar tudo o que sofreu. No caminho de volta, mesmo com a estrada coalhada de buracos e o alto volume da conversa alheia e do toca-fitas, ele dormiu o tempo todo, cunhando-se ali o seu apelido. Além de dormir bastante, Soneca é simpático, prestativo e galanteador, o que desperta ciúmes em Lobão.

Boca Preta



Poucos sabem o verdadeiro nome de Boca Preta; sua história perdeu-se no tempo e seus registros civis são quase inexistentes. Esse fato nunca o incomodou - ele sabe que, na prática, nunca existiu para sociedade, criminoso ou não.

E percebendo isso, resolveu de fato assumir a persona de seu apelido, vinculando-se desde cedo ao Candomblé como um filho de Exu, guiando-se pelo caráter contraditório e provocador da entidade, atuando como um de seus grandes emissários nesta terra - principalmente na busca de "justiça aos invisíveis", uma condição que ele conhece muito bem.

Seu carisma nato garantiu para si o comando da gangue dos Caiamanos, sendo o seu líder mais longevo até o momento. Apesar de caótico e imprevisível, Boca Preta é relativamente justo com seus companheiros e sempre assume a linha de frente, o que custou-lhe a terrível mutilação sofrida por Araguaia, algo que ele nunca esqueceu.

EXT.RIO ARAGUAIA - MORNING - SUNRISE

Um lindo amanhecer enche os olhos dos tripulantes de uma voadeira no centro do leito do rio.
Uma canoa de madeira, carregada, segue atrás, atada ao barco por uma corda.

No barco, Araguaia segue na ponta traseira, encarando o horizonte enquanto guia o motor de popa.

ARAGUAIA (V.O.)

Não, senhor. Enxergar no escuro é pros bicho desse pantanal.

Onças espreitam furtivamente o barco, da beira do rio. Tuiuiús voam em bando. Cenas da fauna pantaneira.

ARAGUAIA (V.O.)

Eu sou bicho homem. Um bicho que só enxerga no claro...mas bem se vira de outros jeito.





Argumento



Em um barraco decadente no meio do Pantanal, BUIATE, o líder da gangue dos Caiamanos, conta os Cruzeiros ganhos como resgate pelo sequestro da filha do governador do Estado. Um dos elementos da gangue, PUNHETA, discute com ele, insinuando certa saudade de Boca Preta, o antigo líder, que o permitiria se aproveitar da moça, cativa no quarto ao lado. Buiate o intimida facilmente e ele se cala.

À noite, eles festejam com música e algumas prostitutas. Punheta desobedece Buiate e vai até o quarto onde está a refém, mas é pego no flagra por outro caimano, que o vigiava a mando de Buiate. Eles começam a discutir, mas param quando ouvem SONS de luta vindos da sala. O caiamano olha pela fechadura e vê Buiate sem vida no sofá. Vira-se para falar com Punheta, mas uma flecha em cheio em seu rosto. Punheta saca uma arma e vira-se para a janela para fugir, mas um índigena, portando um arco pula da janela para o quarto, impedindo sua fuga.

Neste momento, LOBÃO, agente da polícia civil, escancara a porta e Punheta se rende. SONECA e ARAGUAIA entram logo em seguida. Eles confortam a moça mas, num momento de distração, Punheta pula pela janela e corre para o mato. Araguaia, apertando um COLAR de Exu, saca sua Magnum .44 e dispara certeiro em Punheta, que cai sem vida na escuridão. A moça pergunta como ele acertou no escuro, e ele responde que “um disparo justo não precisa de mira”.

Ao amanhecer, uma voadeira tripulada por Lobão, Soneca e Araguaia rasga o imenso leito do Rio Araguaia, trazendo a reboque uma jangada improvisada, cuja carga é composta por alguns cadáveres dos humanos mortos anteriormente. Araguaia narra em V.O a dificuldade e aridez daquele ambiente, segundo sua visão - que contrasta com a beleza colorida do ambiente que o cerca. Ao fim de seu relato, o barco para e eles jogam o corpo inerte de Punheta na água, que é prontamente devorado por piranhas.

De volta ao covil, Araguaia despede-se cordialmente do Cacique (são aliados) e da moça resgatada, que volta com ele para a tribo. Lobão ressalta que o Governador não vai gostar; Araguaia diz que a moça é adulta e deve viver onde quiser.

