

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL**

JOSÉ ANTÔNIO DE SOUZA BUERE FILHO

WEBSÉRIE “O QUE HÁ NO MENU?”: CONTANDO UMA HISTÓRIA NA WEB

PROJETO EXPERIMENTAL DE GRADUAÇÃO

Santa Maria, RS
2018

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL**

JOSÉ ANTÔNIO DE SOUZA BUERE FILHO

WEBSÉRIE “O QUE HÁ NO MENU?": CONTANDO UMA HISTÓRIA NA WEB

Projeto Experimental apresentado no curso de graduação em Comunicação Social – Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito para obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Produção Editorial**.

ORIENTADOR: PROF. DR. LEANDRO STEVENS

Santa Maria, RS
2018

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL**

JOSÉ ANTÔNIO DE SOUZA BUERE FILHO

WEBSÉRIE “O QUE HÁ NO MENU?”: CONTANDO UMA HISTÓRIA NA WEB

Projeto Experimental apresentado no curso de graduação em Comunicação Social – Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito para obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Produção Editorial**.

A Comissão, abaixo assinada, aprova o Projeto Experimental Websérie “O que há no menu?: contando uma história na web” no dia 6 do mês de dezembro de 2018.

**Prof. Dr. Leandro Stevens (UFSM)
(Presidente/Orientador)**

Profa. Dra. Aline Roes Damolin (UFSM)

TAE Manuela Lang Motta (UFSM)

Santa Maria, RS
2018

AGRADECIMENTOS

A websérie “O que há no menu?” foi um menu completo. Foi aquela refeição que enche o estômago e o coração, que satisfaz a alma. Embora eu tenha criado todos os pratos e todos eles tenham a minha identidade, não seria possível executá-los sem a escolha de bons ingredientes e de mãos responsáveis para manipulá-los. Foram tantas as pessoas envolvidas neste projeto de quase um ano que agradecê-las em apenas algumas palavras não é o bastante. Quero, se possível, abrir garrafas de vinho para beber com todas as pessoas que contribuíram para este projeto experimental ficar pronto. Mas enquanto isso não acontece, escrevo aqui.

Agradeço imensamente em primeiro lugar à minha família, aos meus pais José Antônio e Lucia Beatriz, por todos os recursos, apoio e amor que nunca deixaram faltar durante os quatro anos de graduação que passei fora de casa. À minha irmã Roberta, o meu cachorro Hércules e à minha sobrinha Maria Beatriz, que sempre recarrega minhas energias quando a visito e que me faz enxergar como é bom ser criança.

Ao meu orientador, Leandro Stevens, por ao longo dessa jornada ter reforçado minhas certezas do excelente profissional que ele é e também por ter se tornado um grande amigo, além de ter confiado no potencial deste trabalho.

Aos meus melhores amigos, os de longe e os de perto, por estarem comigo sempre ouvindo sobre este trabalho, me perguntando sobre o andamento dele ou apenas mandando boas energias. Thainá Aires, Paula Freitas, Ivana Schena, Rubia Woithoski, Luan da Silva, eu amo vocês.

Aos meus atores, Douglas Michael, Luísa Schetinger e Alexandre Menezes Xavier, obrigado pelo empenho, paciência e por darem uma vida tão digna aos personagens Nico, Rita e Francis. Vocês ainda vão brilhar muito!

À equipe responsável pela gravação e edição de vídeo e dos cartazes promocionais, Thomás Townsend, Marcos Oliveira, Alan Orlando, Alesson Oliveira e Gabriel PS, vocês são uns *homões da porra*. Também agradeço ao Estúdio 21 e seus técnicos pela colaboração com os equipamentos e ao espaço quando necessitei.

À todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para este trabalho, seja dando dicas ou me ajudando em algum outro processo menor (como a formatação deste arquivo ou escrita do *abstract*), vocês também fazem parte dessa trajetória.

À Universidade Federal de Santa Maria, ao curso de Comunicação Social – Produção Editorial, aos colegas com que fiz amizade, aos professores e técnicos, por quatro anos de muitas experiências, de conhecimento e principalmente autoconhecimento adquiridos. Que a educação seja sempre a nossa arma mais poderosa de transformação.

E, por fim, agradeço à culinária por me permitir momentos incríveis de aprendizado, desconcentração e também por ter se tornado o assunto principal deste trabalho de conclusão de curso.

“Eu tenho uma riqueza que não vem do dinheiro. Eu tenho uma riqueza que vem de olhar para trás e saber que eu sonhei alguma coisa, que eu quis fazer alguma coisa, que eu consegui fazer, e de olhar para a frente e saber que esses sonhos que eu tenho não têm limite”.

(Paola Carosella)

RESUMO

WEBSÉRIE “O QUE HÁ NO MENU?”: CONTANDO UMA HISTÓRIA NA WEB

AUTOR: José Antônio de Souza Buere Filho

ORIENTADOR: Prof. Dr. Leandro Stevens

Este projeto experimental trata da roteirização da primeira temporada da websérie de ficção “O que há no menu?”, o seu planejamento para mídias digitais e a gravação do episódio piloto. O objetivo do trabalho é criar um produto audiovisual que possa ter a participação das mídias digitais em sua narrativa, de forma a criar novas possibilidades de interação do público com o conteúdo. Sendo assim, o projeto possui uma etapa teórica, voltada ao levantamento bibliográfico que considerou assuntos como a cultura da convergência e cultura participativa (JENKINS, 2009) e como esta nova cultura pode possibilitar o surgimento de novos formatos, como as webséries. Com o apoio de Aeraphe (2013), são conduzidas as discussões sobre webséries, a fim de compreender este formato. A teoria sobre roteiro é argumentada, neste trabalho, a partir de autores como Field (2001), Comparato (1995) e também Aeraphe (2013). A etapa prática do projeto consiste na escrita dos roteiros, o desenvolvimento das mídias digitais aplicadas ao projeto, a criação dos cartazes da websérie como veículo de divulgação desta produção audiovisual e também a pré-produção, produção e pós-produção do episódio piloto.

Palavras-Chaves: Produção audiovisual; Websérie; Roteiro; Mídias digitais; Convergência.

ABSTRACT

WEBSERIE “WHAT’S ON THE MENU?”: TELLING A STORY IN THE WEB

AUTHOR: José Antônio de Souza Buere Filho
SUPERVISOR: Prof. Dr. Leandro Stevens

The following experimental project is about the script of the first season of the fictional webseries “What’s on the menu?”, its digital media planning and the recording of the pilot episode. The purpose of the project is to create an audiovisual product that may have the digital media participation on its narrative, in order to create new possibilities of public interaction with the content. Thus, the project has a theoretical stage, aimed at the bibliographic survey that considered subjects such as the convergence culture and participatory culture (JENKINS, 2009) and how this new culture may allow the emergence of new formats, like the webseries. With the Aeraphe’s (2013) support, the discussions about webseries are conducted, in order to understand this format. The theory about script is discussed, in this project, from authors like Field (2001), Comparato (1995) and also Aeraphe (2013). The project’s practical step consists on the written from the scripts, the development of digital media applied to the project, promotional posters as means of communication from this audiovisual production and all the unfolding accomplished during the pre-production, production and post-production phases from the recording of the pilot episode.

Keywords: Audiovisual production; Webseries; Scripts; Digital Medias; Convergence.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1: Montagem de prints da série Please Like Me.	25
Figura 2: Montagem de prints da série Gourmand em casa	27
Figura 3: Montagem de prints da série Chef's Table.	28
Figura 4: Fluxograma da websérie "O que há no menu?".....	35
Figura 5: Montagem de prints do Instagram dos personagens.	68
Figura 6: Instagram da websérie O que há no menu?.....	71
Figura 7: Playlists de Nico no Spotify.....	72
Figura 8: Montagem de prints do site de Francis.	73
Figura 9: Menu Outono do site de Francis.	74
Figura 10: Fluxograma: interações entre os episódios x mídias digitais.	74
Figura 11: Audições	77
Figura 12: Ensaio do episódio piloto.....	78
Figura 13: Resposta ao e-mail de solicitação de trilha sonora.	80
Figura 14: Montagem de imagens das gravações do piloto.....	81

LISTA DE QUADROS

Tabela 1: Planejamento de postagens Instagram.....	69
Tabela 2: Contratos da websérie.....	78

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 REFERENCIAL TEÓRICO	14
1.1 NARRATIVAS SERIADAS EM AUDIOVISUAL	14
1.2 FORMATO AUDIOVISUAL NA WEB	15
1.3 WEBSÉRIES E CONVERGÊNCIA	16
1.4 ROTEIRO PARA WEBSÉRIES	20
2 O PROJETO EXPERIMENTAL WEBSÉRIE “O QUE HÁ NO MENU?”	23
2.1 A PESQUISA PARA A WEBSÉRIE.....	23
2.2 A WEBSÉRIE O QUE HÁ NO MENU?	29
2.3 UMA DRAMÉDIA EM QUATRO EPISÓDIOS	31
2.4 AMUSE BOUCHE, ENTRADA, PRATO PRINCIPAL E SOBREMESA	34
2.5 PERSONAGENS	35
2.5.1 NICO	36
2.5.2 FRANCIS	37
2.5.3 RITA.....	38
2.6 ROTEIROS DA WEBSÉRIE.....	39
2.7 ELEMENTOS TRANSMÍDIA DA WEBSÉRIE.....	67
3 DIÁRIO DE CAMPO: EPISÓDIO PILOTO	76
3.1 PRÉ-PRODUÇÃO	76
3.2 PRODUÇÃO	79
3.3 PÓS-PRODUÇÃO	82
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
REFERÊNCIAS	86
APÊNDICE	90
APÊNDICE A: PEÇAS GRÁFICAS DE CHAMADA PARA AUDIÇÕES	91
APÊNDICE B: CARTAZES DE DIVULGAÇÃO	95
APÊNDICE C: ROTEIRO TÉCNICO	100

INTRODUÇÃO

Já parou para pensar quanto conteúdo diferente cada usuário de redes sociais consome diariamente através de seus dispositivos (*smartphones*, *tablets* e computadores)? Sem dúvidas, muitos. E estamos, a todo o momento, suscetíveis a receber mais e mais informações. Até mesmo a televisão e cinema, que são veículos de informação e entretenimento anteriores à internet, utilizam as redes sociais como plataforma para ampliar a circulação de seus conteúdos, assim também entrando nesta grande esfera chamada convergência.

Mas a internet, além de possibilitar novas formas de consumo, também permite que consumidores se tornem produtores. Hoje, o usuário que possui o acesso a um celular e a internet, pode criar qualquer tipo de conteúdo (texto, imagem, vídeo) e deixar que este circule através de qualquer rede social. Estes conteúdos produzidos por simples usuários podem gerar diferentes tipos de interação: sua natureza pode ser informativa, entretenimento, *memes* ou possuir qualquer outro aspecto interativo. Neste sentido, a produção de conteúdo para a internet também facilitou o surgimento de novos formatos audiovisuais e públicos, uma vez que consumir se tornou algo tão simples, mas urgente ao nosso cotidiano. Entre estes novos formatos, existem as webséries.

As webséries são produções audiovisuais pensadas justamente para serem consumidas em redes sociais como Youtube e Facebook, e plataformas de *streaming* como Netflix. A veiculação em mídias digitais destas produções permite uma certa liberdade ao trabalhar diferentes temas e gêneros, que muitas vezes não são encontrados nas narrativas seriadas feitas pela televisão.

Este trabalho de conclusão de curso objetiva a criação experimental, com foco na roteirização, da primeira temporada da websérie de ficção do gênero dramédia intitulada “O que há no menu?”, o seu planejamento para mídias digitais e gravação do episódio piloto. O **assunto** da websérie busca, através do personagem principal, evidenciar suas experiências em um relacionamento afetivo, colocando a comida como objeto mediador de suas relações, de modo que esta se faz presente na construção de significados e os mais diferentes tipos de emoções.

Ao propor uma história de ficção que está tão pautada em construir metáforas entre comidas e sentimentos, é possível prever o quanto a construção de um roteiro o mais conciso possível é necessário. Assim, busca-se como **objetivo** explorar a potencialidade dos roteiros de um projeto de websérie para mídias digitais. Como demais objetivos deste projeto experimental,

busca-se: a) conhecer e trabalhar com outras etapas da produção do audiovisual além da criação de roteiro e b) explorar os recursos transmídia na construção de sentidos para a websérie.

A proposta de criação de uma websérie como trabalho de conclusão de curso vai ao encontro de muitas questões pontuais que eu tenho em minha mente e que também estão relacionadas ao meu desenvolvimento no decorrer do curso de Comunicação Social - Produção Editorial e da vivência nos últimos quatro anos na cidade de Santa Maria/RS. Assim, a **justificativa** deste trabalho pode ser explicada desde antes ao meu ingresso no ensino superior, através de minha paixão por criar histórias e personagens que pertencem à esfera do mundo ficcional. O ingresso no curso de Produção Editorial apenas permitiu que o eu desenvolvesse habilidades na área do audiovisual e pudesse exercitar minha criatividade, a partir dos trabalhos desenvolvidos junto ao programa Universo da Leitura e TV Campus UFSM.

Como produtor editorial em formação, este trabalho também se justifica pois acredito que é importante explorar novos meios de produção em audiovisual dentro do curso, já que a Produção Editorial, assim como as webséries, não abrangem apenas o audiovisual como área de atuação, mas também o trabalho em mídias digitais. Ou seja, uma websérie não se refere apenas a um material roteirizado, gravado e editado, mas também às redes sociais em que este produto circula e que engajamentos e interações ele gera. Dessa forma, considera-se que o produtor editorial pode atuar em diversos campos na produção da comunicação e também desenvolver atividades híbridas, que mesclam uma forma de comunicar com outra; neste caso, o vídeo e as redes sociais.

A websérie em questão aborda assuntos como a culinária e relações afetivas, os quais também se apresentam como questões muito presentes em minha vida pessoal, uma vez que tenho a culinária como meu *hobby* favorito e relacionamentos como algo difícil de ser trabalhado na minha esfera pessoal e afetiva. Além disso, desde que a minha jornada no universo gastronômico iniciou, assim como o consumo de programas de televisão sobre culinária, filmes sobre a temática e até ouvir e ler a fala de alguns profissionais do ramo, percebi como a cozinha não é apenas sobre fazer um prato de comida, mas sobre transmitir emoções e sentimentos para aquele prato. Assim, construir a aliança entre culinária e sentimentos pareceu o assunto perfeito para se trabalhar através de um material audiovisual.

A pesquisa teórica realizada para este trabalho de conclusão de curso localizou alguns livros sobre os assuntos tratados, mas foram encontrados com maior facilidade trabalhos desenvolvidos no meio acadêmico como artigos e monografias. Sobre roteiros, autores como Syd Field (2001) e Doc Comparato (1995) ajudam a embasar teoricamente este trabalho. Já as discussões sobre convergência são orientadas por Henry Jenkins (2009), enquanto Guto

Aeraphe (2013) é utilizado para fomentar as questões sobre webséries. Os demais trabalhos encontrados relacionam webséries, convergência e ambientes virtuais, falam sobre narrativa seriada e o gênero dramédia (proposto como gênero da websérie).

A partir da pesquisa e parte prática, este trabalho estrutura-se em três capítulos, sendo o primeiro o referencial teórico com conceitos pertinentes ao universo desta pesquisa, como narrativas seriadas em audiovisual, webséries e convergência. O segundo capítulo é dedicado à explicação da websérie “O que há no menu?”, com articulação dos referenciais utilizados para criação do conteúdo da websérie, além da exposição dos produtos – os roteiros e também o planejamento para mídias digitais. No último capítulo é relatado o processo de construção da websérie, da gravação do episódio piloto e de outros produtos relacionados, correspondendo as etapas de pré-produção, produção e pós-produção.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

O primeiro capítulo deste projeto é dedicado à fundamentação teórica que orienta a criação deste produto experimental. Dessa forma, são articuladas questões como narrativas seriadas em audiovisual, formato, convergência, webséries, roteiro e roteiro para webséries.

1.1 NARRATIVAS SERIADAS EM AUDIOVISUAL

Narrar faz parte da comunicação humana desde os primórdios; o homem inventa-se e reinventa-se continuamente através da contação de histórias. De acordo com Ribeiro (2014, p. 181) o ato de narrar “se notabiliza como uma das primeiras formas populares de entretenimento”. Enquanto isso, Moreira (2007, p. 7) fala sobre a narrativa seriada historicamente, dizendo que ela

existe desde as formas epistolares de literatura (cartas, sermões, etc.), passando pelas narrativas míticas intermináveis (As mil e uma noites) e tendo posteriormente um imenso desenvolvimento com a técnica do folhetim, utilizada na literatura publicada em jornais no século XIX, e reproduzida no rádio com as radionovelas. No caso da televisão, foi o cinema que forneceu o modelo básico de serialização audiovisual de que hoje se vale (MOREIRA, 2007, p. 7).

De acordo com o comentado pela autora, a televisão é um meio de comunicação onde é possível encontrar narrativas seriadas. Especialmente nos dias atuais, é a partir do meio televisivo que a sociedade consome em maior número produções audiovisuais de caráter seriado, tais como telejornais, telenovelas, filmes e séries de televisão. Arlindo Machado diz que esta serialidade, na televisão, caracteriza-se pela “apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual” (MACHADO, 2009, p. 151). Ainda, o autor fala que

no caso específico das formas narrativas, o enredo é geralmente estruturado sob a forma de capítulos ou episódios, cada um deles apresentado em dia ou horário diferente e subdividido, por sua vez, em blocos menores, separados uns dos outros por *breaks* para a entrada dos comerciais (MACHADO, 2009, p. 151)

Exemplos práticos do que é argumentado por Machado (2009) podem ser encontrados nas telenovelas, que tendem a finalizar seus capítulos diários em alguma situação que deixe o espectador curioso em descobrir o seu desfecho, este que só será revelado no capítulo seguinte. Até mesmo os telejornais, que tem a sua agenda pautada sobretudo na divulgação da informação, utilizam de comerciais entre uma notícia e outra para a retenção da atenção do público. Em séries de televisão, por exemplo, características da serialidade podem ser encontradas no início de cada novo episódio através do “*Previously on*” (Anteriormente em),

que relembra o espectador dos acontecimentos do último episódio lançado, e a entrada corrente de comerciais em *reality shows*, utilizados para manter o espectador engajado com o conteúdo do estilo *reality*, que se caracteriza pelas surpresas e reviravoltas a cada momento distinto da narrativa. A partir destas observações, é possível inferir que as produções audiovisuais encontraram na narrativa seriada uma forma de fidelizar os espectadores que estão dispostos e curiosos em consumir histórias, sejam elas da esfera jornalística, do entretenimento ou ficcional (MORAES, 2016).

Nos dias de hoje, entretanto, as narrativas seriadas não estão sendo controladas apenas por grandes empresas de comunicação, tampouco sendo produzidas apenas por estas (ZANETTI, 2013). Graças ao acesso aos computadores e dispositivos móveis tais como *smartphones* e *tablets* e a melhoria da internet no Brasil, o audiovisual também encontra espaço nas mídias digitais, que se constitui como um terreno fértil para o desenvolvimento de diferentes produções, uma vez que é a partir das redes sociais que diversos públicos de diferentes nichos se encontram para discutir e consumir interesses em comum. Além dessa facilidade ao acesso, Aeraphe (2013, p. 35) diz que “assistir aos conteúdos através dos serviços *on demand* se tornaram uma conveniência cada vez mais utilizada pelos espectadores.”

1.2 FORMATO AUDIOVISUAL NA WEB

As novas vertentes que as narrativas seriadas encontram propõem o surgimento de novos formatos em audiovisual. Sobre formatos, Fechine (2001, p. 19) fala que sua noção “incorpora toda dinâmica de produção e recepção da televisão a partir daquilo que lhe parece mais característico como princípio de organização: uma fragmentação que remete tanto às formas quanto ao nosso modo de consumi-las.” Neste sentido, os formatos são resultados de um longo processo e se adaptam à melhor forma de narrar e contar determinada estória. Para Fechine (2001, p. 20-21), são 12 os formatos audiovisuais existentes: a) formato fundado no diálogo; b) formato fundado no folhetim; c) formato fundado no filme; d) formato fundado na performance; e) formato fundado no jogo; f) formato fundado no apelo pedagógico; g) formato fundado na propaganda/publicidade; h) formato fundado na paródia; i) formato fundado no jornalismo; j) formato fundado na transmissão direta; k) formato fundado na transmissão direta; e l) formato fundado no voyeurismo.

