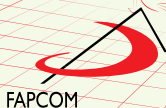


JULIANO FERREIRA GONÇALVES

O CINEMA TRASH E A RECICLAGEM DA INDÚSTRIA CULTURAL





COLEÇÃO E.BOOKS | FAPCOM

RÁDIO, TV E INTERNET

O CINEMA TRASH E A RECICLAGEM DA INDÚSTRIA CULTURAL

JULIANO FERREIRA GONÇALVES

O CINEMA TRASH E A RECICLAGEM DA INDÚSTRIA CULTURAL



FAPCOM

Coleção E.books FAPCOM

A **Coleção E.books FAPCOM** é fruto do trabalho de alunos de graduação da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação. Os conteúdos e temas publicados concentram-se em três grandes áreas do saber: filosofia, comunicação e tecnologias. Entendemos que a sociedade contemporânea é transformada em todas as suas dimensões por inovações tecnológicas, consolida-se imersa numa cultura comunicacional, e a filosofia, face a esta conjuntura, nos ocorre como essencial para compreendermos estes fenômenos. A união destas três grandes áreas, portanto, nos prepara para pensar a vida social. A **Coleção E.books FAPCOM** consolida a produção do saber e a torna pública, a fim de fomentar, nos mais diversos ambientes sociais, a reflexão e a crítica.

Conselho Científico

Antonio Iraldo Alves de Brito
Claudenir Modolo Alves
Claudio Avelino dos Santos
Jakson Ferreira de Alencar
Márcia Regina Carvalho da Silva
Valdir José de Castro

Livros da Coleção E.books FAPCOM

A COMUNICAÇÃO NA IGREJA CATÓLICA LATINO-AMERICANA

Paulinele José Teixeira

ASCENSÃO DIALÉTICA NO BANQUETE

Iorlando Rodrigues Fernandes

COMUNICAÇÃO E AMBIENTE DIGITAL

Cinzia Giancinti

A ONTOLOGIA DA ALMA EM SÃO TOMÁS DE AQUINO

Moacir Ferreira Filho

PARA REFLETIR O QUE A GENTE ESQUECIA:

ANÁLISE DE VIDEOCLIPES DA BANDA O RAPPA

Talita Barauna

NARRATIVAS DA FRONTEIRA:

INTERFACES ENTRE JORNALISMO E LITERATURA NAS

MEMÓRIAS DO CÁRCERE, DE GRACILIANO RAMOS

Marcos Vinícius Lima de Almeida

Direção Editorial
Claudiano Avelino dos Santos
Coordenação Editorial
Claudenir Módolo Alves
Márcia Regina Carvalho da Silva
Produção Editorial
Editora Paulus
Capa
Gledson Zifssak
Diagramação
Rafael Costa da Silva
Revisão Gramatical
Cícera Gabriela Souza Martins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Gonçalves, Juliano Ferreira

O cinema Trash e a reciclagem da indústria cultural [livro eletrônico] / Juliano Ferreira

Gonçalves. --

1. ed. -- São Paulo : Paulus Editora, 2017. --

(Coleção E.books FAPCOM)

835 Kb ; PDF

ISBN: 978-85-349-4528-8

1. Cinema 2. Cinema - Brasil - História e crítica 3. Cinema - Produção e direção 4. Cultura 5. Filmes - Brasil - Mercado 6. Indústria cinematográfica - Brasil 7. Política cultural I. Título II. Série.

17-01379

CDD-791.4306081

Índices para catálogo sistemático:

1. Indústria cinematográfica : Brasil : História
791.4306081

© PAULUS – 2016

Rua Francisco Cruz, 229
04117-091 – São Paulo – (Brasil)
Tel. (11) 5087-3700 – Fax (11) 5579-3627
www.paulus.com.br
editorial@paulus.com.br
ISBN: 978-85-349-4528-8