Cadeia de Sinop. O detetive CURVELO conversa com o diretor da cadeia, e informa que ele terá que acomodar os Caiamanos presos por Araguaia. O Diretor não parece animado. Em paralelo, Boca Preta e vários comparsas escapam do local, usando uma van da polícia. Quando Curvelo conclui sua fala com “com esses caras não tem solução, só matando” Boca Preta, sentado na caçamba do veículo, grita “É Caiamano! É matá ou morrê!”.

Delegacia. No escritório de Araguaia, TAQUIM, agente da Civil de Cuiabá e amigo de longa data, o alerta sobre a Corregedoria. “Cê tá chamando a atenção demais”. Araguaia só resmunga, não tem o menor traquejo para as “formalidades” da capital. Ele desconfia que alguém está falando mais alto por lá agora. Taquim confirma - é o Padre. Enquanto isso, em um boteco da cidade, Lobão e Soneca estão tomando umas. Percebemos que o Padre também está no bar, conversando com algumas pessoas. Ele vai em direção à mesa dos policiais, e é saudado por Soneca, mas hostilizado por Lobão. Comenta sobre ação policial e violência, fazendo Soneca refletir.

FLASHBACK - Araguaia discute com sua esposa, Helena, sobre o casamento. Ela quer se mudar de Uberlândia porque a vida com dois filhos está difícil, e em Araxá seus pais a ajudariam; coisa que Araguaia não faz, pois confunde as vidas de casado e solteiro. Vencido pela discussão, Araguaia observa seus dois filhos na cozinha, comendo. Uma cena semelhante de seus filhos está estampada em uma foto polaroid nas mãos de Araguaia, em sua casa atual (um barraco de alvenaria). Um som estranho vindo do quintal o alerta; ele empunha sua Magnum e Dragão, um enorme cão Fila deitado aos seus pés, rosna para a escuridão...mas então se acalma repentinamente e deita novamente - é apenas Lobão, que emerge do mato visivelmente bêbado. Araguaia, nervoso, diz que quase o matou, e ele responde que se fosse o caso, voltaria para assombrá-lo. Araguaia diz para não brincar com aquilo. A conversa então fica mais leve, ambos fazem piada sobre coisas triviais. Lobão menciona que haverá festa em homenagem ao trabalho do delegado, mas ele parece relutante em ir. Lobão o convence quando menciona que os “voadores” estão na cidade.

À noite, um típico circo dos anos 80 apresenta uma esquete de comédia envolvendo bandidos, mocinhos, políticos corruptos e tiros - uma paródia do filme. Quando a esquete termina, entra em destaque o letreiro luminoso do circo enquanto o seu líder e proprietário, Cleitinho "Voador" surge no palco pedindo palmas, emendando um discurso apaixonado sobre família, Deus, Paz (sim, ele é deputado) e termina com uma chamada final à "*Roberto Araguaia o homem que trouxe paz e tranquilidade ao interior do Mato Grosso!*". Um canhão de luz ilumina Araguaia, que se levanta e acena aos aplausos.

Mais tarde, ao ar livre, a quermesse bomba ao som de sertanejo raiz ao vivo. Mas rapidamente a diversão é interrompida por um cavalo que chega trotando devagar na praça, com um corpo amarrado a ele. Araguaia, Lobão e Soneca isolam a multidão e examinam de perto, quando percebem que trata-se de um homem muito ferido, mas vivo. Araguaia nota a farda da cadeia de Sinop e um nome bordado nela: "Silveira". Lobão questiona o homem e ele diz que Boca Preta fugiu e o mandou dizer que vem buscar sua vingança.

Mais tarde, no escritório de Araguaia, ele mostra a Lobão uma foto do verdadeiro Silveira - o cara é um impostor. Eles discutem o que fazer e Araguaia revela que tem um plano. Ao sair da sala, Lobão dá de cara com o Padre, que entra e debate com Araguaia sobre as atividades da polícia.

Na saída da cidade, Lobão e Soneca, montados em cavalos, conversam sobre a missão daquele: seguir "Silveira" e descobrir onde os Caiamanos estão escondidos. Soneca insiste para ir junto como queria Araguaia, mas Lobão diz que muita caçador espanta a presa. Soneca insinua que Araguaia tem dificuldade em revirar aquele assunto. Em certo momento, "Silveira" passa trotando no cavalo. Lobão se despede e Soneca parece preocupado.