As postulações de Fechine (2001) sobre formato são focadas na televisão. Mas atualmente, é importante compreender a internet como um mecanismo difusor de novas produções audiovisuais e que também propõe novas formas de consumo, já que “as chamadas

novas mídias estão possibilitando a exploração de outras configurações narrativas” (COCA & SANTOS, 2013, p. 10). Estes autores argumentam que a própria televisão já incorpora em seus formatos diferentes aspectos para buscar uma maior aproximação da linguagem contemporânea. Para Machado apud Coca e Santos (2013, p. 4), este processo que busca diferentes recursos para narrar – como a fotografia, o vídeo, o texto –, é chamado configuração híbrida, o que se aproxima das teorias de Jenkins (2009) sobre convergência e também sobre o que Primo (2007, p. 2) propõe com o termo Web 2.0:

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. (PRIMO, 2007, p. 2)

O conceito de Web 2.0 ajuda a corroborar os significados de formato audiovisual, que acompanha as transformações tecnológicas e sociais. Ou seja, ele visa atender não só a emergências de mercado e audiência, mas também às necessidades que os consumidores de audiovisual estão procurando, seja na televisão, na internet ou em outros dispositivos.

Para exemplificar esta necessidade, a nova temporada do programa Cozinha Prática do canal GNT propõe que a apresentadora (Rita Lobo) e o público cozinhem em tempo real. Neste sentido, “o ciberespaço permite que os indivíduos mantenham-se interligados independentemente do local geográfico em que se situam. Ele desterritorializa os saberes e funciona como suporte ao desenvolvimento da inteligência coletiva” (BEMBEM & SANTOS, 2013, p. 142). Isto significa que a convergência e as novas formas de interação e comunicação em espaços virtuais propõem que pessoas possam estar próximas, dialogando ou executando algo (neste caso do exemplo, a prática da culinária) mesmo que distantes uma das outras. Esta estratégia do programa Cozinha Prática corrobora uma relação mais íntima com o público.

1.3 WEBSÉRIES E CONVERGÊNCIA

De acordo com Aeraphe (2013, p. 11), as webséries “nada mais são do que a fórmula clássica das séries televisivas aplicadas ao universo multiplataforma da internet”. Neste sentido, o formato apropria-se de técnicas tradicionais das narrativas seriadas da televisão e adapta elas para uma nova linguagem, acessível para os meios digitais e ao novo público, o webespectador, que procura conteúdos mais rápidos e fáceis de serem assistidos. A partir dessa colocação do

autor, é interessante voltar ao argumento de Moreira (2007) sobre o cinema ter funcionado como um espelho para a serialização que encontramos na televisão. É possível inferir, então, que as webséries, como formato audiovisual específico para ambientes virtuais, basearam-se em características da televisão para construir sua identidade própria, unindo atributos novos e antigos. A este processo, chamamos de convergência (JENKINS, 2009). Henry Jenkins (2009, p. 32) relata em “A Cultura da Convergência” sobre a preocupação das mídias antigas e tradicionais sumirem frente às novas mídias e tecnologias. A convergência, na realidade, trata da confluência das mídias novas e antigas, que interagem de formas cada vez mais complexas.

Os processos de convergência experimentados hoje propõem o surgimento de novos fenômenos e práticas, tais como a cultura participativa e a narrativa transmídia (JENKINS, 2009; AERAPHE, 2013). Para Jenkins (2009), a cultura participativa surge da revolução digital experimentada nos últimos anos, e que os consumidores, ao se apropriarem das novas mídias e tecnologias, passam a integrar e participar desta cultura não mais como receptores passivos, mas que querem produzir conteúdos e interagir ativamente dentro desta sociabilidade em rede. Guto Aeraphe (2013) apoia-se nos estudos de Jenkins (2009) para falar sobre narrativa transmídia. Para ele,

a narrativa transmídia é aquela que se desenrola por meio de múltiplos canais de mídia, cada um deles contribuindo de forma distinta para a compreensão do universo narrativo. Uma narrativa transmídia não deve possuir uma única boa história, mas sim um rico universo onde podem se desenvolver diversas histórias e diversos personagens, através de livros, filmes, quadrinhos, sites, etc. (AERAPHE, 2013, p. 7)

A cultura participativa e a narrativa transmídia são conceitos que, na prática, não podem ser trabalhados separadamente, pois os consumidores de hoje procuram o maior nível de engajamento e interatividade com os conteúdos. Os consumidores querem curtir, compartilhar e comentar conteúdos; eles querem se sentir representados e fazer parte daquele universo. Este mesmo comportamento engajado acontece com os consumidores de webséries, os quais levam o nome de webespectadores.

Sobre o webespectador, Aeraphe (2013) fala que ele é o mesmo consumidor de narrativas seriadas da televisão, mas que se vê cansado dos formatos tradicionais da dramaturgia. Considerando que o webespectador procura novas experiências de consumo em audiovisual com as webséries, elas propõem características próprias deste novo formato.

Para iniciar, é necessário demarcar a diferença entre o audiovisual na televisão e na internet. Enquanto a televisão possui uma maior rigidez em sua programação e sobre os conteúdos que por ela circulam, a internet possibilita uma abertura para conteúdos mais

dinâmicos e fluidos (MORALES MORANTE & HERNANDEZ, 2012). De acordo com Morales Morante e Hernandez (2012), o audiovisual na internet

se trata de um fenômeno novo de comunicação audiovisual que se incrementa em boa medida pela rejeição de novos projetos por parte das produtoras dominantes do mercado, e assim dá espaço à novas estórias que reproduzem conflitos juvenis que questionam o atual sistema social.” (MORALES MORANTE & HERNANDEZ, 2012, p. 189, tradução nossa).¹

Outro detalhe importante e que diferencia os audiovisuais da televisão e internet é o tempo de duração e atenção entre eles. Doc Comparato (1995, p. 58-59) fala que “o tempo de atenção (a quantidade de minutos que passamos ‘presos’ a alguma coisa, após os quais nosso nível de atenção diminui) varia muito de um meio de comunicação para outro” e isto fica claro quando se percebe o caráter fluido das mídias digitais e dos conteúdos que por ela circulam, o que se difere das produções que estão na grade de programação de uma televisão, em especial as narrativas televisivas seriadas, que possuem um tempo de duração maior de cada episódio. O formato websérie, portanto, propõe que cada episódio dure poucos minutos. Como exemplo de uma websérie bem sucedida, temos a esquete brasileira Porta dos Fundos². O Porta dos Fundos usa recursos humorísticos para discutir os mais diferentes assuntos através de vídeos curtos e está veiculado exclusivamente na internet. Atualmente, o canal do Youtube da produtora é o sexto canal brasileiro mais visualizado³. Desde 2012, a produtora encontrou no terreno das mídias digitais um campo interessante para trabalhar conteúdos rápidos, de linguagem coloquial e interativa e que, acima de tudo, são acessíveis e encontram apreço no público.

Aeraphe (2013) sugere uma duração de oito minutos por episódio, em que os dois primeiros minutos devem ser utilizados para capturar a atenção do webespectador. Romero e Centellas (2008) acreditam em um tempo menor de duração, sendo de um a cinco minutos. Já Zanetti (2013), não tão distante da mesma realidade dos demais autores, descreve que cada websódio⁴, de forma geral, dura de um a dez minutos. Apesar da variação de tempo apontada entre os autores, os três sustentam que a periodicidade de uma websérie, ou seja, o quando cada websódio é lançado, é semanal.

¹ “Se trata de un fenómeno nuevo de comunicación audiovisual que se incrementa en buena medida por la negativa actitud ante nuevos proyectos por parte de las cadenas dominantes del mercado, dando paso a nuevos relatos que reproducen conflictos juveniles que cuestionan el sistema social actual.” (MORALES MORANTE y HERNÁNDEZ, 2012, p. 189)

² Disponível em: <https://www.youtube.com/portadosfundos>

³ Segundo informação retirada do Wikipédia: https://pt.wikipedia.org/wiki/Porta_dos_Fundos

⁴ O mesmo que episódio.

Entretanto, como sustentar uma audiência quando o consumidor de mídias na internet é extremamente exigente e participativo? Sete dias de hiato⁵ entre um episódio e outro pode ser tempo suficiente para fazer uma websérie perder todo o seu público. Sobre esta questão, voltamos ao que a cultura participativa e a narrativa transmídia propõem neste cenário convergente. Romero e Centellas (2013) falam que apesar das webséries manterem algumas estratégias já consolidadas pela televisão há algum tempo, elas usam recursos online como conteúdos em redes sociais para garantir a participação ativa do público e gerar engajamento.

A série brasileira da MTV Brasil, *Perrengue* (2017), utilizou de alguns destes recursos online para que seus personagens pudessem compartilhar suas vidas pessoais com os seguidores através das redes sociais Instagram e Twitter. Esta estratégia pensada pela série, além de se encaixar como um elemento transmídia, garante a manutenção da audiência, a fidelidade do público com o programa e a possibilidade de interação com os personagens, o que faz quase como se o público pertencesse ao mesmo universo da série. Tais aspectos são fundamentais para este cenário de convergência das mídias, em que grandes corporações e/ou emissoras buscam cada vez mais a interação dos consumidores (JENKINS, 2009).

Outra característica que pauta as webséries é a questão orçamentária. Guto Aeraphe argumenta com veemência em seu livro ao dizer que não é porque as webséries são feitas para a internet que elas podem ser desenvolvidas com qualquer equipamento. Segundo o autor, “se sua websérie estiver ligada a características amadoras, a sua audiência vai tratá-la assim também” (AERAPHE, 2013, p. 65). Isto significa que, embora a internet seja um local onde qualquer indivíduo que possua um celular ou outro dispositivo móvel pode transformar um vídeo em um conteúdo de amplo acesso e popularidade, o mesmo pode possuir baixa qualidade de produção e refinamento estético, além de poder ser lembrado em um dia e no outro virar qualquer conteúdo.

As webséries, nesse sentido, não podem se comportar como qualquer conteúdo: elas priorizam acima de tudo técnica e estética, o que deve estar associado ao que Aeraphe (2013) chama de “produção eficiente”. A produção eficiente deve responder às seguintes questões: Como a websérie será feita (produção e parcerias, equipe e equipamento necessários)? O que será feito (a temática da série)? Para quem será feito (o público-alvo, a integração e o engajamento e a distribuição e promoção)? Quanto custará (as despesas)? (AERAPHE, 2013, p. 68).

⁵ Hiato, quando se fala em produções audiovisuais para a televisão e internet, refere-se ao período em que há uma quebra na exibição de determinada programação.

Segundo as questões propostas por Aeraphe (2013), é importante que a partir delas se desenvolva um roteiro que priorize não apenas uma boa estória, mas o trabalho com poucos personagens e poucas locações, e também as possibilidades desse roteiro abrir brechas para elementos transmídia serem inseridos à estória, que continuará sendo contada através de outros meios de comunicação.

1.4 ROTEIRO PARA WEBSÉRIES

As narrativas audiovisuais, sejam elas produzidas para a televisão ou para a internet, possuem similaridades, mas principalmente diferenças. Entretanto, um aspecto fundamental entre as duas é o desenvolvimento do roteiro literário, que dá estrutura a toda a narrativa e produção.

O roteiro é a espinha dorsal de toda criação audiovisual, pois é a partir dele que visualizamos tudo o que foi pensado para determinada estória. Para Syd Field (2001, p. 2), “Um roteiro é como um *substantivo* - é sobre uma *pessoa*, ou pessoas, num lugar, ou lugares, vivendo a sua ‘*coisa*’”. Dessa forma, é a partir do roteiro literário que o roteirista dá vida à sua ideia e faz os conflitos acontecerem através dos personagens e lugares construídos. A estória é, portanto, fomentada dentro de dois princípios básicos, chamados ação e personagem. Para Syd Field (2001, p. 11), “ação é o *que acontece*; personagem, *a quem acontece*. Todo roteiro dramatiza ação e personagem”.

O roteiro, embora descreva cenas e contenha diálogos, precisa dos personagens para que toda ação pretendida aconteça. Dessa maneira, os personagens são tão fundamentais quanto o desenvolvimento de uma *story line*, da sinopse, do argumento⁶ e do roteiro literário em si. Personagem é, nas palavras de Syd Field (2001), um ponto de vista, atitude, personalidade, comportamento e identificação. Os personagens devem ser particulares e ter contrastes, o que leva à geração de conflitos, ponto fundamental para a ação dramática. Os personagens também devem possuir motivações e objetivos e possuírem erros e acertos, pois apesar de serem frutos da ficção, os personagens ainda devem transmitir verdade e serem o mais humano possíveis, revelando constantemente forças e fraquezas, qualidades e defeitos.

No escopo audiovisual, uma produção não se sustenta sem uma linha narrativa, pois toda estória propõe um início, meio e fim. Syd Field (2001) apresenta a construção da estória

⁶ Doc Comparato (1995) conta que a *story line* é toda a estória cristalizada em poucas palavras, geralmente, não possui mais do que uma frase; já a sinopse, é contar a estória em poucas páginas e argumento é a primeira forma de estruturar a estória antes da elaboração do roteiro literário.

e, portanto, do roteiro, através de três atos⁷: o Ato I compreende a apresentação da trama e dos personagens; o Ato II, que é a confrontação do personagem frente à uma situação; e o Ato III, que corresponde ao desfecho da estória. O autor ainda fala que aos finais do Ato I e III acontecerão *plot points* (ou pontos de virada), que conduzirão à narrativa para outras direções. Plot point é, portanto, “qualquer incidente, episódio ou evento que ‘engancha’ na ação e a reverte noutra direção”. (FIELD, 2011, p. 6)

Embora Syd Field trabalhe o roteiro a partir de um viés cinematográfico e que propõe uma narrativa dentro de um padrão de duração de 120 minutos, é importante trazer o autor para a discussão devido aos seus significativos trabalhos na área do roteiro. Guto Aeraphe (2013) trabalha o roteiro em um método chamado SDR, sendo que cada letra significa, respectivamente, Simpatia, Desafio e Resolução. Este método foi pensado considerando o curto tempo dos episódios de webséries, e também o tempo ágil que o usuário/webespectador tem para se engajar com aquele conteúdo⁸. Dessa forma, a Simpatia deve ser imediata, pois ela corresponde ao momento que o webespectador cria uma identificação direta e rápida com os personagens (AERAPHE, 2013, p. 56). Para Aeraphe, o roteiro do método SDR também deve conter pontos de virada, que deve acontecer durante a Simpatia e a Confrontação.

De acordo com Aeraphe (2013, p. 68), o roteiro para webséries deve ser feito otimizando questões como o número de personagens, locações e formas de concentrar a ação dramática, afinal o tempo de duração dos episódios corresponde a um padrão de dez minutos. Neste contexto, Doc Comparato (1995, p. 49) já dizia há muitos anos que “os avanços tecnológicos têm possibilitado produções econômicas e têm proporcionado ao cineasta que começa a possibilidade de produzir filmes sem imposições do mercado”. O universo de produções de webséries enfrenta dificuldades nos custos de produção e como fazê-la render, afinal se trata muitas vezes de uma produção que começa de maneira independente. Os espaços para difusão de uma websérie, entretanto, são muitos.

Aeraphe (2013) conta que o público consumidor de webséries não está preso a datas de lançamento, mas que ele gosta de novidades. Para o autor, é importante que “nunca os deixe [os webespectadores] com um intervalo grande entre uma produção e outra. Alimente-os

⁷ Na obra *Manual do Roteiro: fundamentos do texto cinematográfico*, Syd Field (2001) trabalha a construção do roteiro para longa-metragens, que corresponde a um tempo médio de 120 minutos. Assim, os três atos, para Field, devem corresponder aos seguintes parâmetros: o Ato I corresponde a aproximadamente 30 páginas do roteiro; o Ato II, corresponde da página 30 à página 90; e o Ato III vai da página 90 à página 120.

⁸ Aeraphe (2013) propõe um tempo curto de duração de episódios, mas é importante considerar a Netflix como uma grande plataforma de produção de webséries de longa duração, com episódios de aproximadamente 60 minutos.

sempre com algumas informações para que eles não percam o foco em você e nem no seu trabalho” (AERAPHE, 2013, 65). Buscar alternativas através de conteúdos extras para manter o webespectador interessado na narrativa pode ser uma forma distinta de rentabilidade quando se fala em webséries, afinal vivemos em uma era digital onde visualizações, *likes* e compartilhamentos de conteúdos são considerados audiência e também incentivos para continuar produzindo; é um valor simbólico.

Otimizar o tempo é uma questão prioritária quando se discute webséries. Neste formato, os personagens podem ser bem desenvolvidos, mas a duração por episódio de uma websérie pressupõe poucos personagens dentro da narrativa, além de arcos dramáticos mais curtos. Enquanto isso, em produções audiovisuais que visam a televisão como ambiente de circulação, os personagens podem ter longos arcos dramáticos e serem desenvolvidos em vários núcleos da trama, assim criando subtramas.

O conflito em uma websérie deve ser condensado, mas ao mesmo tempo estar visível para que o webespectador possa se sentir cativado pela narrativa. Quando se trabalha a ação dramática em filmes de longa-metragem, por exemplo, o conflito costuma aparecer no primeiro ponto de virada da narrativa, que acontece na transição entre o Ato I e II (Field, 2001).

Essas colocações acima são relevantes para que os roteiristas de webséries já insiram em seus roteiros outras formas de continuar contando a história da websérie, a partir de outras mídias, que ajudarão a construir uma narrativa transmídia, tão importante no contexto de webséries e convergência.

2 O PROJETO EXPERIMENTAL WEBSÉRIE “O QUE HÁ NO MENU?”

Este capítulo será dedicado à explicação do projeto experimental, desde a sua etapa de pesquisa até a execução dos roteiros e planejamento de mídias digitais. Assim, esse capítulo passa pela busca dos referenciais em outros materiais audiovisuais que serviram de inspiração para esta websérie, a explicação detalhada sobre a websérie, o desenvolvimento dos personagens e os elementos transmídia executados para esta produção.

2.1 A PESQUISA PARA A WEBSÉRIE

No campo audiovisual, a ideia é um acontecimento que surge de um processo mental, da inspiração, e é ela que antecede o início da pré-produção do produto audiovisual. Campos (2011, p. 19) comenta sobre as ideias de forma bastante figurativa:

Perguntado onde buscava tantas ideias para compor tantas músicas e tão belas, Wolfgang Amadeus Mozart respondeu que era muito fácil: as músicas vagavam pelo ar. Era só pegá-las e trazê-las para o papel. Acontece assim com as histórias. Elas também estão no ar, no mar, nos campos, nas ruas, nas praças da cidade, na sua casa, nos jornais em cima da mesa, na sua memória, no seu imaginário e por aí tudo. (CAMPOS, 2011, p. 19)

Embora Campos disserte poeticamente sobre as ideias e como capturá-las, elas precisam, a partir do momento que surgem, ter os impulsos criativos controlados para que possam ir tomando forma e não fiquem apenas orbitando pela imaginação. Inicialmente, é normal ter ideias de longa abrangência. Mas aos poucos, se vai amadurecendo estes pensamentos criativos, até transformá-los em uma ideia concreta. A ideia, para poder ser conduzida e dar forma a personagens, lugares e outras características típicas de uma história, necessita de um aprofundamento. A este aprofundamento, chamamos pesquisa. O trabalho em audiovisual exige um grande processo de pesquisas anterior ao processo de escrita. Para Comparato (1995, p. 15), “pesquisas lhe dão ideias, sensibilidade para as pessoas, situações e locais. Permitem que você adquira um grau de confiança, de maneira que fique sempre no controle de seu assunto, operando por escolha, não por necessidade ou ignorância”. Dessa maneira, é perceptível a necessidade de certo embasamento para que o roteirista possa transmitir para o papel com o máximo de credibilidade e verossimilhança o que sua história pretende contar e que personagens irão contar esta história através de ações e diálogos.

A pesquisa também é importante para buscar referenciais e analisar que produções com assunto e/ou temáticas semelhantes estão sendo realizadas e circulando pelos meios de

comunicação. Assim que a ideia desta websérie em questão foi estabelecida (a cozinha e as emoções), o acadêmico começou a pensar em que narrativas audiovisuais ele poderia ter como fonte para pesquisas.