Lista de Figuras

Figura 1	– Cine Trash	17
Figura 2	– Toxic Avenger	20
Figura 3	– Peter Jackson, Guillermo Del Toro, Sam Raimi e seus respectivos primeiros filmes, <i>Bad Taste</i> , <i>Cronos</i> e <i>Evil Dead</i>	22
Figura 4	– Cartazes de filmes B da década de 1930	24
Figura 5	– Filmes <i>exploitation</i>	27
Figura 6	– Desconsideração pela física em <i>Django Livre</i>	28
Figura 7	– Festa Trash 80's	31
Figura 8	– Lady Gaga e o Camp	32
Figura 9	– A Cauda Longa	38
Figura 10	– Tendência de buscas do termo <i>crowdfunding</i>	44
Figura 11	– <i>Kung Fury</i>	46
Figura 12	– David Hasselhoff em <i>True Survivor</i>	47
Figura 13	– 13 Filmes de Zumbis	48
Figura 14	– <i>Noite dos Mortos Vivos</i> , de George A. Romero	50
Figura 15	– <i>Capital dos Mortos</i>	52
Figura 16	– Filmes <i>found footage</i>	53
Figura 17	– Filmes de tubarão	57
Figura 18	– Filmes de Catástrofe	59
Figura 19	– Blockbusters e seus Mockbusters da <i>The Asylum</i>	62
Figura 20	– A franquia <i>Sharknado</i>	62
Figura 21	– Gráfico de Tweets por minuto da Hashtag #Sharknado	64
Figura 22	– Fotograma do filme <i>Twister</i>	67
Figura 23	– Fotogramas do filme <i>Sharknado 3: Oh Hell No!</i>	67
Figura 24	– Fotogramas do filme <i>Tubarão</i> , de 1975	68
Figura 25	– Fotogramas do filme <i>Tubarão</i> e <i>Sharknado</i>	68
Figura 26	– Fotograma do filme <i>O Mágico de Oz</i>	69
Figura 27	– Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	70
Figura 28	– Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	71
Figura 29	– Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	71
Figura 30	– Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	71
Figura 31	– Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	72

Figura 32 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i> e imagem produzida pelo autor	72
Figura 33 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	73
Figura 34 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	73
Figura 35 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	74
Figura 36 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	74
Figura 37 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i> e exemplo da massa Slug	75
Figura 38 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	75
Figura 39 – Fotograma do filme <i>Sharknado</i>	76
Figura 40 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	76
Figura 41 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	76
Figura 42 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	77
Figura 43 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	77
Figura 44 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	78
Figura 45 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	78
Figura 46 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	78
Figura 47 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	79
Figura 48 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	79
Figura 49 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	80
Figura 50 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	80
Figura 51 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ... e imagem publicitária da série <i>Ash vs EvilDead</i>	80
Figura 52 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	81
Figura 53 – Fotograma do filme <i>Sharknado 2 - A segunda Onda</i> ...	81
Figura 54 – Fotograma tirado dos filmes <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No! e Skyfall</i>	82
Figura 55 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	82
Figura 56 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	82
Figura 57 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	83
Figura 58 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	83
Figura 59 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	83
Figura 60 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	84
Figura 61 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	84
Figura 62 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	85
Figura 63 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	85
Figura 64 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	86
Figura 65 – Fotograma do filme <i>Sharknado 3 - Oh! Hell No!</i>	86

Sumário

Apresentação	10
Introdução	12
CAPÍTULO I	
O Cinema Trash	16
1.1 Classificação do cinema trash	18
1.2 Filmes B	23
1.3 Cultura Trash	29
CAPÍTULO II	
O Trash e a nova Indústria Cultural	33
2.1 Indústria Cinematográfica	36
2.2 A Cauda Longa	37
2.3 A Reciclagem da Indústria Cultural	41
CAPÍTULO III	
Estudos de Caso	48
Considerações Finais	87
Referências	91
Webgrafia	94

Apresentação

A PRODUÇÃO INDEPENDENTE NA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

Marcos Júlio Sergi

Esta monografia de Juliano Ferreira Gonçalves analisa a criação, a produção e a comercialização de filmes independentes pela Internet. Atento a esta nova demanda, o autor abre novas possibilidades de pesquisa em um campo pouco explorado nos estudos acadêmicos.

Termos com conceituação ainda em debate, como: crowdfunding, found footage, social Tv e mockbuster, têm neste trabalho reflexões fundamentadas em autores consagrados nas áreas de linguagem, estilo, estética e comercialização cinematográfica.

Rediscute a reprodutibilidade técnica, que permitiu o barateamento e a massificação da obra de arte e encontrou no cinema sua melhor identificação, na medida em que este necessita de reprodução e distribuição em larga escala.

O autor identifica vários diretores que iniciaram suas carreiras em filmes B e que criaram as regras definidoras da veiculação desses filmes nas chamadas categorias de nicho para serem conhecidos na indústria cinematográfica.