Casa de Araguaia. Ele tenta ensinar alguns truques à Dragão, mas o cão é tão insubordinado quanto ele. Eventualmente, um funcionário da Delegacia aparece e diz que Lobão telefonou informando que encontrou o rastro dos Caiamanos. O rapaz entrega um papel a Araguaia, que pede para ele preparar os equipamentos enquanto ele vai chamar Soneca.

No boteco vazio, Soneca esfrega-se com uma mulher. Araguaia chega com duas bolsas carregadas e o interrompe, dizendo para ligar para Cuiabá e pedir o avião - Lobão está longe e não podem chegar a tempo com as estradas naquele estado deplorável. Mais tarde, no mesmo boteco vazio Araguaia termina de limpar a última arma e guardar na bolsa, quando Soneca seja e informa que o avião de Cuiabá já estava ocupado e vão mandar o de Rondonópolis. Soneca insinua que Araguaia tem medo daquele, mas o delegado nega com veemência - "o avião é que é uma merda". Soneca ainda diz que tem mais uma condição - levar mais um passageiro. Já no avião, um Paulistinha antigo (teco-teco) percebemos que a condição era a presença do Padre, que tem sua própria missão (e não revela qual). Obviamente, Araguaia fica desconfortável.

Nos arredores de um pequeno povoado, Lobão observa à distância, com binóculos, uma movimentação estranha num barraco qualquer. Eventualmente, ele é emboscado por PITUIM e CELSIM GOIABA, e depois de uma luta, é dominado por arma de fogo.

No avião, algo se quebra e a aeronave começa a cair. Araguaia fica apavorado, em contraste com o Padre, que apenas reza. Parece que é o fim, mas Soneca reconhece a área sobrevoada e sugere uma pista de pouso improvisada. O piloto consegue manejear uma aterrissagem, mas morre na queda.

Após caminharem por alguns momentos, são cercados por indígenas - e Araguaia percebe que estão na terra dos Tapirapé - uma etnia que não é sua aliada. Eles os ordenam a sair dali imediatamente. Após um embate difícil, o Padre refreia os ânimos e consegue uma audiência com o Cacique. Na Oca do cacique, o Padre explica a situação - estão sem condições de deixar aquele território no momento, pois o avião está arruinado e não tem equipamentos ou provisões. O Cacique, referindo-se à Araguaia como "Porco Branco", pergunta porque o Padre veio com ele. Pedro explica que não teve escolha, mas que cada um tem uma missão ali, e ambas são de paz - a de Araguaia, resgate, a dele, "diplomacia" indígena. O cacique concorda em ajudar, pois reconhece que Araguaia já ajudou a tribo antes; destaca um grupo para pedir transporte na cidade mais próxima e oferece abrigo por aquela noite, mas pede em troca uma das bolsas de equipamentos e armas de Araguaia.

No esconderijo de Boca Preta, o líder dos indígenas que abordou o grupo anteriormente conversa com Boca Preta - não está satisfeito com a presença de Araguaia na Terra indígena, e acha um erro do Cacique que o considera um "amigo". Boca Preta sorri e diz que "esse aqui também é amigo dele" e aponta para o canto da sala onde um Lobão preso e muito machucado, cospe sangue. E então propõe um acordo.

De volta à tribo, abrigados numa espécie de oca coletiva, Araguaia vigia o sono de Soneca e do Padre. Sua presença claramente não é bem-vinda por todos ali. Da escuridão do mato, um indígena dispara um dardo certeiro em seu ombro. Ele retira rápido o dardo, e procura pelo autor, mas ele se foi. E então adormece, mas tem muitos pesadelos (efeito do dardo?), envolvendo Lobão. Quando acorda, o Padre se oferece para vigiar o resto da noite e o aconselha a descansar.

Momentos depois, o indígena da cena anterior aparece e diz ao Padre para acompanhá-lo.

O Padre é levado aos arredores da tribo onde vê o cadáver de Lobão em um buraco improvisado - ele está bem machucado e seus testículos foram arrancados e colocados na boca. O índio explica que acharam o corpo naquela noite, e não o levaram para a tribo porque atrai maus espíritos. Neste momento, passam pela estrada os veículos do resgate, uma camionete e um jipe. O Padre pede que o ajudem a colocar o defunto na caminhonete, para levá-lo de volta à Santa Terezinha para um velório e enterro apropriados.