Sobre cozinha, é possível encontrar vários programas (principalmente *reality shows*) relacionados ao assunto. Um dos programas de culinária mais famosos da atualidade é o MasterChef BR, transmitido desde 2014 pela emissora Band. O *reality* caiu de tamanha forma no gosto popular que é, sem dúvidas, um dos mais famosos e com maior público engajado. Além de ser uma competição culinária, o MasterChef BR fez, de certa forma, o interesse pela gastronomia aparecer em diversas pessoas. Hoje, a gastronomia se tornou um dos tópicos com maiores produções de conteúdo na internet: há páginas em redes sociais e blogs que se dedicam a este universo e *youtubers* que se estabeleceram na rede com seus canais de cozinha. A exemplo destas produções, o Tastemade⁹ se destaca pela grande quantidade de receitas que circulam pelas suas mídias e pela diversidade de conteúdos (há diversos programas entre suas produções, como o “Cozinha de Cinema” e o “MiniCozinha Brasileira”).

Além de *reality shows* e conteúdos para a internet sobre gastronomia e cozinha, há muitos filmes, séries e documentários que abordam o assunto sobre diferentes perspectivas. Algumas referências encontradas neste meio foram a série-documental Chef’s Table (2015), o longa-metragem Pegando Fogo (2015) e a série de televisão Please Like Me (2013). Cada uma destas produções trabalha a gastronomia de uma forma que está muito ligada ao ser humano e o processo das emoções. Em Chef’s Table (2015), por exemplo, os chefes de cozinha documentados têm a cozinha como algo intrínseco, que vem da família, do íntimo, da terra em que se vive, e toda essa emoção acaba se transformando em pratos que são verdadeiras obras de arte. Enquanto isso, o filme Pegando Fogo (2015) apresenta um cozinheiro criativo e de forte temperamento e ilustra como a cozinha é um ambiente cheio de fortes emoções, as boas e ruins. Já Please Like Me (2013) aborda a cozinha em um tom mais discreto. Sobre esta característica da série:

todos os episódios recebem o nome de algum prato preparado por Josh e que dá o clima gastronômico de cada um deles, uma sacada que achei genial! Isso tem um efeito muito interessante no desenrolar da série porque se, por um lado, ela se mostra realista demais, beirando o pessimismo, por outro, a relação com a culinária que Josh constrói ao longo das temporadas surge como uma espécie de “alívio cômico gastronômico”. E, mais uma vez, isso é genial, pois desloca o alívio que seria dado pelo teor humorístico da série – que serve a outros fins – e o coloca sobre algo inesperado: a comida. (PORTAL CANECA, 2018).

⁹ Em seu site, o Tastemade tem como premissa “conectar o mundo através de vídeos” e é considerada “A primeira rede de comida, viagem e estilo de vida 100% digital”. Para mais informações, ver: <https://www.tastemade.com.br/>

Please Like Me é, sem dúvidas, uma grande referência para esta websérie, em termos de conteúdo e estética, uma vez que ela aborda de forma tão cuidadosa e ao mesmo tempo descontraída diversos assuntos, além de trazer a comida como um detalhe importante da narrativa que ajuda a mediar as relações e diálogos de diversos momentos da série.

Figura 1: Montagem de prints da série Please Like Me.



Fonte: Netflix, 2013.

O conjunto de prints acima evidencia três momentos em que a comida está em evidência na produção. As duas primeiras imagens fazem parte de uma mesma cena. A primeira mostra a mesa servida, onde a comida media as relações; na segunda, a comida aparece em destaque através de um plano fechado. Colocando as duas imagens em análise, é possível perceber como as cores da imagem 1 e também as cores da imagem 2 estão harmônicas, assim criando uma paleta de cores uniforme, o que dá um refinamento estético à série em questão. Já a imagem 3 é um print da abertura de *Please Like Me*, que na maioria dos episódios apresenta o personagem protagonista, Josh, cozinhando. As cores também não fogem da paleta de cores das duas primeiras imagens, apesar de ser de um momento e temporada diferentes.

Outras referências visuais e narrativas encontradas na pesquisa foram as produções *Gourmand em Casa* (2009) e *Chef's Table* (2015).

A Brastemp, marca brasileira de eletrodomésticos, produziu em 2009 a narrativa seriada para o Youtube chamada “Gourmand em casa”, para promover sua nova linha de eletrodomésticos e outros equipamentos, a Linha Brastemp Gourmand. A ideia da produção era mostrar a cozinha como um ambiente onde o cozinheiro pode ousar e ao mesmo tempo ser criativo, tudo isto combinando os alimentos aos potentes eletrodomésticos da linha que equipavam a cozinha da narrativa. Cada episódio não possui mais do que 2 minutos, o que torna o enredo fácil de ser assistido e dinâmico, estratégia ideal para a linguagem audiovisual da internet. Além disso, a produção traz extras, onde o personagem protagonista, Daniel, apresenta as receitas de cada episódio, relacionando as mesmas com suas experiências pessoais, que vão desde viagens a histórias de família.

Figura 2: Montagem de prints da série Gourmand em casa



Fonte: Youtube, 2018.

A figura apresenta dois momentos da série Gourmand em casa: no primeiro, o preparo do alimento, colocando em evidência a faca da marca “Brastemp”. No segundo momento, Daniel (o protagonista) explica o preparo de uma das receitas preparadas durante a série. Este segundo momento compõe a produção de “Extras” da série, o que traz um material diferente para complementar a estória e fazer com que ela continue sendo contada.

Já a série-documental da Netflix “Chef’s Table”, apresenta em cada episódio chefes de diferentes lugares do mundo e seus estilos de cozinha. Chef’s Table tem como força narrativa a sua linguagem visual, pois evidencia a partir de planos fechados o preparo dos alimentos, o uso dos utensílios de cozinha e a sutileza e elegância na montagem de pratos, o que eleva a gastronomia a um nível artístico.

Figura 3: Montagem de prints da série Chef's Table.



Fonte: Netflix, 2015.

Na montagem acima, vemos dois momentos distintos: no primeiro, o preparo do bolo de aniversário e no segundo, um pedaço dele servido no prato. A figura reforça o caráter visual da série-documental Chef's Table, em colocar em evidência o alimento. Estas duas referências ajudam a pensar a construção da websérie deste projeto experimental, pois a mesma tem como objetivo trabalhar a história de forma dinâmica tal como a série Gourmand em casa e pensar em elementos extras para complementar a narrativa, mas também possui a preocupação de mostrar o preparo do alimento e também ele pronto, como faz Chef's Table em seus episódios.

Continuando a pesquisa, afinal o acadêmico desejava ter certeza de que realmente a sua ideia fazia algum sentido, também foram encontrados outros materiais além de produções audiovisuais. Santos e Lúcio (2017) propõem em seu artigo “Sabores e amores na cozinha de Laura Esquivel” uma análise do livro Como água para chocolate (1993) da autora Laura Esquivel, no qual ela intersecciona a cozinha e as emoções, utilizando os artifícios da gastronomia para expressar os diversos sentimentos de seus personagens.

A partir dos referenciais encontrados na pesquisa, foi possível tornar as ideias pensadas para a websérie “O que há no menu?” mais concisas e arquitetar as possibilidades e teor dramático da narrativa, a serem trabalhados em um jogo de ações, diálogos e cenas em que a comida não é a personagem principal, mas é a mediadora fundamental de todas as emoções que se deseja transmitir com e pelos personagens no decorrer dos episódios.

2.2 A WEBSÉRIE O QUE HÁ NO MENU?

A alimentação é, sem dúvidas, uma das necessidades básicas de todo ser humano. A comida cumpre um papel importante na satisfação biológica dos corpos, dos sentimentos e desejos, que muitas vezes são projetados sobre um tipo específico de alimento. Além disso, a alimentação também está profundamente associada ao ato de confraternizar e dividir o espaço à mesa não só com o alimento, mas também com pessoas. Sobre esta observação, Santos e Lúcio (2017, p. 475) colocam que “as experiências que o sujeito vive em sua trajetória estão sempre demarcadas pela presença do alimento, pelo seu cheiro, por suas texturas e pelas mais diversas emoções que essas sensações podem provocar”. Logo, o alimento também influencia na construção das relações sociais dos indivíduos e está apto para acompanhar os sujeitos em qualquer momento de suas vidas.

Além de compreender a satisfação do alimento para aqueles que comem e as emoções despertadas, também é importante considerar nesta união entre cozinha e sentimentos a visão daqueles cozinheiros e chefes de cozinha que são responsáveis pelo preparo de diversos pratos. Uma matéria da revista Claudia (2017) traz uma série de depoimentos de cozinheiros e experts em cozinha que falam como seus sentimentos influem no processo da cozinha. Um dos depoimentos mais tocantes é o de Bettina Orrico, culinária da Claudia, no qual ela fala que

Quando cozinho para alguém querido, começo muito antes a pensar no cardápio, a escolher a decoração da mesa. Como fico feliz quando encontro um ingrediente especial! Cresci observando a cozinheira da família; amava revistas de receitas. Uma das lembranças mais antigas que tenho é do perfume maravilhoso de um fígado suíno grelhado no carvão. Outra recordação afetuosa é da minha mãe, que morreu muito cedo, entrando na cozinha para fazer doce. Não tive filhos, mas ponho essas emoções naquilo que preparo para os amigos. (REVISTA CLAUDIA, 2017)

Estas observações ajudaram a concentrar o tema da websérie e também a justificar o porquê dela estar sendo roteirizada e produzida. Desta forma, a websérie “O que há no menu?” é uma websérie de quatro episódios que tem como objetivo retratar as relações sociais de amizade, amor e trabalho apoiadas em elementos e recursos do universo gastronômico. Com isso, a produção pretende demonstrar como o ato de cozinhar não é apenas sobre satisfazer as

necessidades biológicas, mas é também sobre socialização e sobre como no espaço da cozinha circulam as mais diferentes emoções e sentimentos - felicidade, tristeza, carinho, raiva, entre outros -, que uma vez envolvidos no preparo de alimentos tais como os ingredientes e utensílios de cozinha, eles influenciam no resultado final do preparo de qualquer prato.

Os quatro episódios que compõem a primeira temporada da websérie envolverão os personagens Nico Biagini, Francis Aguiar e Rita Freitas. Nico é o protagonista, e é um publicitário frustrado na profissão. Na cozinha, ele encontrou uma forma de despertar novas emoções em sua vida, que está estagnada desde que ingressou no mercado de trabalho. Por estar constantemente em busca de emoções, Nico também está sempre aberto às oportunidades de encontrar “o amor da sua vida”. Mas assim como certos sabores e temperos se agridem e não combinam no paladar, Nico não tem uma grande harmonia com as relações afetivas. Francis é um chefe de cozinha que procura uma agência de publicidade para construir a sua marca como *personal chef*. Ele se caracteriza por ter uma personalidade objetiva e uma maneira diferente de conduzir seus relacionamentos. Já Rita é a melhor amiga de Nico e trabalha com ele na agência de publicidade; ela caracteriza-se pela sua personalidade amigável e divertida e também por estar sempre ao lado de Nico.

Cada episódio apoia-se em elementos do universo gastronômico, principalmente os alimentos, para contar a história e transmitir os sentimentos e emoções vividas durante o breve relacionamento de Nico e Francis. Nico está disposto a impressionar o chefe com os seus conhecimentos em cozinha, mas não só isso: Nico também se vê disposto a conquistar o seu coração. Entretanto, a cada encontro entre os dois, Nico se sente mais envolvido com a situação, ao mesmo tempo em que Francis parece cada vez mais neutro dentro daquele envolvimento afetivo e deixa Nico inseguro, esperando por respostas e certezas que não vêm.

O que acontece, na realidade, é que Nico é uma pessoa extremamente tradicional quando se trata de relacionamentos, o que transparece em seu estilo culinário: ele faz pratos mais típicos e não tem as habilidades necessárias para ousar na combinação de sabores, enquanto Francis é um sujeito que vive um estilo de vida poligâmico, o que combina com a sua cozinha, que se caracteriza por reinventar pratos tradicionais e conhecidos. Esta discrepância entre os personagens Nico e Francis ajuda a constituir não apenas o tom da narrativa, mas também as suas dificuldades e a possibilidade de elas serem solucionadas.

A partir da contextualização da temática desta websérie, infere-se que ela pertence ao escopo da ficção. Para Comparato (1995, p. 146) a ficção representa o “ato ou o resultado de criar uma imagem, de compor, modelar ou inventar alguma coisa”. Sendo assim, toda a unidade dramática pensada para a websérie, os personagens, o desenvolvimento das cenas e os diálogos

são frutos da imaginação criados pelo roteirista, o que não significa que o roteirista não tenha aproveitado de recursos reais, já que Syd Field (2001) fala que elementos como uma notícia em um jornal ou incidentes que ocorreram com pessoas próximas podem acabar se transformando em assuntos para produções audiovisuais sobre ficção.

Sobre o nome da websérie, “O que há no menu?”, ele é proposto como uma pergunta pois pretende instigar o websespectador a respeito da diversidade gastronômica e, portanto, a conhecer diferentes pratos e técnicas, visto que cada episódio trará receitas. O nome também representa, embora subjetivamente, a rotatividade das emoções que se concentram no personagem principal Nico, e como elas podem ser transmitidas para o alimento, quando preparado. Dessa forma, cada prato cozinhado ou emoção se apresentará sempre como uma surpresa, respondendo à grande pergunta do que há no menu. Outros enredos já foram pensados para mais temporadas da websérie, embora não seja o foco deste projeto se aprofundar neles. Contudo, em outras temporadas, pretende-se também mostrar as novas relações sociais e afetivas de Nico com a comida, o ambiente, a melhor amiga Rita e outros amores que surgirem em sua vida. Assim, “O que há no menu?” responde outra questão, que é o fato de Nico estar sempre experimentando novas etapas e novas relações.

2.3 UMA DRAMÉDIA EM QUATRO EPISÓDIOS

Parte da estruturação de uma websérie ou qualquer outro conteúdo audiovisual é pensar o seu gênero. O audiovisual já tem muitos gêneros estabelecidos, tais como as histórias de amor, os filmes de terror, as comédias, entre outros (MCKEE, 2006). Entretanto, algumas narrativas exigem que certos gêneros acabem se misturando para que a história contemple todos os requisitos pensados pelo seu criador. Um destes gêneros é a dramédia. A dramédia se configura a partir da união entre os gêneros drama e comédia e que é considerado híbrido pois “produz não a repetição de dois outros gêneros, mas sim um terceiro elemento com características novas, com fusões (a princípio destoantes) que produzem sentidos consoantes” (DA SILVA & JOHN, 2015, p. 3).

Sobre a dramédia, Canton (2005 apud da Silva & John 2015) “aponta o desenvolvimento do gênero dramédia como algo intimamente ligado ao seu papel na sociedade moderna, por meio das representações sociais e também por meio do duplo reflexo: o da projeção e o da identificação criada nos espectadores”. Assim, o gênero pensado para a websérie deste projeto experimental foi a dramédia justamente por ela absorver elementos da comédia e do drama e criar um próprio, mas principalmente por tentar buscar em um assunto que aborda a

gastronomia relacionada aos laços de amor, amizade e trabalho uma forma de gerar identificação com os espectadores deste conteúdo.

É possível observar o drama na websérie como um grande pano de fundo da narrativa, em que algumas situações não necessariamente engraçadas acontecem, mas que são capazes de despertar alguma reação cômica no público. O comportamento dos personagens na narrativa também são importantes para contribuir para o gênero escolhido, e neste sentido Taflinger (1996) e Silva & John (2015) propõem algumas categorias de dramédia: a dramédia humana e *advocate dramedy*¹⁰ (Taflinger, 1996) e a dramédia personalista (Silva & John, 2015).

A dramédia humana, de acordo com Taflinger (1996, s/n, tradução nossa), possui personagens que “estão constantemente pensando, ajustando suas atitudes e tentando compreender”¹¹ e que ainda “são personagens que não conseguem evitar envolvimento pessoais. Eles possuem, comumente, personagens com compaixão, humanos e tentam acreditar que cada indivíduo é merecedor de respeito”.¹² Embora os personagens se encaixem como personagens da dramédia humana, devido às suas características, a websérie é caracterizada como uma websérie personalista, conceituada por Silva e John (2015, p. 7) como

um tipo de dramédia que tem na figura de um personagem o desenrolar de sua trama, ou seja, algo que liga o fio narrativo a outros núcleos, mas sempre tendo o protagonista como o condutor da história: as situações, os personagens e os conflitos gravitam (direta ou indiretamente) em torno desta figura central.

Como dramédia humana, isto significa que a narrativa está concentrada no personagem protagonista Nico, o que possibilita a criação de uma identidade da narrativa. A websérie é, então, sobre este personagem, mas os demais personagens se desenvolvem ao redor desta figura principal. Além disso, a comida, elemento fundamental da narrativa, também tem a construção de seus significados em torno do personagem principal e dos quatro episódios da websérie, intitulados Amuse Bouche, Entrada, Prato Principal e Sobremesa.

A estruturação da narrativa da websérie sobre o gênero dramédia foi fundamental para pensar o possível público-alvo da produção. Dessa forma, considera-se que os possíveis webespectadores da websérie “O que há no menu?” seriam pessoas que estão ligadas às redes sociais, que gostam de consumir conteúdos ficcionais e que possuem conhecimento e/ou

¹⁰ Embora esta websérie em questão não se categorize como *advocate dramedy*, é importante compreender o seu significado: Taflinger (1996, s/n, tradução nossa) conta que os personagens principais deste tipo “acham que estão sempre certos e que são caracterizados principalmente pela frieza e que estão prontos para rebater qualquer ponto de vista que não faça parte de suas convicções”.

¹¹ “The characters in human dramedies are constantly thinking, adjusting their attitudes, trying to understand.”

¹² “The characters are very human and cannot avoid personal involvement. They are usually compassionate, human, and try to believe that each person is an individual worthy of respect and personal regard.”

interesse em assuntos relacionados à gastronomia, já que de alguma forma a websérie, através dos episódios e da rede social dos personagens, dá dicas de receitas e preparos. Dessa maneira, é difícil limitar idade, gênero e classe social para o público-alvo, uma vez que o indivíduo que mostrar interesse na websérie, provavelmente, será pela sua narrativa e esta pode chamar a atenção de qualquer pessoa, independentemente de questões como a idade, gênero e classe social.

2.4 AMUSE BOUCHE, ENTRADA, PRATO PRINCIPAL E SOBREMESA

Os quatro episódios da websérie foram nomeados com a intenção de relacionar algumas etapas conhecidas do menu degustação com a evolução narrativa da relação construída entre os personagens Nico e Francis. Assim, como cada etapa possui um conceito e uma razão do porquê ela receber tal nome e estar posicionada em determinado momento do menu, foi apropriado pensar estas etapas como o relacionamento dos personagens sendo construído.

A primeira etapa escolhida e, portanto, que corresponde ao primeiro episódio da websérie, é o Amuse Bouche. De acordo com o site Oba Gastronomia (2011), o Amuse Bouche é definido como “um exercício de imaginação [do chefe]. São servidos entre as refeições, para “atiçar o paladar”, prepará-lo para o prato seguinte. Tem o tamanho de, no máximo, duas dentadas.” O Amuse Bouche é, então, uma etapa rápida, mas que pretende surpreender o comensal. Neste sentido, o conceito da etapa se relaciona com a forma que Nico e Francis se conhecem na websérie: através de um encontro rápido, marcado pelo sexo casual, algo que entreteve os dois por um determinado momento, mas que depois revelou-se algo surpreendente, afinal os dois descobrem que estão mais próximos do que o esperado devido à relação de cliente de Francis com a agência de publicidade na qual Nico trabalha.