Juliano Gonçalves descreve a produção independente mais acessada no meio digital. Insere, por meio de gráficos, a produção e os números de acesso e o consequente sucesso de gêneros de filmes de zumbi e documentários realistas, com mais de 400 películas filmadas nos últimos quinze anos.

Dedica-se, em particular, aos filmes Trash. Altamente lucrativos, são definidos pelos críticos como obras que primam pela falta de gosto. Em uma análise mais detalhada, demonstram criatividade para trabalhar com pouca renda. Por estarem livres das amarras da grande indústria do cinema, os diretores ousam em roteiros, performances dos atores e cenas classificadas como absurdas pela indústria cinematográfica hollywoodiana.

O autor selecionou a produtora The Asylum e sua série de maior sucesso, Sharknado, como estudo de caso. Constatou o sucesso desta produção devido à originalidade do roteiro. Com baixo investimento, tornou-se fenômeno midiático, chegando a 2,1 milhões de espectadores em sua segunda versão.

A análise de novas formas de produção, interação, divulgação e comercialização diretamente pela Internet, sem intermediários, torna este trabalho essencial para futuras pesquisas sobre o cinema, as mídias sociais e a disseminação da informação.

Introdução

Esta monografia desenvolve uma análise sobre o cinema *trash* e outros conceitos relacionados ao *trash*, necessários para sua compreensão, sob o ponto de vista mercadológico, levando em consideração a produção, distribuição, comercialização e consumo dos filmes *trash* e a influência da internet em cada uma destas etapas. O objetivo da análise é definir as características do cinema *trash* e seu posicionamento no panorama atual, tendo como estudo de caso alguns subgêneros comuns do cinema trash e também filmes produzidos pelo estúdio e distribuidora *The Asylum*, em especial a franquia *Sharknado*, composta por 3 filmes, com o 4º filme em produção. A monografia adere à linha de pesquisa I – Comunicação, Cultura, Sociedade e Educação.

Este trabalho parte das situações-problema descritas a seguir: o que define um filme como *trash*? Como funciona o mercado destes produtos associados ao “mau gosto”? Qual o papel do *trash* no mercado atual?

Com base nos estudos já realizados, podemos resumir a definição de *trash* como qualquer obra audiovisual de pouca ou nenhuma qualidade técnica ou com temas considerados de mau gosto, ou ambos, sob os filtros da produção *Mainstream*. Partindo deste ponto, o *trash* também pode ser definido como gênero, estética e estilo cinematográficos.

Devido ao seu caráter independente, o cinema *trash* é, por via de regra, ousado. Tal ousadia gera produtos únicos, como tornados infestados de tubarões e colônias nazistas na lua. Estas produções, apesar de absurdas, são as únicas a atenderem uma fatia do mercado que demanda por excentricidades.

Esta independência dos grandes estúdios também é responsável, em parte, pela falta de recursos dos filmes e pode

prejudicar a qualidade técnica da produção. Porém, segundo Gomes de Mattos (2003), alguns diretores de filmes de baixo orçamento ficaram conhecidos por burlar as adversidades com criatividade, personalizando suas produções e influenciando teóricos franceses no desenvolvimento da “teoria do autor”.

Essas produções, de modo geral, se destacam por sua excentricidade, humor negro e conteúdo apelativo, capaz de instigar um público específico, de nicho, enquanto causa aversão ao público geral.

Atualmente, as produções *trash* funcionam como porta de entrada para cineastas iniciantes e pequenas empresas, que conseguem produzir seu conteúdo com equipamentos digitais baratos e computadores pessoais e comercializá-lo online por meio de distintas plataformas, com acesso imediato a milhões de possíveis consumidores.

Este trabalho tem como metodologia de desenvolvimento a coleta de informações sobre os seguintes temas relevantes à pesquisa: cinema *trash*; história do cinema; filmes B; gênero, estilo e estética cinematográficos; novas mídias; indústria cultural; mercado cinematográfico; cauda longa; Netflix; subgêneros de filmes como filmes de zumbi, de tubarões e filmes *found footage*.

O trabalho se constitui das seguintes etapas: a) Levantamento bibliográfico, webgráfico, filmes, artigos e teses sobre a cultura do *trash* e a leitura e reflexões sobre o conteúdo; b) Escolha das fundamentações teóricas que deem embasamento para a pesquisa prática; c) Cruzamento das informações obtidas e aplicação dos conhecimentos teóricos na análise dos filmes escolhidos.