Araguaia acorda e recebe a notícia como um soco. Diante da situação, ele só pensa agora em achar Boca Preta e vingar o amigo. Soneca diz que já não podem fazer nada - sem avião, sem piloto, e o único que tinha o rastro, era Lobão. Araguaia diz que terão que apelar e "cruzar o rio". Soneca não parece gostar. Acompanhamos o deslocamento de ambos, pelo Jipe, desde a Terra Indígena até a margem do Rio Araguaia, onde pegam uma balsa para veículos. Na outra margem, já no Tocantins, dormem em uma parada de beira de estrada. Na TV minúscula do lugar, passa um debate sobre o sequestro da filha do governador; Cleitinho participa, e agora como deputado é bem mais agressivo.

No dia seguinte, fica claro o motivo de "cruzar o rio" - Araguaia quer o guiamento de Dona Tita, uma velha quilombola da região, supostamente conectada com entidades sobrenaturais. Soneca, religioso, desaprova a ideia até o fim, quando chegam na cabana da mulher, no meio da mata. Lá dentro, Araguaia quer da velha o paradeiro de Boca Preta. Como o objetivo da informação é para matá-lo, o acordo diz que é uma vida por outra. Araguaia diz que pode ser a dele, basta ele ter tempo de fazer a tarefa. Tita diz que não pode ser, pois ninguém sofre com a própria morte; tem que ser sacrifício. Ele insiste e entrega um chumaço de seu próprio cabelo. Orientada por uma entidade, Tita procede com o acordo.

Após os ritos, Tita apenas diz que "Boca Preta está protegido por Deus". Araguaia se enraivece e diz que aquilo não ajuda em nada e mete o pé na mesa, quebrando a cumbuca de Tita. Lá fora, Soneca convence Araguaia a desistir daquilo tudo e voltarem à Santa Terezinha, para pegarem pelo menos a missa de 7º dia de Lobão. Ele concorda.

Na cidade, descobrem que o funeral de Lobão nunca aconteceu e o Padre não é visto há dias. Imediatamente ele e Soneca checam a Igreja à distância e percebem algo errado. Araguaia começa a pensar que a dica de Tita não era tão absurda.

Resolvem invadir o local. Encontram apenas o Padre, rezando no quartinho dos fundos...mas algo está estranho. Araguaia pensa que o Padre acoberta Boca Preta, e eles discutem. Soneca aparta a briga e cobra uma explicação do Padre - que apenas aponta para um armário velho, discretamente. Eles captam a ideia e Araguaia então criva o móvel de balas, e um caiamano cai de lá sem vida. Soneca aguarda atrás da porta e elimina silenciosamente outro que entra no quarto. Fica claro a cilada armada usando o Padre. Eles decidem se dividir - Araguaia irá sair pela janela do quarto e Soneca por dentro do hall da igreja e eles se encontram na porta.

Araguaia sai pela Janela e é atacado por Pituim. A briga é feia, com vantagem para Pituim. Lá dentro, Soneca trava um tiroteio intenso com Celsim e um pequeno bando. Boa parte da Igreja vai pelos ares. Na briga de Araguaia, Pituim acaba por pegar a arma de Araguaia e está prestes a matá-lo, mas é salvo por um tiro... do padre. Lá dentro, Soneca mata todos menos Celsim, e iniciam uma briga equilibrada. No fim, Soneca crava sua lâmina na testa de Celsim, mas não sem antes ser gravemente ferido na barriga. Araguaia chega neste momento e vai ao socorro de Soneca. O Padre nota que pituim está fugindo. Araguaia opta por salvar Soneca, ainda que dolorido por deixar o inimigo escapar.

Na cabana de Tita, ao lado do corpo inerte de Soneca coberto por unguentos e várias velas, Araguaia clama por outro acordo. Tita que diz que não há mais espaço para acordos e agora tudo está nas mãos dos encantados. Araguaia está desolado, mas Tita não alivia e diz que a obsessão violenta por vingança ceifou seus amigos. Ele ameaça repetir seu nervosismo de antes, mas Tita o coíbe colocando-o na mira de uma pequena garrucha. Depois, manda-o descansar, pois o pior ainda virá.