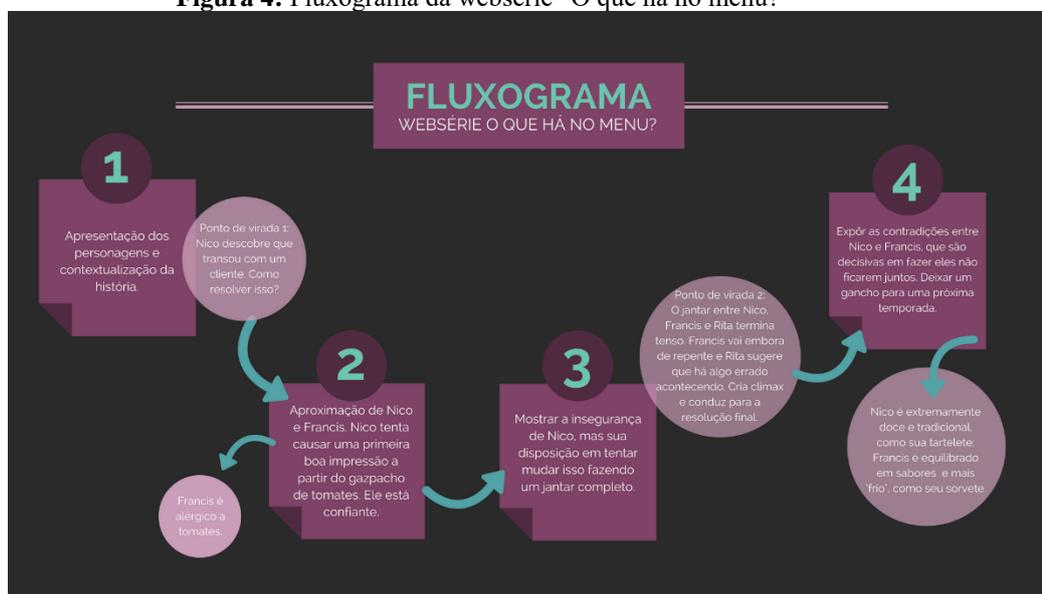
A segunda etapa do menu e o segundo episódio é a Entrada. Para o blog Chame o Chef (2011), “a entrada é a primeira impressão e, como dizem, é esta impressão que ficará na memória de seus convidados.” A entrada pressupõe algo que vai impressionar não apenas o paladar, mas que também irá causar um impacto visual. Na websérie, o conceito da Entrada representa o momento que Nico e Francis decidem se conhecer e demonstra o empenho de Nico em passar uma boa primeira impressão quando ele decide cozinhar para Francis.

A terceira etapa corresponde ao Prato Principal. A Gazeta do Povo (2011) diz que o prato principal “é o momento mais aguardado, para onde se voltam todas as atenções. Um prato principal irretocável tem sabor delicioso e apresentação perfeita. Conquista legiões de clientes, fiéis para sempre, e pode decretar o sucesso de um estabelecimento”. Apropriando-se da ideia de prato principal, na websérie esta etapa corresponde ao momento em que Nico revela suas inseguranças na relação e que, para ele, há a necessidade de avançar e tornar as coisas mais seguras e profundas. Assim, ele sugere um grande jantar, em que Rita também participa. A presença de Rita no jantar representa algo grandioso como o prato principal, pois é o momento em que Francis conhece a melhor amiga de Nico. Significa também confraternização e a espera de Nico por aquele momento, que para ele representa algo grandioso.

Já a quarta etapa e o quarto e último episódio é a Sobremesa. A sobremesa é o momento final da refeição, propõe uma última e boa impressão de todo o momento e também um alimento que vá harmonizar com tudo o que foi saborizado até aquele momento. No programa culinário Masterchef Brasil, é habitual ouvir os chefes falar sobre a importância de encerrar a refeição com uma boa sobremesa, pois ela pode até salvar a reputação de um jantar que não foi bem sucedido. Além disso, nas provas em equipe da competição, é natural ver como a sobremesa é responsável por desempatar a disputa e dar à vitória a uma das equipes. Na websérie, o episódio “Sobremesa” corresponde ao momento em que Nico e Francis colocam à mesa a discussão sobre a sua relação e os pontos de vista de cada um. Também há as sobremesas, que ajudam a ilustrar a situação que está acontecendo: a tartelete de Nico, que está extremamente doce e o sorvete de Francis, que é equilibrado em sabores, mas que em meio a conversa dos dois acaba derretendo, colocando metaforicamente um ponto final no relacionamento dos dois.

Na imagem abaixo, os quatro episódios da websérie são ilustrados através de um fluxograma. Além de explicar o objetivo de cada episódio, também estão situados os pontos de virada que agregam para o conflito da trama.

Figura 4: Fluxograma da websérie “O que há no menu?”



Fonte: Próprio autor.

2.5 PERSONAGENS

Neste momento do trabalho, são apresentados os personagens da primeira temporada da websérie. Os personagens foram construídos de acordo com orientações encontradas em Comparato (1995), Field (2001) e Aeraphe (2013).

2.5.1 NICO

Nico Biagini, nascido em uma cidade do interior do estado do Rio Grande do Sul, tem 23 anos. Ele pesa aproximadamente 75kg e tem altura entre 1,80cm e 1,85cm. Possui pele em tom médio; o cabelo é curto e preto, assim como os olhos (*características físicas adaptáveis*). Nico graduou-se aos 22 anos em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria; durante o curso, achava muito divertido o trabalho criativo e de direção de arte de um publicitário, mas assim que entrou no mercado de trabalho e começou a trabalhar em uma agência de publicidade, se viu frustrado na profissão. O que lhe mantém ainda trabalhando é a necessidade de se manter financeiramente, uma vez que mora sozinho em um apartamento na zona central de Santa Maria, e também o fato da agência ser especializada em trabalhar com marcas de restaurantes, supermercados e outros estabelecimentos e pessoas que trabalham no escopo da gastronomia.

Desde que começou a trabalhar, Nico precisou achar uma maneira de escapar das frustrações da profissão; assim, por consumir rotineiramente programas sobre culinária - e também ter a influência da agência -, ele encontrou na cozinha um espaço para depositar sua criatividade, tão esgotada na publicidade. Como é um iniciante na cozinha, Nico procura sempre preparar pratos tradicionais e seguir as receitas passo a passo, uma vez que ainda está aprendendo a construir sabores. Uma de suas referências culinárias é a Itália, já que vem ele de uma família de ascendência italiana. O seu prato favorito de cozinhar é o risoto, pois lhe traz memórias afetivas de quando a mãe o preparava para ele, em sua cidade natal. Nico consegue se imaginar um dia largando a publicidade e fazendo algo voltado para a cozinha, embora ainda não tenha total certeza de suas decisões.

Quanto ao seu estilo e preferências, Nico é muito preocupado com sua aparência. Gosta de usar peças com *jeans*, estampas, camisas de botão e coturnos. Nico gosta de filmes tais como *Sex and the City* (1 e 2), da série *Friends* e da saga *Harry Potter*, filmes e livros. As principais referências musicais de Nico são Lady Gaga, Rihanna, Whitney Houston, Tove Lo, *Years & Years*, Lorde, e quando está na *bad*, se rende às emocionais baladas de Celine Dion. Seu signo é touro, com ascendente em libra, lua em capricórnio e vênus em escorpião. De acordo com Rita, que entende de astrologia, Nico é uma das pessoas mais profundas e complexas emocionalmente que ela já conheceu; ao mesmo tempo que ele teme o envolvimento afetivo, é uma das coisas que ele mais gostaria de ter com alguém. Nico é uma pessoa que não tem muita sorte quando se trata do amor, e não se sabe se isso é devido à sua maneira de demonstrar as

coisas tão intensamente em um período curto de tempo ou pelo fato de deixar-se capturar por alguém tão facilmente. Quanto aos seus trejeitos, Nico tem uma expressão bem marcante; ele adora observar enquanto conversa - e conversa de uma maneira apressada, às vezes atropelando as palavras. É de sua natureza tentar impressionar as pessoas, e ultimamente ele tenta impressionar através do paladar. Nico quase sempre vai ser visto com o celular nas mãos, especialmente quando está evitando falar ou sentir qualquer coisa.

Francis é a terceira pessoa que aparece na vida de Nico que desperta fortes sentimentos nele. E Nico, sinceramente, não sabe como deixou isso acontecer. Talvez tenha sido relacionado ao ego, ou ao fato de Francis ser um profissional da cozinha, o que Nico achou ser um fator decisivo para fazer os dois se aproximar e fazer algo dar certo. Entretanto, os dois tem estilos de vida diferentes quando se trata de relações afetivas, mas Nico só consegue perceber isso quando já está envolvido demais. Rita é a sua melhor amiga, e é com ela que Nico conta para todos os momentos.

2.5.2 FRANCIS

Francis Aguiar, nascido no Rio Grande do Sul, pesa 80kg e tem altura entre 1,70cm e 1,80cm. Sua pele é clara, os cabelos e barba são castanhos e olhos escuros (*características físicas adaptáveis*). Francis é formado em Gastronomia pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Desde a faculdade, Francis teve oportunidades de trabalhar fora e conhecer outras culturas de outros países, tais como Argentina, Portugal e França. Entretanto, ao passar pelas enérgicas e estressantes cozinhas de restaurantes, o mesmo percebeu prematuramente que nunca conseguiria trabalhar no ambiente de um restaurante. Mas após a graduação, Francis trabalhou em um restaurante até conseguir juntar uma boa quantidade de dinheiro e investir em um negócio próprio: construir sua marca como um *personal chef*, que nada mais é do que um cozinheiro que é contratado para eventos de pequeno ou médio porte ou até mesmo para fazer jantares em casas. Francis recém mudou-se para a cidade de Santa Maria/RS, a fim de explorar novos horizontes na sua jornada profissional e pessoal.

Quanto ao seu vestuário, Francis veste costumeiramente calças sociais e camisas de botões em cores sóbrias; as vestes conferem seriedade ao homem, que transmite uma aparência bastante séria. O seu mapa astral é sol em gêmeos, ascendente em leão e lua e vênus em virgem.

O fato de ter conquistado sua independência desde cedo é algo que o molda até hoje; Francis, se pudesse ser definido em poucas palavras, seria objetivo, livre e despreocupado. Isso não significa que Francis é uma pessoa que “deixa a vida lhe levar”: muito pelo contrário, o

homem é extremamente focado e preocupado em diversas questões, especialmente às que tangem a esfera profissional. Contudo, com o passar dos anos, ele foi percebendo que certas coisas não mereciam tanto a sua dedicação como outras, e foi utilizando isso para fazer do seu estilo de vida amorosa um estilo poligâmico, em que ele pode ter mais de uma relação ao mesmo tempo (isso, com um consenso entre os parceiros). Dessa maneira, o homem mantém seus sentimentos bem equilibrados como os temperos que usa e foge dos moldes tradicionais, o que combina também com o seu estilo de cozinha: Francis é um cozinheiro engenhoso e criativo e que gosta de reinventar pratos já conhecidos, podendo combinar novos sabores e quebrar paradigmas até no âmbito gastronômico (embora reconheça o valor da cozinha tradicional).

Atualmente, ele está construindo junto a uma agência de publicidade a sua marca como *personal chef*. O que ele não esperava desta agência era se envolver com um dos funcionários, Nico. Embora tenha apreciado conhecer Nico, Francis desde o início percebeu que Nico é uma pessoa que pensa diferente dele - o que não é algo ruim, mas que não daria certo. Francis também considera que se esforçou para conhecer Nico nos termos dele, mas há muito tempo ele se sente desconectado desse universo romântico. A vida parece chamar Francis para outras coisas que para ele são consideradas mais importantes. Essas suas visões de mundo podem fazer as pessoas (em especial as que se envolvem com ele) enxergar Francis como uma pessoa fria e egoísta.

2.5.3 RITA

Rita Freitas, nascida no estado do Rio Grande do Sul tem 23 anos, pesa aproximadamente 70kg, a altura está entre 1,65cm e 1,75cm. Tem cabelos volumosos e coloridos. Pele branca e olhos claros (*características físicas adaptáveis*). Rita se formou em Publicidade e Propaganda aos 22 anos, pela Universidade Federal de Santa Maria/RS. Atualmente, ela trabalha em uma agência, com produção de conteúdo/redação de texto para mídias digitais. Rita mora sozinha em um apartamento na zona central de Santa Maria.

Rita gosta de se vestir de maneira despojada, sendo uma grande fã de garimpar peças retrô em brechós; normalmente, é possível encontrar Rita com pouca maquiagem, os cabelos amarrados em um coque estiloso, usando jaqueta jeans, camisas de botões e outras camisetas com estampas variadas (especialmente que atendem aos seus assuntos de interesse pessoal, tais como astrologia, o universo de super heróis, *games* e artistas musicais - seu estilo musical favorito é o indie pop, e entre suas cantoras favoritas podem ser citadas Lana Del Rey, Lykke

Li e Florence Welch). Por ser uma publicitária, Rita está sempre ligada em tendências e tenta absorver ao máximo as mesmas para aproveitar em seu trabalho.

Como gosta de astrologia, gosta de compartilhar sempre com todo mundo as principais características de seu mapa astral: o sol em sagitário, ascendente em peixes, lua em aquário e vênus em áries. De acordo com Rita, são esses os seus aspectos que a tornam uma pessoa extremamente social, que gosta de conversar com todo mundo e compartilhar conhecimentos e informações; Rita tem certa implicância com pessoas dos signos de áries e leão. Já do universo de super-heróis, Rita gosta dos heróis da DC Comics, principalmente o Super Homem, Flash e Mulher Maravilha.

Rita é uma pessoa descontraída, divertida e que gosta de fazer piada das situações. Ela é a melhor amiga de Nico e trabalha com ele na mesma agência. Apesar de seu humor assertivo e sua personalidade cheia de graça e piadas, ela é uma excelente amiga que está sempre apoiando as pessoas que gosta. Embora goste de comidas rápidas como lanches - pasteis, biscoitos, cookies, pães de queijo -, é a fã número 1 da culinária de Nico e está sempre provando os pratos que o amigo gosta de criar.

2.6 ROTEIROS DA WEBSÉRIE

A seguir, são apresentados os quatro roteiros da primeira temporada da websérie “O que há no menu?”. Os roteiros priorizaram arcos dramáticos curtos, personagens mais enxutos e um tempo de duração não muito longo para cada episódio, como indicado por Aeraphe (2013). Além disso, os roteiros também possuem indicações para a entrada das redes sociais dos personagens da trama.

WEBSÉRIE
"O QUE HÁ NO MENU?"
EPISÓDIO 1: AMUSE BOUCHE

Um roteiro de
José Antônio de S. Buere Filho

1. INT/APARTAMENTO DE NICO - COZINHA - SALA - QUARTO/ NOITE

Um prato de massa carbonara está sobre a bancada da cozinha. NICO, publicitário de 23 anos, vestindo uma camiseta azul e um samba canção estampado, finaliza a montagem do prato com um pouco de pimenta do MOEDOR e depois tira uma foto do prato para postar em seu INSTAGRAM. Nico apanha o prato e sai da cozinha, indo para a...

CORTA PARA

... A SALA do apartamento, que é composta por poucos móveis, mas que se destacam pelas plantas e as paredes com pôsteres. Há um sofá com almofadas e o notebook de Nico também está ali. Nico se senta no sofá, pega uma almofada e deposita o prato de macarrão em cima. Nico deixa o celular ao lado. Ele dá algumas garfadas na comida e não parece feliz, mas não se sabe o por quê. Nico come o macarrão pela metade e depois coloca o notebook sobre a almofada. O notebook está aberto em um software de edição de imagens, no qual Nico trabalha sobre uma demanda da agência.

Nico acaba desistindo do seu trabalho. A frustração faz ele empurrar o notebook para o outro assento do sofá e substituir o computador pelo seu celular. No celular, Nico entra em um aplicativo de relacionamento e começa a navegar por ele, a procura de algum homem interessante. Rolando de maneira frenética pelo aplicativo, Nico para de repente. A expressão de seu rosto muda para surpresa e diversão; algo no aplicativo havia capturado a sua atenção.

NICO

(reação com estranhamento, ao mesmo tempo que ri)

Amuse Bouche?

Curioso, Nico começa a conversar com a pessoa por trás daquele nome.

CONVERSA NO CELULAR:

Nico: Eu nunca experimentei um Amuse Bouche. Será que eu posso?

Francis: Se tu souber aproveitar uma refeição rápida.

Nico: Com certeza. (emoji) Tu está perto, né?

Francis: Sim. Posso ir aí?

Nico: Assim tão rápido, sem nem trocar uns nudes? (emoji)

Francis: Um Amuse Bouche é algo para divertir o paladar e surpreender. Tá ligado?

Nico: Uuuh, então tá! Vou me arrumar e te esperar!

Nico pousa o celular no sofá. Ele olha à distância, pensativo. Em seguida, se levanta do sofá com pressa, fecha a tampa de seu notebook e corre para seu quarto.

A CAMPAINHA DO APARTAMENTO TOCA. Nico caminha rapidamente até a porta para atender. Ele está usando outra camiseta, esta branca, mas o mesmo samba canção. Ao abrir, se depara com FRANCIS, um homem de 24 anos, estatura mediana, cabelos e barba castanhas, que veste calça preta e camiseta em um tom de roxo. Nico deixa Francis entrar no apartamento e fecha a porta.

NICO

Oi.

FRANCIS

Oi.

NICO

(tom de voz sugestivo)

Vamos?

Francis sorri em resposta.

Nico indica com a cabeça uma porta adiante. Nico e Francis caminham até o quarto de NICO...

... No quarto, a iluminação é baixa e a decoração é composta por mais alguns pôsteres e livros empilhados, além de luzes pisca-pisca. Francis começa a tirar suas roupas. Nico observa as ações de Francis.

NICO

Ei, calma! Posso colocar uma música?

FRANCIS

Claro.

Francis se senta sobre a cama enquanto Nico deixa seu celular sobre o criado-mudo. Ele abre seu SPOTIFY e coloca uma playlist intitulada "Para Transar". Nico se vira para Francis e começa a tirar sua roupa. Depois se senta ao lado de Francis, em silêncio. Os dois trocam olhares. No rosto de Francis, a expressão é desejo. No rosto de Nico, também, mas há um quê de timidez. Após o silêncio, os dois aproximam as faces e se beijam. O beijo inicia lento - era o primeiro contato, os dois corpos se conhecendo e conhecendo o ritmo de cada um; mas o próximo beijo é acelerado, quente, e Nico consegue se sentir mais à vontade. Nico empurra o corpo de Francis contra a cama e depois se joga em cima dele, prosseguindo com o ato.

2. INT/APARTAMENTO DE NICO - COZINHA/ DIA

Nico pousa um bolo sobre a bancada, enquanto sua amiga RITA, publicitária de 23 anos e dona de cabelos coloridos que está em pé, serve duas xícaras com café. Nico veste roupas coloridas e

Rita está vestida em um estilo retrô. Há também sobre a mesa: o notebook de Rita, açúcar, colheres e um recipiente com pães de queijo Nico tira uma fotografia da mesa para postar em seu INSTAGRAM.

RITA

Tu é péssimo.

NICO

(fingindo surpresa, sentado à mesa)

Eu? Por quê?

RITA

(sentando à mesa)

Mandou a tua fodinha embora e me chamou pra tomar café da manhã. Eu sou o teu marido e o cara é o "outro". Já conheço essa história.

NICO

(gesticulando enquanto pega um pão de queijo)

Primeiramente: eu convidei ele para tomar café, mas ele tem um compromisso importante essa noite e nem quis ficar. Segundo: tu não é a outra; tu é única, Ritinha.

RITA

(bebendo café)

Hum... parece que "ele" não tem um nome. Mas falando em evento, como tu está para o jantar de hoje à noite?

NICO

É... ansioso! Eu adoro comer bem, tu sabe.

RITA

(servindo-se bolo)

Tu sabe que tô falando da identidade visual do cliente. Tu terminou ela?

NICO

Ontem foi um fracasso minha produção. Eu vou finalizar hoje, até o final da manhã ela está pronta. Mas e teu trabalho, como tá indo?

RITA

(fala de boca cheia enquanto mexe no notebook)

Eu tô finalizando aqui. Esse negócio de cozinha é legal, mas prefiro que tu cozinhe pra mim. Aliás, esse bolo tá ótimo.

NICO

(com a xícara de café nas mãos)

Valeu, Ritinha. Acordei inspirado depois do sexo de ontem e agora preciso aproveitar essa inspiração pra fazer as artes do cliente. Bora pra agência, então?

3. INT/ CASA DO CHEFE DE NICO - SALA DE JANTAR / NOITE

As PESSOAS DA AGÊNCIA estão ao redor da mesa na sala de jantar. Sobre a mesa, há TAÇAS e COPOS nos quais as pessoas bebem e um MENU para cada pessoa. As pessoas da agência conversam sobre trabalho: Nico ouve os diálogos com pouco ânimo e interage com ainda menos ânimo. Nico tenta usar o vinho que bebe como escape àquela situação.

O CHEFE DA AGÊNCIA, um homem de aproximadamente 50 anos, analisa o MENU em suas mãos.

CHEFE DA AGÊNCIA

(olhando para Nico)

Que design maravilhoso! Parabéns, Nico. Na verdade, parabéns a todos. Em muitos meses não fazíamos um trabalho tão bom.

As pessoas da agência concordam, sorriem e comemoram brindando. Nico participa do brinde, mas sem vontade. A responsável pelo atendimento da agência, MÁRCIA, uma jovem próxima dos seus 25 anos, lê o MENU.

MÁRCIA

Alguém sabe me dizer o que é esse tal de *Asmou Buché*?