Ao amanhecer, a praça da Igreja está tomada por curiosos e alguns policiais da perícia forense - algo raro naquelas bandas. Araguaia chega e já aborda um dos peritos sobre alguma informação de Pituim. O policial o reconhece e diz que ele é uma "lenda" em Cuiabá. Araguaia agradece mas insiste na informação. Surge Curvelo e Araguaia pergunta o que estão fazendo ali. Ele diz que a capital está na cola de Boca Preta desde o sequestro da filha do governador.

Lá dentro, outros peritos trabalham na zona de guerra deixada pelo conflito da noite anterior. Araguaia pega o punhal de Soneca, já embalado como evidência, mas um perito chega para impedi-lo; Taquim aparece na hora e diz que aquele é o Delegado Araguaia. O jovem muda a atitude na hora e desculpa-se, mas Araguaia o tranquiliza e diz para continuar com o bom trabalho.

Taquim e Araguaia conversam até chegar no quarto do Padre. Taquim fala sobre uma eventual transferência de Araguaia para Cuiabá, mas Araguaia diz que quer ficar perto do povo. Mas Taquim pondera se a recíproca é verdadeira e, já dentro do quarto, Araguaia entende a provocação - várias das famílias dos Caíamanos mortos na noite passada choram por seus entes queridos ali, entoados por uma novena conduzida pelo Padre. Quando eles terminam, encaram Araguaia nitidamente tomados pela revolta. Araguaia comenta algo para tranquilizar, mas só piora a situação. Em particular, o Padre confronta Araguaia sobre o único sobrevivente dos caíamanos, que sumiu misteriosamente, e ele sabe que a polícia o pegou para "interrogatório". O Padre diz que tortura é algo inaceitável; Araguaia mostra ao Padre o punhal de Soneca e pergunta se aquilo é.

Em um cativeiro improvisado da polícia, o Caiamano capturado é torturado por ELIAS TRABUCO, policial expercienciado na prática. O criminoso não fala nada mesmo machucado. Estão presentes ainda Taquim, Cleitinho (que se divertem) e Curvelo, indiferente à situação. Trabuco convida Araguaia a se juntar à ele, e por um instante, Araguaia vê Lobão ao lado de Trabuco com uma marreta na mão...ele se assusta, tromba na mesa de Trabuco, e derruba uma marreta idêntica.

Impactado pelo que acaba de ver, um neurótico Araguaia fuma um cigarro enquanto roda em círculos na varanda do barraco da polícia. Taquim aparece pedindo ajuda para conter Trabuco, que está fora de controle. Araguaia vai até o cativeiro e percebe que Trabuco está prestes a arrancar a língua do bandido - “s e n ã o canta pra mim, não vai cantar nunca mais”. Araguaia ordena que ele pare; ele não parece que vai obedecer, e Araguaia o chuta; ele cai da cadeira e levanta-se imediatamente, encara Araguaia por alguns segundos...mas então desiste.

De volta à varanda, Trabuco mostra o dedo à Araguaia do banco de trás de uma viatura que o leva embora. Araguaia manda liberar o Caiamano, inclusive para visitar a família, surpreendendo Curvelo. Então, convoca ele e Taquim para a Delegacia. Em sua sala, os 3 se debruçam sobre o um mapa da região. Eles precisam se dividir em 3 grupos. Taquim diz que não há efetivo. Araguaia responde que não podem esperar reforços, ou Boca escapa; portanto, irá sozinho para a serra da cachoeira, o destino mais perigoso.

Numa estrada vicinal no meio da mata, Araguaia e Dragão avançam lentamente sob o luar. Dragão late alto e repentinamente uma vez só e olha para um ponto fixo na mata. É uma trilha. Na trilha, ambos seguem atentos até que Dragão fareja alguém e o persegue, enquanto Pituim ressurge e ataca Araguaia - mas desta vez a briga acaba rápido, com Araguaia enforcando-o com seu chicote. Ao se levantar, Araguaia vê o cadáver do outro caiamano estraçalhado por Dragão.