Nico toma outro gole de vinho enquanto as pessoas ao redor se olham, buscando respostas. Nico pigarreia.

NICO

Márcia, Amuse Bouche é um aperitivo para ser comido em poucas bocadas. Algo para divertir o paladar.

MÁRCIA

(ainda sem entender direito)

Hum...

RITA

Então esse negócio é tipo um oral?

As pessoas à mesa gargalham. Nico faz que sim com a cabeça, controlando o riso. As risadas acabam quando o responsável pelo jantar, o cliente da agência e personal chef Francis entra na sala de jantar. Francis usa avental e touca.

FRANCIS

Boa noite, pessoal! Desculpem o atraso. Meu nome é Francis Aguiar e sou personal chef e também cliente da agência de

vocês. Estou muito feliz por essa parceria. Então, todos
prontos para o jantar?

Começaremos essa aventura com o Amuse Bouche. Para aqueles
desconhecidos do termo, ele é um brinde do chefe e um fruto de
sua imaginação. O Amuse Bouche é, assim, uma rápida diversão,
uma explosão de sabores como...

Nico virou-se com um susto para assistir o chefe. Francis, ao
reconhecer Nico entre os comensais à mesa, não consegue completar
sua fala. O chefe está desconsertado, sem reação.

NICO

(provocativo, bebendo vinho)

Como sexo, né, chefe?

FADE OUT.

SOBE OS CRÉDITOS, EM TELA DIVIDIDA, COM STORIES DE NICO E RITA
FALANDO SOBRE FRANCIS

WEBSÉRIE

"O QUE HÁ NO MENU?"

EPISÓDIO 2: ENTRADA

Um roteiro de

José Antônio de S. Buere Filho

1. INT/ APARTAMENTO DE NICO - COZINHA / DIA

Montagem rápida de cenas de Nico preparando cookies. Primeiro, a massa de cookies é depositada em uma forma; em seguida, o forno é aberto e a forma com cookies é colocada ali. Por último, os cookies são retirados do forno, assados e lindos.

2. EXT / UM PARQUE PERTO DO APARTAMENTO DE NICO / DIA

Nico e Rita estão sentados no chão de um parque, próximos à árvores. Há um POTE COM COOKIES entre os dois. Rita está com o celular em mãos, então ela cutuca Nico o chamando para uma selfie. Rita rapidamente posta a foto em uma rede social. Depois da foto, eles se voltam para os cookies no pote e começam a comer.

RITA

Cara, tu tá quebrando pelo menos umas vinte regras do que é ser um profissional. Se envolvendo com um cliente, que perigo!

NICO

Ah, já tô cansado desse trabalho. Preciso me aventurar um pouco. E meus seguidores falaram que eu posso arriscar um date com o *chef*.

RITA

Então vamos falar de algo que te deixa feliz: esses cookies estão ótimos! Tem um gosto diferente neles... o que é?

NICO

Hum... sabe qual é? É a felicidade.

Rita que está com uma jaqueta sobre suas pernas a joga de leve em Nico.

NICO

(rindo)

Tô falando sério, quando a gente está feliz, tudo dá certo na cozinha. Inclusive, vou aproveitar esse momento para fazer um jantar para o Francis. Ele vai comer lá em casa hoje.

RITA

Mas e tu não tá nervoso? Um amador cozinhar para um profissional... essas coisas só parecem dar certo em filmes.

NICO

Vai dar certo. Eu dou meu jeito de passar uma boa primeira impressão.

3. INT/ APARTAMENTO DE NICO - COZINHA / NOITE

Nico mexe no seu celular. Ele coloca uma música para tocar (Feeling Good - Nina Simone). Ele agora observa os ingredientes e utensílios disponíveis à sua frente: TOMATES, CEBOLA, ALHO, AZEITE DE OLIVA, MANTEIGA, ORÉGANO, GENGIBRE, SAL, PÃO DE FORMA CORTADO EM CUBOS, LIQUIDIFICADOR, FACA e FRIGIDEIRA sobre o FOGÃO. Nico apresenta uma expressão de confiança após tanta observação. Ele apanha a FACA e começa a cortar o tomate em tamanhos desiguais; a boca do fogão na qual a frigideira repousa é acesa. Nico deixa a FRIGIDEIRA esquentar e depois joga nela um pouco de manteiga e PEDAÇOS DE ALHO IRREGULARES e refoga com uma COLHER. Em seguida, o PÃO DE FORMA é jogado na frigideira e Nico prepara aquela etapa de seu prato.

4. INT / APARTAMENTO DE NICO - SALA / NOITE

Nico, com um PANO DE PRATO pendurado em seu ombro, coloca DOIS PRATOS contendo um líquido vermelho e consistente com raspas de gengibre sobre a mesinha, que está posicionada em frente ao sofá. Sobre a mesinha, há um recipiente contendo os CROUTONS, os pãezinhos passados na frigideira. Nico fotografa seu prato. Francis está presente, sentado no sofá. Ao visualizar o prato servido, Francis fala:

FRANCIS

Gazpacho de tomates.

NICO

(abrindo um sorriso)

Sim! Eu acho uma boa entrada, bem tradicional. Tu gosta?

FRANCIS

(sem jeito)

Eu ia gostar, se não existisse o problema de que sou alérgico a tomates.

Nico afunda o rosto no pano de prato que está em seu ombro.

NICO

(preocupado)

É sério? Eu devia ter perguntado antes. Mas como tu é chefe de cozinha, imaginei que tudo podia ser provado... Preciso achar outra coisa pra gente comer... acho que tenho um frango na geladeira...

Francis mantém uma expressão tranquila, mostrando não estar abalado com a situação. Francis toma em mãos um dos croutons e gesticula com ele nas mãos.

FRANCIS

Nós temos croutons. Isso eu posso comer.

5. INT / APARTAMENTO DE NICO QUARTO / NOITE

Ao lado da cama, no chão, o recipiente de croutons está vazio. Sobre a cama, Nico e Francis estão deitados e se olham, com as cabeças apoiadas sobre as mãos. Há um silêncio agradável entre eles, que é compensado pela troca de olhares constante. Nico ajeita sua postura e respira fundo.

NICO

Me sinto no limite do perigo por estar me envolvendo com alguém que trabalho.

FRANCIS

Bom, eu acho que tô envolvido com teu chefe. E isso não vai durar para sempre, né?

NICO

Claro que não. Em breve estarei longe da publicidade. Mas tu entende?! Não consigo ver as coisas dando errado e ficar sem fazer nada. Tu deve ter percebido como fiquei arrasado por que não provamos o gazpacho.

FRANCIS

Sim, mas isso é um detalhe. Tu pode testar um gazpacho em outros sabores que comerei com certeza.

NICO

É, mas aí não vai mais ser novidade. Eu só queria causar uma boa impressão. Começar isso com um pé direito.

FRANCIS

Meu Deus, Nico! Relaxa. Não comemos o gazpacho, mas eu continuo aqui. Acho que é isso o que conta, né?

NICO

(pensativo e sorrindo)

Parece uma boa entrada para mim, chefe.

FADE OUT

SOBE CRÉDITOS COM STORIES DE NICO FALANDO QUE TALVEZ ESTEJA GOSTANDO DE FRANCIS E PEDINDO SUGESTÕES PARA SEUS SEGUIDORES DE OUTRAS COISAS QUE PODE FAZER COM FRANCIS.

WEBSÉRIE

"O QUE HÁ NO MENU?"

EPISÓDIO 3: PRATO PRINCIPAL

Um roteiro de

José Antônio de S. Buere Filho

O episódio abre com uma montagem de cenas de Nico e Francis no apartamento de Nico. Na primeira cena, os dois estão sentados no sofá da sala bebendo vinho enquanto Francis assiste Nico trabalhar em seu notebook. Na segunda cena, as roupas dos dois estão no chão do quarto enquanto gemidos ecoam pelo quarto. Na última cena, a porta do apartamento é aberta e Francis está indo embora, mas antes de partir dá um selinho em Nico.

1. INT / APARTAMENTO DE NICO - SALA / NOITE

Rita está sentada no sofá com as pernas cruzadas como índio e com um prato nas mãos. Há um notebook ao lado de Rita, no qual ela trabalha no site de Francis. Nico entra em cena e se senta ao lado da amiga, também com um prato em mãos. Há silêncio enquanto eles saboreiam o que há no prato: frango frito, batatas rústicas e maionese de ervas.

RITA

Fala, vai. O que aconteceu?

NICO

(balançando a cabeça)

Não tô me sentindo legal.

RITA

Tá, eu percebi. O frango tá bem sem sal. Mas qual o motivo da bad?

NICO

(pousando os talheres no prato)

Tu já depositou muita esperança em algo, mas ao mesmo tempo, sentiu que não ia dar certo?

RITA

(concordando)

Sim. Tipo quando tu falou que ia fazer massa fresca.
Obviamente não deu certo.

Nico esboça um sorriso.

NICO

Tô falando do Francis.

Rita olha Nico com uma expressão confusa.

RITA

Ué?! Ontem tu comentou que tá sendo ótimo ficar com ele... Vish,
já sei. Tu falou algo errado!

NICO

Por que o que eu falo sempre tem que ser o "errado?" Eu só
pedi pro Francis um negócio. Não, não pedi: sugeri. Falei: ah,
que tal se a gente se encontrar na tua casa algum dia? Só que
daí ele ficou todo errado, mudou de assunto. Será que tem algo
sendo escondido na casa dele?

Rita faz uma expressão de quem está pensando em algo muito
profundo e sério.

RITA

Ele pode estar escondendo... um abatedouro de carnes em casa.
Deve ter animais pendurados na sala dele e depois ele se banha
no sangue deles.

Nico faz uma cara de quem não gosta da brincadeira de Rita.

RITA

Sério. Talvez ele precise de tempo. Vocês estão se conhecendo. E conhecer alguém é um baita progresso pra alguém como tu, que geralmente não passa do segundo encontro.

NICO

Mas ah... eu quero mais! Quero sentir mais o sabor dessa alguma-coisa que eu e Francis estamos construindo.

Nico pausa um momento, fica em silêncio. Em seguida, ele estala os dedos.

NICO

(confiante)

Que tal se eu propôr um jantar bem especial e mostrar pra ele todo meu potencial? Com entrada, prato principal e sobremesa?

RITA

Acho legal, mas pra mim que sou tua amiga há anos tu não faz essas coisas, né?

NICO

Quem disse? Tu tá convidadíssima. Acho que esse é o momento perfeito pra uma refeição completa.

2. INT / APARTAMENTO DE RITA - COZINHA / NOITE

Nico está finalizando a montagem do prato principal da noite. Há três pratos servidos com porções de risoto e Nico limpa a orla de cada prato. Feito isso, Nico pega os pratos e com certa dificuldade para equilibrá-los se dirige até a...

... SALA, onde Francis e Rita se encontram, sentados à mesa, sobre a qual há vinho e taças. Os risotos são servidos para cada um

deles. Nico se senta, enquanto Francis analisa a comida em seu prato.

FRANCIS

Outro prato típico; agora da Itália.

NICO

Eu gosto de testar receitas. Mas e tu, Francis? Tem algum país como tua maior referência culinária?

FRANCIS

Eu gosto de buscar novas formas de preparar pratos tradicionais. Tô sempre aberto ao novo e acho que meu estilo de cozinha fala muito sobre mim. E Rita... o que tu gosta?

RITA

Só gosto de ser cobaia dos experimentos culinários de Nico. E entendo de astrologia e super heróis.

NICO

Eu gosto da cozinha tradicional, porque ainda sou novo nessa coisa de cozinha e estou aprendendo a combinar os sabores.

RITA

E por falar em sabores, Francis, o que tu tá achando do docinho do Nico?

Francis olha para Nico por um instante e depois para Rita.

FRANCIS

Nico é uma boa pessoa.

Nico olha para Rita com uma expressão de desânimo e os dois trocam um olhar. Neste momento, o celular de Francis toca e ele

age com velocidade para pegar o celular. Francis digita alguma coisa.

FRANCIS

(fala já se levantando)

Eu tenho que ir. Tenho um compromisso agora... vocês não se importam se eu for, né?

NICO

RITA

Mas tem uma sobremesa Compromisso às onze horas da noite?
na geladeira...

Francis se aproxima de Nico e beija sua bochecha.

FRANCIS

A gente se vê nos próximos dias?

Nico não consegue falar nada, além de balançar a cabeça duramente. Rita, um pouco surpresa, se levanta e acompanha Francis até a porta. Quando Rita retorna, ela olha Nico sem jeito. Nico também está sem jeito - e confuso. Nico encara o risoto em seu prato, sem vontade de comer o resto.

RITA

Talvez o chefe não tenha um abatedouro secreto em casa. Talvez ele tenha alguma sobremesa esperando por ele; se é que tu me entende.

O sentimento de Nico de que algo está dando errado é expresso quando ele afasta o prato de risoto e deposita seus braços sobre a mesa, e depois a cabeça sobre os braços. Seu rosto não indica outro sentimento além de tristeza.

FADE OUT

SOBE CRÉDITOS COM STORIES DE NICO NO INSTAGRAM FALANDO SOBRE SENTIMENTOS E APROVEITANDO PARA FALAR DA SUA PLAYLIST "b.a.d" DO SPOTIFY. ELE TAMBÉM PEDE CONSELHOS PARA SEUS SEGUIDORES SOBRE A SITUAÇÃO (FUNÇÃO "CAIXA PERGUNTAS DO INSTAGRAM").

WEBSÉRIE
"O QUE HÁ NO MENU?"
EPISÓDIO 4: SOBREMESA

Um roteiro de
José Antônio de S. Buere Filho

1. INT / APARTAMENTO DE NICO - COZINHA / TARDE

Nico está com a mão na massa para fazer sua tartelete e ele a aperta com certa impaciência. Ao mesmo tempo, ele prova o sabor e nível de açúcar da massa. Sua expressão, a cada prova, não indica satisfação. Portanto, ele acrescenta mais açúcar. O seu celular, apoiado na bancada, de repente vibra com uma mensagem de seu chefe, que diz "Nico, você já terminou aquela arte para o evento de vinhos este final de semana?". Ao ler a mensagem, é como se Nico recebesse uma notícia muito ruim. Ele resmunga e volta a trabalhar na massa de sua sobremesa, agora com dedos raivosos.

2. INT / APARTAMENTO DE NICO - COZINHA - SALA / NOITE

Nico serve, sem preocupação estética alguma, duas porções de escondidinho em dois pratos. Ele joga o talher na pia, pega os pratos e se dirige até a...

... SALA, onde Francis se encontra sentado à mesinha. Nico coloca os dois pratos de comida na mesa e se senta. Enquanto eles começam a comer, há um silêncio tenso sobre o local. Francis se manifesta após a terceira ou quarta garfada.

FRANCIS

Está gostoso.

NICO

(provocativo)

Sabia que tu ia gostar.

O silêncio continua, após Nico falar. Nico está focado em comer e parece ter pressa. Enquanto isso, Francis come e olha algumas vezes para Nico.

FRANCIS

Aconteceu alguma coisa?

Nico balança a cabeça duramente e de forma negativa.

FRANCIS

Então por que tu não falou nada desde que eu cheguei? Fiz algo errado?

Nico ergue com resistência o rosto e olha Francis nos olhos.

NICO

O que tu acha?

FRANCIS

(pousando os talheres na mesa)

Essa cena... é sobre o jantar com a Rita?

NICO

Não é sobre isso, mas sobre tu ter ido embora de repente. E também por nunca termos feito nada diferente além de comer algo e transar. Deve ter algo errado nisso, né? Me diz.

FRANCIS

Não vejo nada de errado. Só vejo duas pessoas aproveitando a vida.

NICO

É? E tu já pensou que eu tô na tua vida?

Francis balança a cabeça positivamente.

NICO

Então se de alguma forma estamos juntos, eu mereço...

FRANCIS

Juntos? Pode ser. Mas isso não é um rótulo, uma marcação, certo? Eu não vou comer arroz e feijão o resto da minha vida.

Tu entende?

Nico não sabe como reagir àquelas palavras. Ele abre a boca para falar algo, mas nada sai.

FRANCIS

Acho que é hora da sobremesa. Vou pegar o sorvete.

NICO

Eu vou contigo.

CORTA PARA

COZINHA

Francis e Nico se esbarram, pois os dois estão tentando abrir a geladeira ao mesmo tempo. Francis abre o freezer, enquanto Nico a parte de baixo. Do freezer, Francis tira um POTE DE SORVETE que ele havia preparado. Já Nico pega uma FORMA com algumas tarteletes recheadas com ganache de chocolate e farofa de nozes. Nico está fechando a porta da geladeira, mas Francis o interrompe. Nico se afasta, deixando as tarteletes em um canto. Francis pega da geladeira um RECIPIENTE com coulis de morango e logo abre ele e também o pote de sorvete. Ele serve sua sobremesa e depois observa Nico tentar tirar com um GARFO as tarteletes das forminhas sem se sujar.

FRANCIS

Tu devia ter desinformado antes de rechear.

NICO

Pois é, Francis, às vezes a gente se esquece de fazer coisas tão simples como avisar que tu gosta de ter relacionamentos abertos e nem ter perguntado se eu gosto ou não.

Francis apenas respira fundo.

NICO

(oferecendo uma tartelete para Francis)

E quer saber? Arroz e feijão é bom.

Francis recebe a tartelete e prova. Ele faz uma cara feia.

FRANCIS

Nossa, tá ruim.

Nico larga a tartelete e o GARFO que tem em mãos e olha sério para Francis.

NICO

Como assim? Eu faço um doce pra ti e tu ainda critica?

FRANCIS

Tu não fez um doce pra mim, tu me deu o pote de açúcar inteiro pra comer. Sabe de uma coisa, Nico?

NICO

O quê?

FRANCIS

Se tu não tá feliz com a situação, sai dela. E se tu gosta de cozinhar, procura um curso. Tu precisa melhorar.

NICO

(constrangido)

Acho que tá na hora de tu ir embora. E... acabou.

Francis deixa sua tartelete pela metade e dá as costas, saindo da cozinha. Nico respira fundo, enquanto o sorvete servido começa a derreter lentamente.

3. INT/ APARTAMENTO DE NICO - QUARTO / NOITE

Nico está sentado na cama, com o notebook no colo. Ele pesquisa cursos de culinária em sua região ao mesmo tempo em que está com o celular pendurado no ouvido, conversando com Rita.

NICO

Isso não faz muito sentido, mas conhecer o Francis foi tipo ingerir um monte de porcarias. No final, elas só servem pra que tu perceba que tem algo muito errado acontecendo. E sabe o que eu percebi e decidi? Vou fazer alguns cursos de culinária.

O meu coração tá na cozinha agora, e eu não posso viver sem emoção. Vou continuar minha busca aqui! Me deseja sorte, Ritinha. Boa noite e até amanhã.

Nico desliga o celular e o deixa ao seu lado, enquanto continua procurando cursos no notebook.

FIM

SOBE CRÉDITOS COM STORIES DE NICO NO INSTAGRAM PEDINDO DICAS DE CURSOS DE CULINÁRIA PARA SEUS SEGUIDORES. GANCHO PARA SEGUNDA TEMPORADA.

2.7 ELEMENTOS TRANSMÍDIA DA WEBSÉRIE

As webséries oferecem um grande leque de possibilidades e criação para aqueles que querem experimentar novas técnicas, estéticas e formatos em audiovisual, portanto elas são conteúdos que podem ser tanto desenvolvidos por pessoas recém-chegadas no campo audiovisual quanto por produtoras mais estabelecidas no ramo (Zanetti, 2013). Este caráter independente do formato, relacionado tanto a produção quanto a circulação, faz com que as webséries não possuam grandes mecanismos de divulgação, como as séries de TV possuem a divulgação garantida pelas emissoras as quais estão vinculadas. Zanetti (2013, p. 85) diz que quanto à divulgação, as webséries “dependem do próprio público para se espalharem pela rede. Além disso, devem estar vinculadas a outros sítios, como blogs e páginas em redes sociais, como forma de garantir maior visibilidade e poder de viralização”.

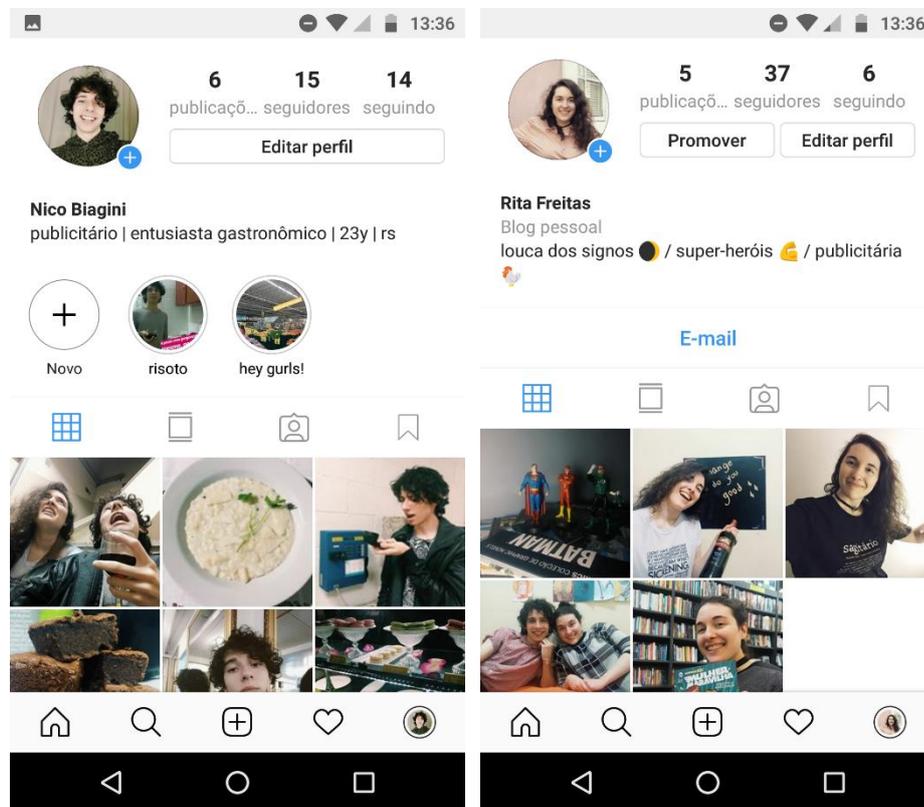
As narrativas audiovisuais voltadas para a internet devem aproveitar todos os recursos disponíveis em plataformas online e redes sociais para garantir não apenas a divulgação de seus conteúdos, mas também o engajamento do público, que será manifestado através de *views*, compartilhamentos e *likes*. Entretanto, como já foi dito anteriormente, as webséries caracterizam-se pela periodicidade semanal do lançamento de cada episódio, embora isso não seja uma característica fixa. Para tanto, é necessário que seus criadores pensem em estratégias e meios de manter o público da websérie envolvido com o seu conteúdo, ou também buscar contar pedaços da narrativa e explorar outras características da mesma através de meios além do vídeo. Assim, se volta à discussão sobre narrativas transmídias, que segundo colocado por Aerphe (2013), são fundamentais para a manutenção de qualquer narrativa que se adeque ao formato websérie.

Para esta websérie em questão, foram pensados alguns elementos transmídia para que o público possa imergir melhor no universo dos personagens desta websérie, principalmente no universo de Nico, o protagonista. As redes sociais e aplicativos envolvidos no planejamento de mídias digitais da websérie são o Instagram, Spotify e a plataforma para criação e edição de sites Wix.

Hoje em dia, todo trabalho de comunicação deve reconhecer a importância do Instagram para a divulgação de informações e conteúdos. O Instagram é um aplicativo de compartilhamento de fotos e vídeos extremamente versátil. Devido ao caráter jovem, dinâmico e intuitivo do mesmo, o Instagram é aplicado como produto transmídia desta websérie para ajudar a contar mais da vida de Nico Biagini, o protagonista. Nesta rede social, o personagem

estará compartilhando suas receitas em detalhes para os seus seguidores, momentos de sua vida pessoal e também pedindo dicas e sugestões. A melhor amiga de Nico, Rita Freitas, também terá o seu próprio Instagram, onde poderá dividir com os seus seguidores sua vida pessoal e demais aspectos que compõem a sua personalidade. Já o *personal chef* Francis Aguiar também estará presente na rede social, embora seu perfil tenha um caráter mais profissional para a divulgação de seu trabalho. O conjunto de imagens abaixo (Figura 5) ilustra os perfis dos personagens Nico, Rita e Francis, que podem ser localizados na rede social, respectivamente, pelo @nicobiagini, @ritinhafreitaspp e @francisaguiarchefe.

Figura 5: Montagem de prints do Instagram dos personagens.





Fonte: Instagram, 2018.

Para fazer a intersecção entre a rede social Instagram e os episódios da websérie, fomentando a narrativa transmídia, foi desenvolvido um planejamento de postagens no Instagram (fotos e *stories*) dos personagens Nico e Rita.

Tabela 1: Planejamento de postagens Instagram.

Postagem	Data e período
“Falta muito pra sexta-feira?” (<i>Story</i> de Nico instagram)	23/10 – manhã
Nico na loja (<i>stories</i> instagram)	24/10 - final da tarde
“Parabéns, Paola Carosella” (Nico instagram)	30/10 – manhã
Halloween (instagram Nico e Rita)	31/10 – noite
Foto Rita na Vila Belga (instagram Rita)	01/11 – noite
Stories Nico e Rita acordando (instagram Nico)	02/11 – tarde
Nico e Rita na cama (instagram Rita)	02/11 – noite
Foto Rita na Vila Belga (instagram Rita)	03/11 – tarde

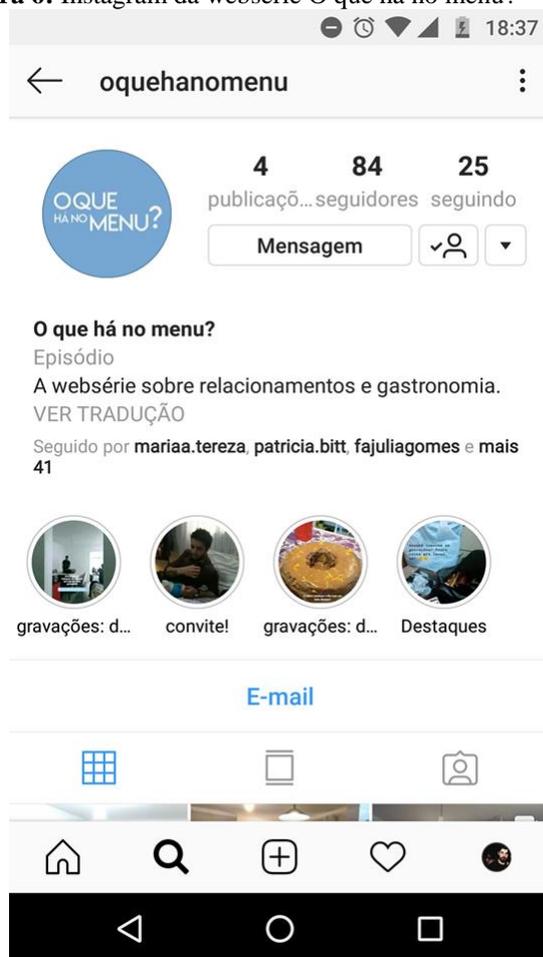
Foto macarrão (instagram Nico)	04/11 – noite
Foto bolo (instagram Nico)	05/11 – manhã
Foto paisagem (instagram Rita)	06/11 – manhã
Foto jantar da agência (instagram Nico)	06/11 – tarde
“Nas quartas usamos estampa de onça” (instagram Nico)	07/11 – noite
Música Brasa (<i>stories</i> de Nico, link com Spotify)	09/11 – tarde
Fotos morangos “Strawberries and cigarretes always taste like you” (foto instagram Nico)	10/11 – manhã
“Um almoço básico e lindo desses” (Foto escondidinho - instagram Nico)	11/11 – tarde
“Quer ser Paola Carosella? Vai estudar” (instagram Nico)	12/11 – noite
Animais Fantásticos (Stories Nico e Rita no shopping)	Ver data (noite)
#tbt Nico se arrumando para o Halloween (instagram Nico)	22/11 – noite
“Feliz aniversário, Rita!” (instagram Rita e Nico, com stories)	Indefinida
Nico e Rita no parque (Instagram Rita)	Indefinida
Música da playlist cooking time (<i>stories</i> de Nico, link com Spotify)	Indefinida
Foto: Gazpacho de tomates e croutons (Instagram Nico)	Indefinida
Nico fala sobre Francis e pede dicas para os seguidores (<i>stories</i> do Instagram)	Indefinida
Fotos dos pratos que Nico preparou para Francis (Instagram Nico)	Indefinida
Nico enquanto prepara o jantar. Aparições de Rita (<i>stories</i> do Instagram)	Indefinida
Nico pedindo dicas para os seguidores (ferramenta “Caixa de Perguntas”) e conversando sobre sentimentos. Comenta da sua playlist “b.a.d” do Spotify também. (<i>stories</i> do Instagram)	Indefinida
Música “Quase sempre” da playlist “b.a.d” (<i>stories</i> do Instagram, link com Spotify)	Indefinida
Nico perguntando aos seguidores se eles conhecem algum	Indefinida

curso de cozinha para recomendar (<i>stories</i> do Instagram)	
Nico pergunta o que deve comprar primeiro para o curso: avental ou conjunto de facas (<i>stories</i> do Instagram, ferramenta “Enquete”)	Indefinida
Livros de culinária (foto no feed do Instagram de Nico)	Indefinida

Fonte: Próprio autor.

Além do Instagram dos personagens, também foi desenvolvida a conta da websérie “O que ná no menu?”, que pode ser localizado pelo @oquehanomenu. O objetivo de um perfil específico para a websérie é o de mostrar o outro lado deste universo ficcional, ou seja, fazer postagens sobre os bastidores, a equipe participante, entre outras coisas. O Instagram da websérie foi alimentado com maior frequência durante o período da gravação do episódio piloto, mas pretende-se continuar utilizando a rede social para os fins já citados. A imagem abaixo mostra o perfil da websérie.

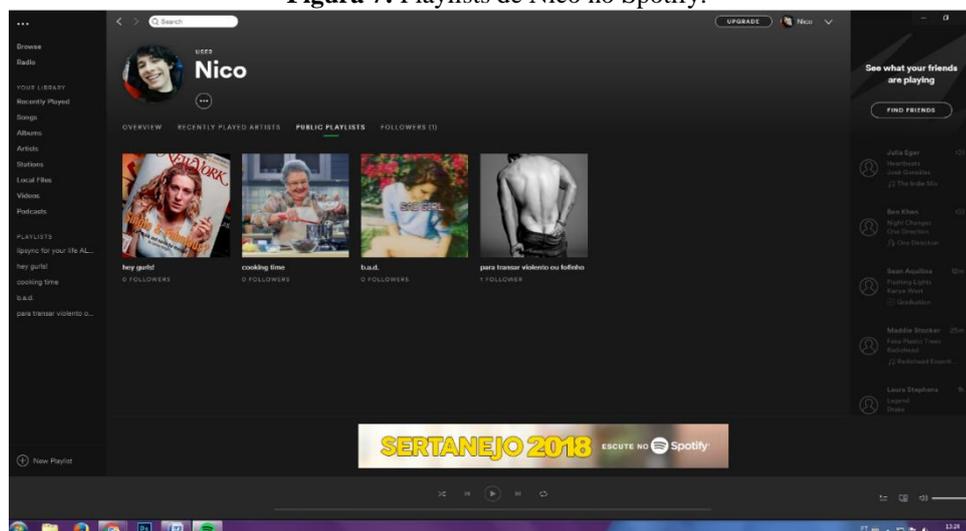
Figura 6: Instagram da websérie O que há no menu?



Fonte: Instagram, 2018.

O Spotify entra como um produto transmídia neste contexto para fazer o público imergir um pouco mais no universo musical de Nico; neste aplicativo, haverá as *playlists* que Nico gosta de ouvir em diferentes momentos de seu dia. Além de funcionar como um aspecto de entretenimento, as *playlists* também pretendem inspirar a todos aqueles que gostam de ouvir músicas. A imagem abaixo (Figura 6) apresenta a página social do personagem Nico Biagini no Spotify, com as *playlists* “Hey Gurls!” (que tem como objetivo falar sobre o personagem musicalmente, desde o seu gosto ou estilo), “Cooking Time” (a *playlist* que ele gosta de ouvir quando cozinha), “b.a.d” (que o personagem ouve em seus momentos de tristeza) e “Para transar violento ou fofinho” (a qual o personagem geralmente ouve quando tem alguma relação sexual).

Figura 7: Playlists de Nico no Spotify.



Fonte: Spotify 2018.

O site desenvolvido a partir da plataforma Wix aparece no terceiro episódio da primeira temporada da websérie e é o site profissional de Francis Aguiar, no qual a personagem Rita trabalha. O site possui um menu vertical, formado pelas abas “Início”, “Menus 4 Estações”,

“Fale com o Chefe”. A imagem abaixo (Figura 7) demonstra o que o visitante do site irá encontrar no “Início”, até o final da página. “Fale com o Chefe”.

Figura 8: Montagem de prints do site de Francis.

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **WIX.com**. Crie seu site hoje. [Comece já](#)

Sobre o chefe

Chefe graduado pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Estagiou em países como Argentina, França e Portugal. Atualmente, Francis Aguiar atua como personal chef, servindo jantares para pequenos grupos e eventos (até 20 pessoas). Seu trabalho é a a satisfação do cliente através da valorização dos ingredientes.

Email: francisaguiarchefe@gmail.com

Vamos conversar por chat!

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **WIX.com**. Crie seu site hoje. [Comece já](#)

“Meu aniversário foi maravilhoso graças aos pratos do Francis. Meus amigos amaram!”

Nicole Cintra, POA/RS
Cliente do menu inverno

Vamos conversar por chat!

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **WIX.com**. Crie seu site hoje. [Comece já](#)

Tel: (55) 99923-6423 | Email: francisaguiarchefe@gmail.com

Me conte sobre o seu evento.

Nome *

Email *

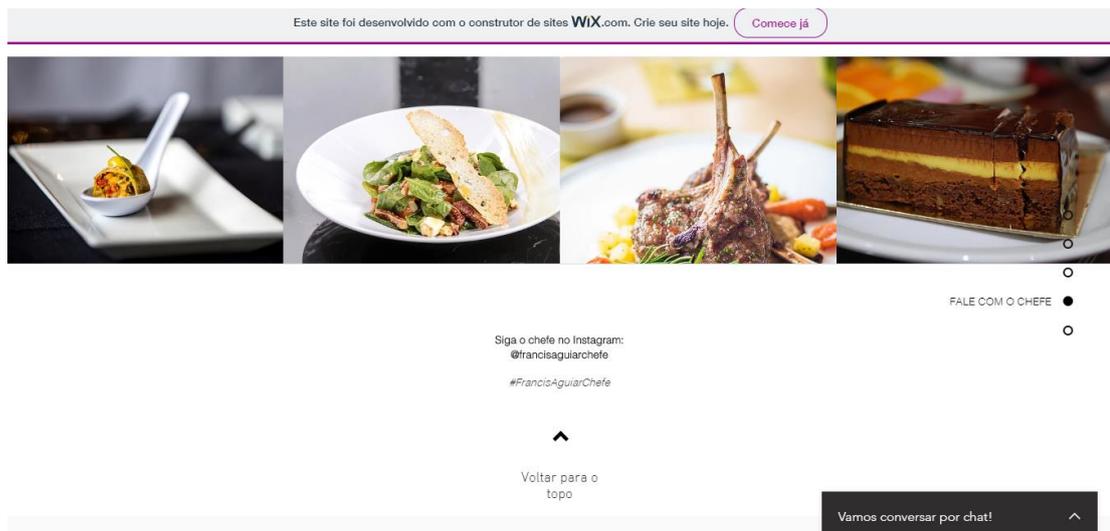
Qual o tipo de evento? *

Qual o número de pessoas? *

Fale sobre o evento e seus convidados (qual o tipo de preparo esperado (finger foods ou jantares, se há convidados com restrições alimentares, etc)

Enviar

Vamos conversar por chat!



Fonte: Francis Aguiar personal chef, 2018.

Já na aba “Menus 4 Estações”, o visitante do site irá encontrar 4 opções de menus, indicados para cada estação do ano. Abaixo, na Figura 8, uma demonstração do Menu Outono e os pratos de suas quatro etapas: Amuse Bouche, Entrada, Prato Principal e Sobremesa.

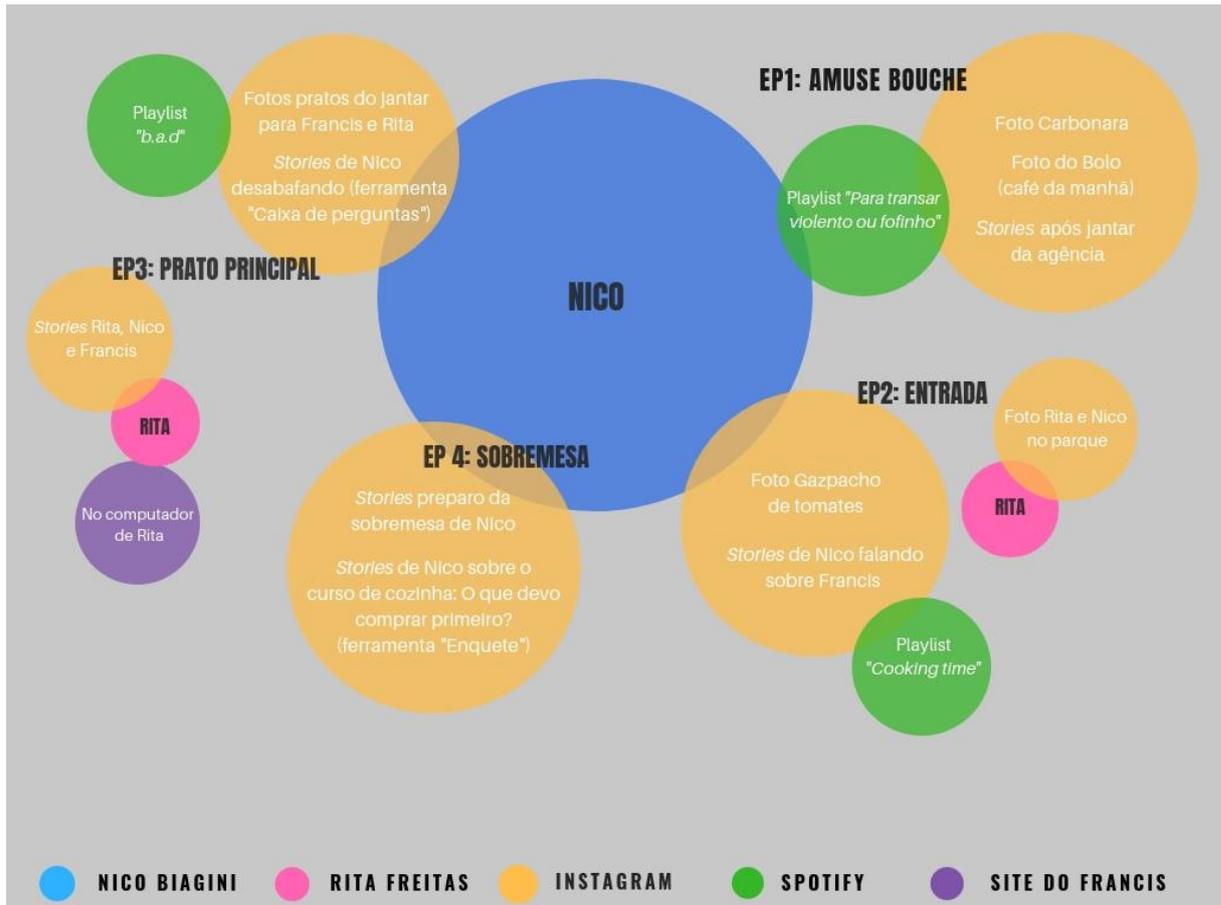
Figura 9: Menu Outono do site de Francis.



Fonte: Francis Aguiar Personal Chef, 2018.

Por fim, como forma de relacionar as possibilidades transmídia com os quatro episódios da primeira temporada da websérie, foi feito um fluxograma (Figura 9) para demonstrar as interações planejadas.

Figura 10: Fluxograma: interações entre os episódios x mídias digitais.



Fonte: Próprio autor.

3 DIÁRIO DE CAMPO: EPISÓDIO PILOTO

Neste capítulo, é relatado o processo de desenvolvimento do episódio “Amuse Bouche”, da websérie “O que há no menu?”. Este diário de campo busca relatar os desdobramentos realizados nas etapas de pré-produção, produção e pós-produção, que abrangem etapas como as audições, criação dos cartazes promocionais, gravação e edição.