Araguaia e Dragão chegam na cachoeira ao amanhecer. Boca Preta os embosca e derruba Dragão com um tiro. Após uma rápida conversa e troca de tiros - que deixa Araguaia com apenas uma bala - o conflito torna-se físico. A briga é intensa, Boca é um exímio lutador que mescla capoeira e movimentos acrobáticos. Eventualmente, Boca pega a Magnum e atira a última bala - Araguaia lança a faca de Soneca ao mesmo tempo. O disparo vai certeiro na testa de Araguaia, mas ele “escorrega”(ou é empurrado por algo?) e o projétil passa de raspão. A faca acerta no ombro direito de Boca, que já estava ferido no esquerdo. Ele está acabado, e pede uma morte rápida, mas Araguaia parece determinado a mutilá-lo novamente. Mas então, vê Lobão ao seu lado, estimulando-o a ir adiante...e percebe que o amigo foi dominado pela sede de vingança (isso dispara um pequeno flashback de todos os seus atos violentos desde a castração de Boca Preta). Desiste e apenas amarra o vilão.

Araguaia se recupera em um posto de saúde. Taquim e Curvelo informam que Soneca não sobreviveu e o Padre largou a batina depois do velório. Araguaia culpa-se em segredo por isso. Curvelo diz que ele tem contas a acertar na Corregedoria em Cuiabá, e eles devem partir assim que possível. Mas Araguaia diz que deve fazer uma parada antes.

Na casa de Tita, ele reclama que Soneca morreu. Ela lhe revela que o trato feito pelos encantados foi a vida de Soneca - e não a dele - em troca da informação de que Boca Preta estava protegido por Deus. Araguaia aceita e devolve a cumbuca de Tita - agora reparada por ele. Ela diz que ele está começando a entender, e vê Lobão ao seu lado, agora de aparência mais sóbria.

Lá fora, Taquim e Curvelo aguardam dentro do Opala Preto, ao lado do Jipe - onde Dragão repousa no banco de trás. Taquim entrega a Araguaia um bilhete do Padre, acertando as contas. Araguaia pede a Curvelo que mande alguém dizer ao Padre que ele não foi o responsável pela morte de Pituim. Finalmente, eles partem em caravana. No banco de trás do Jipe, Dragão derruba a pasta de Taquim e vemos alguns dos papéis em seu interior. As informações sugerem dados de um policial desaparecido que trabalhava infiltrado em uma quadrilha de furtos de veículos em Cuiabá. Seu nome aparece como “Anderson Magal - codinome: Dragão”.

Araguaia acaricia o cão e então liga o som toca-fitas do Willys, e o som de Vera Capilé preenche a paisagem pantaneira ao entardecer.



Proposta de Marketing



1 - Introdução

A presente proposta busca sintetizar as principais orientações e estratégias para o marketing e distribuição do filme *Roberto Araguaia e a Balada na Cachoeira*, um longa-metragem cuja duração aproximada é de 90 minutos e classificação indicativa 16 anos.

Storyline

Após castrar fisicamente um criminoso acusado de pedofilia, o Delegado Roberto Araguaia deve enfrentar a sede de vingança deste homem que acaba de fugir da prisão depois de anos de jaula. No processo, o delegado vai aprender que as soluções violentas podem cobrar um preço alto demais.

Trilha Sonora

- Para Lennon e McCartney (Milton Nascimento, 1970)
- Toque de São Bento Grande de Angola (Paulo Cesar Pinheiro, 2010)
- Cidade Moderna (Milionário e José Rico, 1981)
- Recordando Mato Grosso (Milionário e José Rico, 2006)
- Fazenda (Vera Capilé, 2023)



2 - PÚBLICO-ALVO

Público	Sexo	Idade	Estado Civil	Geografia	Classe social	Escolaridade	Profissão
Primário	Masculino	25-55 anos	Solteiros e casados	grandes centros brasileiros, especialmente das regiões sudeste e centro-oeste (destaque MT)	classe social média-alta (em especial as classes B, C e D),	superior e média	Profissionais liberais e classe trabalhadora
Secundário	Masculino e Feminino	35-50 anos	Indiferente	Grandes centros urbanos	Classe média (B e C)	superior e média	Profissionais liberais, estudantes

3 - MATRIZ FOFA

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - As armas de fogo são mostradas no detalhe, atraindo o interesse de entusiastas. - As sequências de luta ocupam enfatizam diferentes estilos, potencializando o engajamento do público interessado em artes marciais. - A ambientação (pantanal) e época (anos 1980) atraem saudosistas e interessados em história do Brasil
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Observa-se o ressurgimento de duas grandes tendências tangenciais ao filme: ambientação no pantanal (remake da novela homônima) e do <i>nordestern</i> (série Cangaço Novo)
Fraquezas	<ul style="list-style-type: none"> - Deve-se tentar afastar a imagem de um filme superficial apenas com ação, visando principalmente angariar mais público secundário
Ameaças	<ul style="list-style-type: none"> - A crítica especializada pode diminuir e/ou ignorar o lançamento do filme - deve ser realizada articulação estreita com veículos menores de comunicação e influencers on-line.