3.1 PRÉ-PRODUÇÃO

No sexto semestre da graduação, os acadêmicos de Comunicação Social têm a possibilidade de criar os seus projetos de conclusão de curso através da disciplina de Teoria e Métodos de Pesquisa II, a serem desenvolvidos durante o último ano de graduação. Na disciplina em questão, foi pensado o projeto de roteirização de uma websérie, com a temática ainda não definida. Desta maneira, o acadêmico começou a pensar em elementos possíveis de serem trabalhados em uma narrativa, além de buscar compreender mais sobre o universo de webséries e sobre a criação de roteiros.

O tema escolhido para compor a narrativa ficcional da websérie foi a relação entre a culinária e relacionamentos. Para qualquer um que não está imerso em nenhum dos assuntos, os dois parecem não só distintos, mas também distantes para serem trabalhados conjuntamente, mas quando as referências sobre o assunto começam a ser procuradas, é perceptível como a comida é visto por muitos como algo não apenas para satisfazer a fome, mas também a alma.

A partir das reuniões realizadas com o orientador, entre março e abril de 2018, foram pensados e desenvolvidos elementos fundamentais que antecedem a criação dos roteiros, tais como: a elaboração da *storyline*, da sinopse, a descrição dos personagens e a escrita dos argumentos. Após criados estes itens, os roteiros começaram a ser escritos. À medida que os roteiros foram sendo escritos, também se foi pensando em possibilidades transmídia para que a história da websérie circule em outros meios e não fique restrita a um vídeo, pois apesar deste ser divulgado na internet, é impossível que o produto ali, por si só, gere todo o engajamento e interatividade pensados para uma websérie.

Durante a pré-produção, foram criadas peças gráficas (Apêndice A) para divulgar as audições da websérie, a fim de mobilizar os acadêmicos do Teatro e Artes Cênicas (UFSM) e também de outros cursos interessados. As peças gráficas impressas foram divulgadas no prédio 40 (Centro de Artes e Letras - CAL) e no mural do RU (Restaurante Universitário), enquanto *posts* de divulgação também foram veiculados no Facebook do acadêmico e em grupos de Facebook voltados para o teatro, artes cênicas e também comunicação social.

Aproximadamente dez pessoas manifestaram interesse em atuar na websérie, sendo que algumas acabaram desistindo. O contato realizado com estas pessoas buscou explicar a websérie e também os personagens, além de solicitar os horários disponíveis de cada um para organizar os dias das audições, que ocorreram nos dias 11 e 13 de Junho, no Estúdio 21 da FACOS (prédio 21).

As audições funcionaram através das seguintes etapas: a) os interessados receberam os roteiros da websérie e a ficha dos personagens para leitura, a fim de que estes compreendessem os personagens da estória; e b) no dia da audição, cada pessoa respondeu a uma série de perguntas, as quais iam de encontro à personalidade do personagem. Dessa maneira, foi possível ver como as pessoas se conectaram com a trama da websérie e também com o personagem que cada um escolheu interpretar.

As audições foram realizadas dentro dos seguintes equipamentos e estrutura do Estúdio 21: fundo preto, câmera T3I, microfone boom e iluminação ataque e contra, como indica a imagem abaixo. Já as configurações de câmera foram: abertura f4, velocidade 1/60, ISSO 400 e plano médio.

Figura 11: Audições



Fonte: Próprio autor.

Devido ao caráter do trabalho em equipe que o audiovisual exige, foi realizado o contato com algumas pessoas com experiência e/ou interesse na área audiovisual, de modo a formar uma equipe para auxiliar na gravação e pós-produção do episódio piloto e em outros elementos da websérie, como a criação da identidade visual, por exemplo. A equipe de gravação é constituída por eu, José Antônio de Souza Buere Filho (Direção, Produção e Direção de Arte), Thomás Townsend (Direção de Fotografia), Marcos Oliveira (Direção de Fotografia) e Alan

Orlando (Som Direto), além do apoio de equipamentos do Estúdio 21. Na pós-produção, há o apoio de Alesson Oliveira (Montagem e Edição).

Após algumas locações encontradas, foram selecionadas como cenário para a gravação do piloto o apartamento de Thomás Townsend, que será o apartamento de Nico Biagini e a casa de Leandro Stevens, na qual a sala de jantar será utilizada para a gravação da última cena do episódio piloto.

Ao total, foram realizados cinco ensaios com os atores. No primeiro ensaio, também foi realizada uma prova de figurinos. Durante os ensaios, também foram tiradas fotografias e foram feitas gravações de vídeos/*stories* para alimentar posteriormente as redes sociais dos personagens. Marcos Oliveira (Direção de Fotografia) compareceu em alguns ensaios. A imagem abaixo mostra o momento do ensaio realizado no apartamento de Thomás Townsend, aproximadamente duas semanas antes da gravação do episódio.

Figura 12: Ensaio do episódio piloto.



Fonte: Próprio autor.

Ainda na pré-produção, como forma de preservar o uso da imagem e voz dos atores, das locações utilizadas, da trilha sonora solicitada e da equipe de participação, foram feitos alguns contratos.

Tabela 2: Contratos da websérie

Contrato	
----------	--

Autorização de Uso de Imagem e Voz	Destinado aos atores e figurantes participantes da websérie: Douglas Michael da Costa Cezar; Luísa Chitolina Shetinger; Alexandre Menezes Xavier; Bárbara Elisa Marmor; Victor Lavarda de Freitas; William Dias Gonçalves; e Jânio Manoel Venturini dos Santos.
Autorização do Uso de Trilha Sonora	Destinada à cantora Jade Baraldo e seu <i>management</i> para uso da faixa “Brasa”.
Contrato de Locação	Destinado aos proprietários das locações utilizadas nas gravações da websérie. Proprietário 1: Thomás Townsend, residente na Rua Travessa São Miguel, nº 42, apartamento 102. Proprietário 2: Leandro Stevens, residente no endereço Rua Antonio Ignacio de Ávila, nº 450, casa 68.
Contrato de Participação	Destinado à equipe participante da websérie, que prestou auxílio na produção e pós-produção: Thomás Townsend; Marcos Oliveira; Alan Orlando; Alesson Oliveira; Gabriel Pereira Silva; e Rubia Woithoski.

Fonte: Próprio autor.

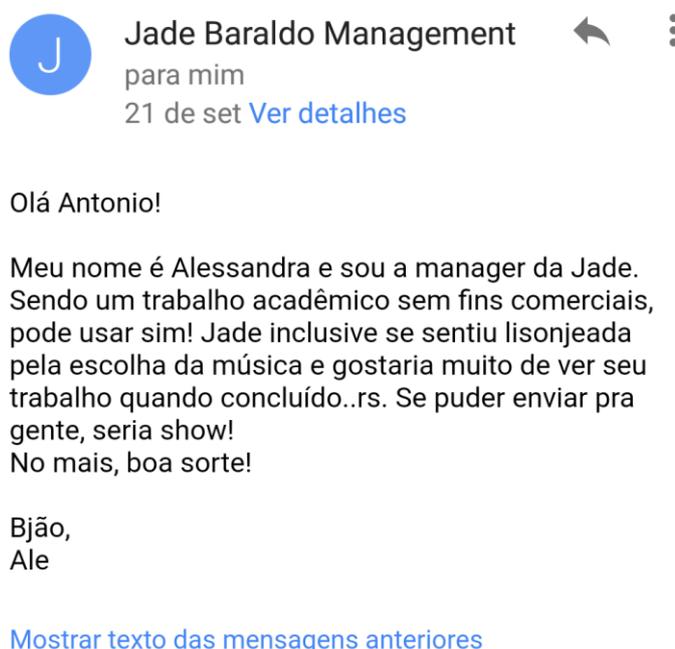
3.2 PRODUÇÃO

Na parte de produção, foi pensado em um material de divulgação da websérie. Neste sentido, foram confeccionados alguns cartazes promocionais, conforme Apêndice B. Ao total, foram feitos cinco cartazes promocionais, sendo que quatro correspondem a cada etapa do menu (que segue a proposta de episódios da primeira temporada). As fotografias dos cartazes foram realizadas com o apoio do Estúdio 21 e o tratamento de imagem das mesmas foi realizada pelo estudante de Publicidade e Propaganda da UFSM Gabriel Pereira Silva. O quinto cartaz tem como proposta criar uma identidade para a websérie, uma vez que a sua imagem é o protagonista Nico Biagini.

Neste processo de produção, também foram realizados alguns encontros com os personagens Nico e Rita, para que fotos e vídeos fossem produzidos para alimentação das redes sociais dos personagens no Instagram.

Pensando no caráter transmidiático da websérie e de como as redes sociais e mídias digitais ajudam a complementar a narrativa, no dia 19 de setembro um e-mail foi enviado para a *management* da artista brasileira Jade Baraldo solicitando o uso de uma de suas músicas para compor a trilha sonora da websérie. A resposta foi positiva, como mostra a imagem abaixo.

Figura 13: Resposta ao e-mail de solicitação de trilha sonora.



Fonte: Próprio autor.

Já as gravações do episódio piloto da websérie foram realizadas nos dias 12 (noite), 13 (manhã e tarde) e 20 de outubro (noite). As gravações ocorreram em duas locações, sendo a primeira o apartamento de Thomás Townsend, que teve seu cenário produzido para representar a casa do personagem Nico Biagini, e a segunda a sala de jantar do orientador deste trabalho, Leandro Stevens, que foi utilizada para a última cena do episódio, na qual ocorre o jantar da agência de publicidade.

O episódio piloto foi orientado por um roteiro técnico, disponível no Apêndice C. O roteiro técnico não foi totalmente seguido à risca, sendo assim foi utilizado como forma de conduzir mais facilmente o trabalho dos diretores de fotografia da produção.

Durante as gravações, no primeiro dia, não foi possível concluir a diária planejada. A cena de sexo de Nico e Francis, devido à sua complexidade e ao horário (era tarde da noite já) precisou ser gravada na segunda diária, durante o dia. Isto exigiu com que a locação desta cena fosse produzida para parecer noite, tendo a janela do quarto sido fechada e a iluminação trabalhada. Na terceira diária, correspondente ao último dia de gravação e que contou com a presença de quatro figurantes, as gravações ocorreram tranquilamente, apesar de vários testes terem sido realizados antes para que o elenco pudesse interagir e deixar a cena fluída no momento da gravação, o que estendeu um pouco o horário da diária.

De maneira geral, as gravações ocorreram sem nenhuma dificuldade, tendo o elenco e a equipe de gravação trabalhado bem conjuntamente. Vale ressaltar, contudo, que faltou um pouco de cuidado ao observar os detalhes de continuidade, que poderiam ser evitados para facilitar o momento de edição do episódio. A montagem abaixo demonstra alguns momentos durante as gravações do episódio.

Figura 14: Montagem de imagens das gravações do piloto.



Fonte: Próprio autor.

Enquanto a produção e direção de arte do episódio ficou sob minha responsabilidade, os equipamentos utilizados foram empréstimos do Estúdio 21 e também da equipe que auxiliou na gravação. Foram utilizados estes equipamentos nas seguintes configurações: Câmera: Panasonic GH4; set de lentes: Canon FD - 24mm f2.8, 35mm f3.5, 55mm f1.2, 85mm 1.8; Adaptador Metabones Speedbooster Canon FD para m4/3; Todas as tomadas foram gravadas em um monitor externo: Blackmagic Video Assist 4k; Codec: ProRes HQ 422 10bit; e Perfil de cor: V-LOG. Os equipamentos de áudio usados foram: Gravador Zoom H5; Microfone Shotgun Csr Ht81; Vara de Boom Rode; e microfones lapela. Para a iluminação, foram utilizadas 2 fresnéis; refletor de LED com tripé e gelatinas de correção (CTB e CTO); luzes softbox. Outros equipamentos foram: 2 tripés com garra (jacaré) e cabo XLR.

3.3 PÓS-PRODUÇÃO

A parte de pós-produção é constituída pela seleção dos arquivos gravados, a montagem do material, a edição, que pode incluir etapas como correção de cor e ajustes de áudio, inserção da trilha sonora e grafismos e, por fim, a finalização.

A partir da edição do episódio, buscou-se apresentar os personagens da narrativa e introduzir o fio condutor da primeira temporada, que durante os seus quatro episódios roteirizados apresenta o personagem principal, Nico Biagini, cansado de sua profissão e ao mesmo tempo decidido em conquistar Francis Aguiar através do paladar. Dessa forma, a edição tentou valorizar o teor dramático e também cômico da história e caracterizar quem são estes personagens.

A edição do episódio piloto foi realizada no *software* DaVinci Resolve (versão 15.1.2, gratuita, disponibilizada no site da Black Magic Design). O sistema operacional do computador é o Windows 10, versão PRO, e o seu *setup* é um processador Corel I7, 8700k, com 8Gb de memória RAM, SSD de 250Gb para uso do sistema operacional e um HD de 1Tb. Não há placa de vídeo.

Como o filme foi editado no programa Davinci Resolve, foi usado um LUT¹³ para trabalhar as cores dos arquivos antes da edição. O LUT se chama “VLog to V709”, da Panasonic. Na montagem, não foi necessário o uso de muitas ferramentas além de Corte e

¹³ LUT, ou “look up table”, é um efeito utilizado para calcular a correção de uma cor.

Seleção. Para aplicação de transições de áudio e imagem, usou-se um *Cross Dissolve* para fazer a ligação entre alguns arquivos, além da ferramenta de transparência.

Para o áudio, o programa Davinci Resolve possibilitou a aplicação de reverberação no momento em que os dois personagens se encontram no quarto, simulando a propagação da música a partir do *smartphone* de Nico. Também foi usado a ferramenta de equalização para retirar os graves e um pouco dos agudos.

Na cena gravada durante a primeira diária, em que Nico recebe Francis na casa, chovia muito na hora da gravação, o que interferiu na hora da montagem e edição do momento posterior à essa cena, no qual Nico e Francis transam (cena que precisou ser gravada na segunda diária). Dessa maneira, foi inserido um efeito de chuva durante toda a cena, desde o início do episódio. Mesmo não resolvendo completamente a edição, isto ajudou o *take*¹⁴ para que este não ficasse deslocado dentro da montagem final.

Para realizar a transição entre a cena do café da manhã e do jantar da agência, foi utilizada uma trilha sobre imagens em off, para suavizar o corte até que o diálogo da cena iniciasse.

Após a edição ser concluída, a proposta era de que o áudio passasse por um melhor tratamento. Este auxílio seria dado pelo técnico do Estúdio 21, Márcio Echeverria Gomes, mas este precisou tirar as suas férias antes da edição ser finalizada, o que inviabilizou esta etapa da pós-produção.

¹⁴ Refere-se a um trecho de filme ou vídeo rodado ininterruptamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre as motivações que nortearam a criação desse trabalho, é importante destacar àquela que esteve sempre preocupada em trazer as características da produção multiplataforma e convergente, que são aspectos bastante próximos à área de Comunicação Social – Produção Editorial. Dessa maneira, foi uma tarefa bastante desafiadora tentar unir e trabalhar de forma transmidiática dois campos de atuação do produtor editorial, o audiovisual e o digital. Além disso, também a partir das justificativas foi possível desenvolver um projeto experimental de narrativa ficcional como trabalho de conclusão de curso, uma vez que os trabalhos já realizados por alguns egressos da Produção Editorial apenas trabalhavam a narrativa documental.

A partir da pesquisa teórica deste trabalho, foi possível compreender as grandes possibilidades que narrativas transmidiáticas oferecem. Retomando Aeraphe (2013, p. 7), uma narrativa transmídia “é aquela que se desenrola por meio de múltiplos canais de mídia, cada um deles contribuindo de forma distinta para a compreensão do universo narrativo”. Neste sentido, além dos episódios, foram pensadas as redes sociais dos personagens e como estas iriam confluir e interagir, possibilitando novas formas de entendimento do universo ficcional da websérie “O que há no menu?”.

Embora este trabalho carregue muitas produções envolvidas, além dos roteiros e do planejamento de mídias digitais, acredito que ele ainda poderia ter os aspectos de convergência entre audiovisual e digital ainda mais instigantes do que apenas as redes sociais planejadas. Entretanto, essa relação entre o audiovisual e digital planejada foi realizada pensando na possibilidade dos quatro episódios da primeira temporada serem gravados, ou seja, o que demandaria uma produção ainda mais forte e uma acessibilidade por parte de todos os envolvidos no projeto (atores e equipe) ainda mais flexível.

De maneira geral, este trabalho foi de grande importância, já que a partir dele foi possível passar por diversas etapas do audiovisual, da pré-produção até a pós-produção e acompanhar de forma próxima o trabalho individual de cada pessoa, o que reforça o grande coletivo que é o trabalho em equipe na área audiovisual.

A etapa de escrita dos roteiros e planejamento de mídias foi bastante confortável de se desenvolver. A etapa de produção e gravação do primeiro episódio, apesar de apresentar-se como um grande desafio, já que se trata do episódio piloto, aqui apresentado como elemento extra, transcorreu de forma tranquila, tendo a colaboração de todos os envolvidos sido de grande ajuda para que a gravação do episódio ocorresse no tempo planejado. A etapa de pós-produção e de finalização foi a mais desafiadora, pois é a partir dela que acabamos percebendo alguns

detalhes que podem ter passado despercebidos durante as gravações, como algum ruído excessivo ou problema na continuidade, o que poderia ser evitado por uma direção mais eficiente. A maior dificuldade, nesta etapa, foi a falta de acompanhamento presencial durante todo o processo de edição, devido às divergências de horários entre diretor e editor.

Além disso, este trabalho não pôde ser veiculado à nenhuma rede social, como o Youtube, de forma a respeitar as condições da cantora Jade Baraldo, que autorizou o uso de uma de suas faixas de música, “Brasa”, para ser utilizada para fins acadêmicos neste trabalho de conclusão de curso.

As expectativas é de que este trabalho possa estimular a curiosidade dos acadêmicos de Comunicação Social – Produção Editorial e que estes possam enxergar as capacidades interativas entre suportes e produções distintos e também novos formatos, como o que foi trabalhado neste projeto, o formato websérie. Por fim, espera-se que este trabalho possa abrir muitas portas, como conquistando editais de incentivo à cultura a partir da apresentação do piloto gravado para produzir os demais episódios.

Como futuro produtor editorial que tem como expectativa trabalhar com o audiovisual em intersecção com as mídias digitais e redes sociais, este trabalho foi de grande importância por todo o aprendizado, dificuldades encontradas e superadas, o trabalho em equipe e o exercício dos conhecimentos aprendidos durante a graduação.

REFERÊNCIAS

AERAPHE, G. **Webséries: Criação e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda, 2013.

AGUIAR, Francis (@francisaguiarchefe). Perfil do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/francisaguiarchefe/>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

BEMBEM, A. H. C.; Santos, P.L.V.A.C. Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy. **Perspectivas em Ciência da Informação (Online)**, v. 18, p. 139-151, 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v18n4/10.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2018.

BIAGINI, Nico (@nicobiagini). Perfil do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/nicobiagini/>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

BIAGINI, Nico. Perfil do Spotify. Disponível em: <https://open.spotify.com/user/5snndsecgki7yzciry6wj5ryu?si=p7iFnixrRR6kT2_V1QWkFA>. Acesso em: 15 nov. 2018.

BRASTEMP. **Gourmand em casa**. 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7iUrWrdCKrE&index=59&list=PLlb914jvHsF4pta0e02JqTkgvjrEAklGd>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

CAMPOS, Flávio de. **Roteiro de cinema e televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma estória**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

CHAME O CHEF. **Entradas: um bom começo**. 2011. Disponível em: <<http://chameochef.blogspot.com/2011/04/entradas-um-bom-comeco.html>>. Acesso em: 01 jun. 2018.

CHEF'S TABLE. **Direção: David Gelb**. Netflix, 2015.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Ed. rev. e atualizada, com exercícios práticos. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DA SILVA, Anderson Lopes; JOHN, Valquíria Michela. **A dramédia como gênero híbrido em Orange Is The New Black: a dramédia personalista, a advocate dramedy e a dramédia humana**. 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2305-1.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

FECHINE, Y. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. **Revista Symposium**, Ano 5, nº. 1, janeiro-junho de 2001, Recife, FASA-UNICAP. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF>>. Acesso em: 12 jul. 2018.

FIELD, S. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FREITAS, Rita (@ritinhafreitaspp). Perfil do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/ritinhafreitaspp/>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

GAZETA DO POVO. **Prato principal: o ponto alto da refeição.** Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/prato-principal-o-ponto-alto-da-refeicao/>>. Acesso em: 01 jun. 2018.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

MACHADO, A. Pode-se falar em gêneros na televisão? **Revista FAMECOS**, Porto Alegre n. 10, jul. 2009. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3037/2315>>. Acesso em: 16. abr. 2018.

MADUREIRA, Giovana de Oliveira. **Memorial descritivo: sala fantasma: roteiros da primeira temporada de uma websérie.** 2016. 120 f. Monografia (Publicidade e Propaganda), Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em <<https://repositorio.ucb.br/jspui/handle/123456789/8145>> Acesso em: 03 jun. 2018.

MCKEE, Robert. **Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro.** Curitiba: Arte & Letra, 2006.

MORAES, R. R. C. NARRATIVA SERIADA NA TELEVISÃO E SUAS ORIGENS NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO. In: **Comunicon**, 2016, São Paulo. GT 03? COMUNICAÇÃO E CONSUMO: Periodizações e perspectivas Históricas, 2016.

Morales Morante, F. y Hernández, P. (2012). **La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red.** Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11441/34320>>. Acesso em 16 abr. 2018.

MOREIRA, L. F. A narrativa seriada televisiva: o seriado Mandrake. **Ciberlegenda (UFF)**, v. 9, p. 1-17, 2007. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/184>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

MTV Brasil. **Siga os personagens de “Perrengue” nas redes sociais.** Disponível em: <<http://www.mtv.com.br/noticias/jfxdcc/siga-os-personagens-de-perrengue-nas-redes-sociais>>. Acesso em: 21 mai. 2018.

O QUE HÁ NO MENU? @oquehanomenu. Perfil do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/oquehanomenu/>>. Acesso em: 21 nov. 2018.

OBA GASTRONOMIA. **Amuse Bouche - o brinde do Chef.** Disponível em: <<https://obagastronomia.com.br/amuse-bouche-o-brinde-do-chef/>>. Acesso em: 01 jun. 2018.

PANELINHA. **Cozinha Prática em tempo real: vamos cozinhar juntos.** Disponível em: <<https://www.panelinha.com.br/blog/ritalobo/cozinhapratica-temporeal>>. Acesso em: 03 out. 2018.

PEGANDO FOGO. **Direção: John Wells.** 2015.

PLEASE LIKE ME. **Direção: Matthew Saville; Josh Thomas.** Netflix, 2013.

PORTAL CANECA. **A despretensiosa beleza de Please Like Me.** Disponível em: <http://portalcaneca.com.br/2018/01/a-despretensiosa-beleza-de-please-like-me/>. Acesso em: 22 mai. 2018.

PRIMEIRO FILME. **O Livro: Enquadramentos: planos e ângulos.** Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em: 23 mai. 2018.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **Compós**, v. 9, p 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153>>. Acesso em: 12 jul. 2018.

QUADRINHOLATRA. **Todos os contratos que você precisa para realizar seu curta-metragem.** Disponível em: <<http://www.quadrinholatra.com.br/2016/09/todos-os-contratos-que-voce-precisa-pra.html>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

REVISTA CLAUDIA. **9 experts em comida dizem como o afeto os influencia na cozinha.** Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/gastronomia/9-experts-em-comida-dizem-como-o-afeto-os-influencia-na-cozinha/>> . Acesso em: 13 mai. 2018.

RIBEIRO, R. A.. Considerações sobre a narrativa seriada e sua gênese como necessidade atávica humana. **Temática** (João Pessoa. Online), v. 12, p. 180-197, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/22146>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

RODRIGUES, C. **O cinema e a produção.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2007.

ROMERO, N. L.; CENTELLAS, F. C. **New stages, new narrative forms: The Web 2.0 and audiovisual language.** 2008. Disponível em: <<https://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>> Acesso em: 11 mai. 2018.

SANTOS, Alexandre Tadeu.; COCA, A. P. . Formatos de Ficção Seriada Televisual: Tradições e Perspectivas. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM**, 2014, Foz do Iguaçu - PR. Intercom. São Paulo: Intercom, 2014. v. 1. p. 1-15.

SANTOS, Jenison A.; LÚCIO, Ana Cristina Marinho. Sabores e amores na cozinha de Laura Esquivel. **Letras de Hoje**, v. 52, p. 475, 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/27168>>. Acesso em 13 mai. 2015

TAFLINGER, R. F. **Dramedy:** Thought-Based Situation Comedies. 1996. Disponível em: <<https://public.wsu.edu/~taflinge/dramedy.html>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

Wix. **Francis Aguiar personal chef.** Disponível em: <<https://tccantonio.wixsite.com/francisaguiar>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

ZANETTI, Daniela. Webséries: narrativas seriadas em ambientes virtuais. **REVISTA GEMInIS**, v. 1, p. 69-88, 2013. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/128/100>>. Acesso em: 16. abr. 2018

APÊNDICE

APÊNDICE A: PEÇAS GRÁFICAS DE CHAMADA PARA AUDIÇÕES





**PROCURA-SE
ATORES QUE
CONHEÇAM
UMA BOA
RECEITA DE
TORTA...
DE CLIMÃO!**

**PARA MAIS INFORMAÇÕES,
ENTRAR EM CONTATO PELO:**

 **JOSÉ ANTÔNIO BUERE**

 **@TONYBUERE**

 **(55) 99923-6423**



VOCÊ QUE FAZ TEATRO É O INGREDIENTE QUE FALTA NESTA AVENTURA GASTRONÔMICA

PARA MAIS INFORMAÇÕES,
ENTRAR EM CONTATO PELO:

 JOSÉ ANTÔNIO BUERE

 @TONYBUERE

 (55) 99923-6423



sobre o projeto:

websérie ficcional de 4 episódios;
gênero dramédia;
os temas da websérie são relacionamentos,
emoções e gastronomia;
está sendo executada como trabalho de
conclusão de curso (TCC).

procura-se 1 ator para:

o papel de Nico (o protagonista);
idade entre 21 e 23 anos;
é um publicitário frustrado e adora cozinhar;
é sentimental, efusivo e adora impressionar;
se envolve emocionalmente com Francis.

procura-se 1 ator para:

o papel de Francis;
idade entre 23 e 25 anos;
Francis é um personal chef;
é sério, prático e não gosta de ser pressionado;
se envolve emocionalmente com Nico.

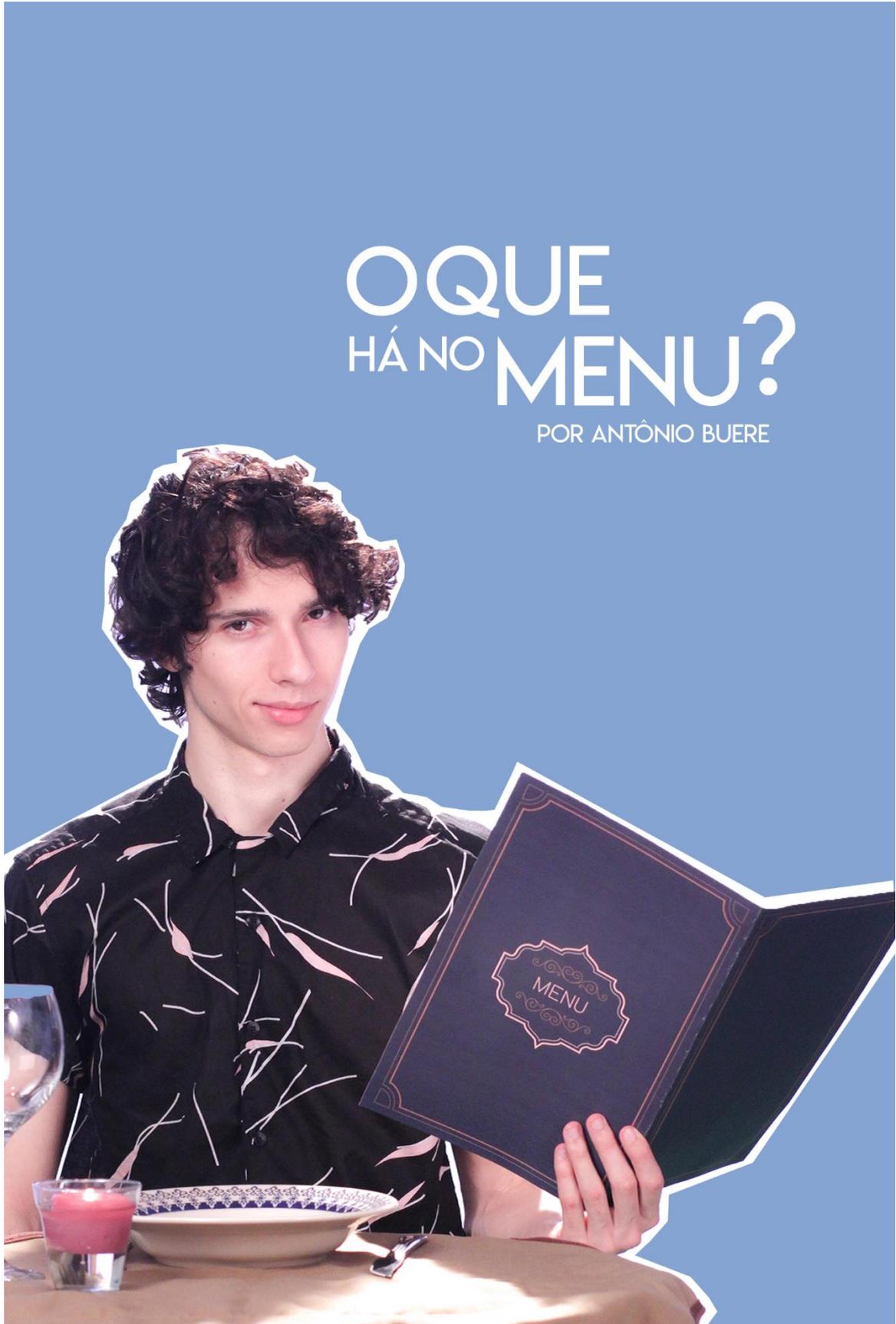
procura-se 1 atriz para:

o papel de Rita (a melhor amiga de Nico);
idade entre 20 e 23 anos;
publicitária;
é divertida, descontraída e adora fazer piadas.

observações

o projeto **não é remunerado**;
os participantes ganharão certificado com
horas complementares de graduação;
para mais informações, contatar: **José Antônio
Buere** (facebook); **@tonybuere** (instagram); ou
(55) 99923-6423 (whatsapp)

APÊNDICE B: CARTAZES DE DIVULGAÇÃO



Etapa 1

UMA VARIEDADE DE RELACIONAMENTOS FRACASSADOS

O QUE
HÁ NO
MENU?



Etapa 2

O MELHOR ACOMPANHAMENTO: RITA



O QUE
HÁ NO MENU?

Etapa 3

O CHEIRO DE UM
NOVO AMOR?

O QUE
HÁ NO MENU?



Etapa 4

A SABOROSA PAIXÃO PELA GASTRONOMIA

O QUE
HÁ NO
MENU?



APÊNDICE C: ROTEIRO TÉCNICO

Cena	Tempo	Vídeo	Áudio
1		<p>FADE IN</p> <p>INT/APARTAMENTO DE NICO - COZINHA - SALA - QUARTO/ NOITE</p> <p>PLANO FECHADO: Um prato de macarrão sobre a bancada da COZINHA. Há ao lado do PRATO moedor de pimenta, talheres e um celular. MÃOS DE NICO pegam o moedor para colocar pimenta sobre a massa. Depois, as MÃOS pegam o celular.</p> <p>PLANO MÉDIO: A câmera move, colocando NICO em quadro e mostrando ele tirando uma foto do prato.</p> <p>PLANO DETALHE: No CELULAR, mostrando NICO utilizando o INSTAGRAM.</p> <p>PLANO MÉDIO: Nico pega o prato e vai para a SALA.</p> <p>PLANO ABERTO: SALA (ambientação). Nico caminha até o sofá e se senta.</p> <p>PLANO MÉDIO: Nico sentado no sofá, colocando o prato de macarrão sobre uma almofada. NICO comendo.</p> <p>CLOSE: EXPRESSÃO DE NICO enquanto come.</p> <p>PLANO MÉDIO: Nico se livra do prato de macarrão e coloca o notebook sobre a almofada. Nico mexendo no notebook.</p> <p>PLANO DETALHE: TELA do notebook, que está aberto em um software de EDIÇÃO DE IMAGEM.</p> <p>PLANO FECHADO: EXPRESSÃO de Nico.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Nico, trabalhando em silêncio. Nico empurra o notebook para longe e pega o seu celular e começa a mexer.</p>	<p>Ambiente da cozinha e dos movimentos do personagem.</p> <p>Ambiente da sala e dos movimentos do personagem.</p> <p>Nico respirando fundo, mostrando cansaço.</p> <p>Amuse Bouche?</p>

	<p>PLANO DETALHE: na TELA do celular, mostrando Nico usando o aplicativo de relacionamento.</p> <p>PLANO FECHADO: EXPRESSÃO de Nico que para de repente de mexer no celular.</p> <p>PLANO MÉDIO: SOFÁ DA SALA ONDE NICO ESTÁ SENTADO ENQUANTO ELE CONVERSA NO APLICATIVO. / ATÉ NICO SE LEVANTAR.</p> <p>FADE OUT</p> <p>FADE IN</p> <p>PRIMEIRO PLANO: Nico abre a porta.</p> <p>CONTRAPLANO: FRANCIS à porta.</p> <p>PLANO ABERTO/CONJUNTO: FRANCIS E NICO FRENTE A FRENTE (ideia: criar uma sensação de distanciamento nessa cena)</p> <p>CLOSE: EXPRESSÃO DE FRANCIS, SORRINDO EM CONCORDÂNCIA.</p> <p>PLANO MÉDIO: Nico indica à porta do quarto. / NICO e FRANCIS andam até o quarto - PLANO SEQUÊNCIA.</p> <p>PLANO ABERTO: QUARTO (ambientação).</p> <p>PLANO ABERTO: FRANCIS começa a tirar as roupas.</p> <p>PLANO MÉDIO: EXPRESSÃO DE NICO.</p> <p>PLANO MÉDIO: FRANCIS.</p> <p>PLANO ABERTO: CAMA, CELULAR DE NICO SOBRE A CAMA.</p> <p>PLANO DETALHE: MÃO DE NICO PEGA O CELULAR.</p> <p>PLANO CONJUNTO: Nico mexendo no celular, Francis sentado na cama.</p> <p>PLANO FECHADO: Mesa de cabeceira. MÃO DE NICO coloca o celular ali.</p>	<p>Som de campainha tocando.</p> <p>Nico: Oi. Francis: Oi. Nico: Vamos para o quarto?</p> <p>Som ambiente.</p> <p>Ei, calma! Posso colocar uma música?</p> <p>Claro.</p> <p>Música tocando [background]</p>
--	---	---

		<p>PLANO DETALHE: TELA DO CELULAR, aberto no spotify.</p> <p>PLANO ABERTO: NICO tirando a própria roupa. Francis olhando.</p> <p>PLANO MÉDIO/CONJUNTO: Nico se senta ao lado de Francis (indicação de intimidade).</p> <p>PLANO FECHADO: EXPRESSÃO DE NICO E DE FRANCIS (CONTRAPLANO).</p> <p>PLANO MÉDIO/CONJUNTO: OS DOIS SE BEIJAM / NICO EMPURRA FRANCIS SOBRE A CAMA E FAZ UM MOVIMENTO PARA “SENTAR” EM CIMA DO HOMEM.</p>	
2		<p>INT/APARTAMENTO DE NICO - SALA/ DIA</p> <p>PLANO MÉDIO: bancada, sobre a qual a mesa do café está montada. As MÃOS de NICO pousam uma forma com bolo sobre a mesa. SILHUETA de RITA entra em quadro.</p> <p>PLANO ABERTO: em RITA, amiga de Nico, que segura duas xícaras com café (apresentação da personagem). Nico está sentado enquanto tira uma foto do bolo.</p> <p>PLANO MÉDIO: em NICO.</p> <p>PLANO MÉDIO: em RITA, sentando à mesa.</p> <p>PLANO MÉDIO: em NICO, estendendo a mão para pegar um pão de queijo e depois o colocando na boca.</p>	<p>Rita: Tu é péssimo.</p> <p>Nico: Eu? Por quê?</p> <p>Rita: Mandou a tua fodinha embora e me chamou pra tomar café da manhã. Eu sou o teu marido e o cara é o “outro”. Já conheço essa história.</p> <p>NICO: Primeiramente: eu convidei ele para tomar café, mas ele tem um compromisso importante essa noite e nem quis ficar. Segundo: tu não é a outra; tu é única, Ritinha.</p> <p>Rita: Hum... parece que “ele” não tem um nome. Mas falando em evento, como tu está para o jantar de hoje à noite?</p>

		<p>PLANO MÉDIO: em Rita, bebendo café.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Nico.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Rita.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Nico.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Rita.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Nico, com a xícara de café em mãos.</p>	<p>Nico: É... ansioso! Eu adoro comer bem, tu sabe.</p> <p>RITA: Tu sabe que tô falando da identidade visual do cliente. Tu terminou ela?</p> <p>NICO: Vou finalizar hoje! Até o final da manhã ela está pronta. Ontem foi um fracasso minha produção. Mas e teu trabalho, como tá indo?</p> <p>RITA:Tá fluindo. É bem legal esse negócio de cozinha, mas prefiro que tu cozinhe pra mim. Aliás, esse bolo tá ótimo.</p> <p>NICO: Valeu, Ritinha. Acordei inspirado depois do sexo de ontem e agora preciso aproveitar essa inspiração pra fazer as artes do cliente. Bora pra agência, então?</p>
3		<p>A cena anterior dissolve lentamente para esta, mostrando Nico em um momento diferente mas na mesma posição: sentado, com algo em mãos.</p>	<p>Som ambiente.</p>

	<p>INT/ CASA DO CHEFE DE NICO - SALA DE JANTAR / NOITE</p> <p>PLANO MÉDIO: Nico sentado à mesa, com uma taça de vinho em mãos. EXPRESSÃO de tédio.</p> <p>PLANO MÉDIO: no CHEFE DA AGÊNCIA, que analisa o MENU em suas mãos. (PLANO DETALHE NO MENU)</p> <p>PLANO ABERTO: mesa de jantar, mostrando todas as pessoas da agência brindando.</p> <p>PLANO FECHADO: EXPRESSÃO DE NICO, que não está tão feliz quanto os outros.</p> <p>PLANO MÉDIO: em MÁRCIA, uma das publicitárias da agência, analisando o menu. (PLANO DETALHE NO “AMUSE BOUCHE” DO MENU).</p> <p>PLANO ABERTO: as pessoas à mesa se entreolham, buscando respostas.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Nico, que se arruma na cadeira e pousa a taça de vinho.</p> <p>PLANO MÉDIO: EM MÁRCIA.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Rita.</p>	<p>CHEFE DA AGÊNCIA: Que design maravilhoso! Parabéns, Nico. Na verdade, parabéns a todos. Em muitos meses não fazíamos um trabalho tão bom.</p> <p>Ambiente, pessoas comemorando e brindando.</p> <p>MÁRCIA: Alguém sabe me dizer o que é Amuse Bouche?</p> <p>Nico: Márcia, Amuse Bouche é um aperitivo para ser comido em poucas bocadas. Algo apenas para divertir o paladar.</p> <p>Márcia: Hum...</p> <p>RITA: Então esse negócio é tipo um oral?</p> <p>Pessoas gargalhando ao redor.</p> <p>FRANCIS: Boa noite, pessoal! Desculpem o atraso. Meu nome é Francis Aguiar e sou personal chef e também cliente da agência de vocês. Estou muito feliz por essa parceria. Então, todos prontos para o jantar? / Começaremos essa aventura com o Amuse Bouche. Para aqueles desconhecidos do termo, ele é um brinde do chefe e um fruto de sua</p>
--	---	---

		<p>PLANO MÉDIO: em Nico, concordando com a cabeça.</p> <p>PLANO ABERTO: da sala de jantar. FRANCIS ENTRA EM CENA.</p> <p>PRIMEIRO PLANO: NICO VIRA-SE PARA FRANCIS. EXPRESSÃO DE NICO.</p> <p>PRIMEIRO PLANO: em EXPRESSÃO de FRANCIS, que não completa sua fala ao reconhecer NICO.</p> <p>PLANO MÉDIO: em Nico, que pega a taça de vinho e bebe um gole.</p> <p>FADE OUT</p>	<p>imaginação. O Amuse Bouche é, assim, uma rápida diversão, uma <u>explosão</u> de sabores como...</p> <p>Nico: O Amuse Bouche é uma diversão tipo o sexo, né, chefe?</p>
--	--	---	--