4 - Estratégia de Comunicação

É interessante fazer uso de qualquer meio midiático ou pessoa pública que possa ampliar o universo da audiência do filme. Assim, será realizado contato com *influencers* digitais, podcasts e canais sobre filmes, segmentando-se a abordagem a partir do nicho em cada veículo midiático: faroeste, armas de fogo, artes marciais, dentre outros de interesse. As peças de divulgação serão elaboradas visando destacar as cores e paisagens do pantanal (na fauna, destaque lógico para os jacarés *Caiman* e *Tuiuiús*), contrabalançado com o tom sóbrio dos personagens. Além disso, objetos e temas ligados ao sincretismo religioso entre o cristianismo católico e a Umbanda também podem ser explorados.

Eventuais peças audiovisuais deverão conter falas de efeito do filme, como “matar ou morrer”, com a trilha sonora coerente com o conjunto já colocado. Uma estratégia pode ser a elaboração de pílulas específicas para a apresentação dos personagens centrais. Caso o lançamento do longa no parque de exibição convencional ocorra em momento diferente daquele nas plataformas de streaming, sugere-se uma estratégia de abordagem distinta conforme a situação:

Lançamento convencional:

- focar a comunicação do filme nas semanas prévias ao lançamento, promovendo-se articulação frequente com a imprensa visando gerar valor de notícia (deve-se atentar ao conteúdo a ser fornecido, pois o controle da mensagem é logicamente limitado),
- angariar, via relações públicas, capital relacional ao filme, buscando expor a equipe envolvida (criativa e técnica) á entrevistas para públicos segmentados e participações em programas diversos (podcasts, canais temáticos, etc).
- promover sessões de pré-estréia para audiências compostas majoritariamente pelo público-alvo primário, possivelmente em ambientes alternativos (espaços culturais, exposições, encontros de nicho, etc).

Lançamento digital (streaming):

- iniciar o processo em data próxima ao lançamento, alimentando as redes sociais do filme com conteúdo inédito e outros eventualmente gerados no lançamento convencional;
- produzir e divulgar material de making of do filme, incluindo os bastidores do set e do processo criativo de pré-produção.
- Gerar pílulas de conteúdo para rádios, vinculando-as eventualmente á promoções de pequenas premiações (semelhante ás das vaquinhas digitais) visando ampliar o público-alvo secundário.

Naquilo que couber, a estratégia de comunicação deverá ser pautada pelo uso do marketing arquetípico, especialmente no referente à “Roda dos arquétipos”, visando despertar engajamento ao ressoar no público as emoções associadas a cada arquétipo presente no filme, sempre destacando-se um único arquétipo a cada peça de divulgação de maneira a não transmitir uma mensagem neutra ou difusa. Sugere-se utilizar principalmente os arquétipos do Herói (Araguaia, Lobão e Soneca), Sábio (Padre Pedro, Dona Tita), Fora-da-lei (Boca Preta e Caiamanos) e Governante (Araguaia, Taquim, Curvelo).

Toda a estratégia descrita acima deverá centrar-se na proposta de venda do filme, descrita como:

Roberto Araguaia e a Balada na Cachoeira trata-se de um faroeste ambientado no pantanal que conta a história de um delegado que foi longe demais na execução da lei, e agora deve lidar com as consequências.

5 - Peças de Comunicação

Será elaborado material gráfico (poster, folheto de negociação e outros - p.ex, santinho com propaganda eleitoral de Cleitinho, ou propaganda de “amarração” de Dona Tita), digital (mídias sociais, artes conceituais, spots de áudio) e audivisal (pílulas e teaser e divulgação)

6 - Estratégia de Distribuição

Acredita-se que a melhor aposta é uma distribuição em pequena escala focada especificamente nos públicos-alvo, especialmente o primário, a ser realizada em grandes centros brasileiros (Regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, e por todo o território dos estados de Mato Grosso, Goiás e Tocantins, onde supõe-se maior interesse de identificação. A distribuição digital irá depender da negociação de venda com os principais serviços de streaming.