As fontes relevantes para a pesquisa variam entre: livros; trabalhos de pesquisa publicados: artigos, teses, notícias publicadas em sites jornalísticos e de entretenimento; análises de sites especializados no tema; dados coletados de serviços de análise como o Google Trends, Twitter Trending Topics e IBOPE; além dos sites dos próprios objetos estudados, como o Netflix.com.

Os trabalhos de Mayka Castellano, Gomes de Mattos, Chris Anderson, Walter Benjamin e Theodor Adorno compõem

a estrutura base do trabalho. Em aspectos mais pontuais, também foram relevantes a esta pesquisa os trabalhos de Jacques Aumont, Michel Marie, Ronald Bergman, Sarah Berry-Flint, Ruy Gardnier, Heitor Capuzzo, Erick Felinto, Henry Jenkins, Bernadete Lyra, dentre outros nomes citados na bibliografia desta pesquisa.

Muitos dos termos pesquisados dificilmente são encontrados em publicações impressas. Para contornar este impasse foi necessário recorrer a sites relacionados ao tema, assim como a blogs especializados como o *Blood Disgusting* ou o Boca do Inferno. Outra fonte importante foi o IMDB.com (Internet Movie Data Base), banco de dados online com informações do universo cinematográfico.

A escolha do tema deste trabalho se deu devido à afinidade do autor com o cinema *trash* e, a partir dela, a constatação do crescimento, tanto no número de filmes *trash* disponíveis em sites de entretenimento, quanto no alcance de tais filmes que, mesmo sem a estrutura dos grandes estúdios, alcança seu público por meio das diversas redes sociais existentes online.

O objetivo deste trabalho é proporcionar uma melhor compreensão sobre o cinema *trash* e sua relevância no panorama atual, tanto como porta de entrada para cineastas iniciantes como nicho de mercado para produtoras independentes. O cinema *trash* desperta interesse na medida em que se caracteriza por produções de baixo orçamento e sua aparente executabilidade, mais próxima à realidade das produções nacionais do que as grandes produções *hollywoodianas*. O orçamento de uma produção *trash* americana pode ser comparado ao da maioria das produções nacionais.

O trabalho se divide em 3 capítulos. O primeiro capítulo é dedicado à compreensão do cinema *trash*, sua origem, suas características e sua definição. O segundo capítulo trata da indústria cultural como foi definida por Benjamin e Adorno e seu posicionamento no cenário atual, onde a internet se instaura como fator determinante no mercado de entretenimento. O terceiro capítulo desenvolve o estudo de caso de alguns subgêneros comuns ao *trash* e também a franquia de filmes *Sharknado*.

Este trabalho se torna relevante para a área de RTVI por abordar um tema ainda pouco explorado no meio acadêmico e por analisar um mercado emergente que, apesar da característica do público de nicho, se expande constantemente, altamente integrado à cultura digital que promove a acessibilidade aos recursos necessários para os produtores e a facilidade de distribuição até o consumidor. Tal acessibilidade, inclusive, estimula a conversão do público a produtor.

Embora o *trash* tenha uma base de fãs sólida, pouco se fala sobre ele em círculos acadêmicos e quase não se encontra literatura a respeito. Este trabalho pretende contribuir com informações significativas para um estudo mais aprofundado e detalhado do tema, assim como destacar suas características, consolidar suas definições e seu espaço no meio acadêmico.

CAPÍTULO I

O CINEMA TRASH

Quando se fala em filme *trash*, o conceito é facilmente compreendido: filmes de terror de baixa qualidade, repletos de efeitos baratos e repugnantes, geralmente acompanhados de nudez gratuita e humor negro.

Quem acompanhava a TV na década de 1990 deve se lembrar do famigerado *Cine Trash*. O programa era uma sessão de filmes de terror diária apresentada por José Mojica Marins. Na abertura do programa, Mojica, caracterizado como seu personagem mais notório, Zé do Caixão, apresentava o filme e também jogava uma de suas maldições nos telespectadores, arrematando com os dizeres: “... e isso só vai acontecer, se você não assistir ao programa de hoje”.

O programa era exibido às 14 horas, concorrendo com a Sessão da Tarde, da rede Globo; porém, devido a restrições judiciais, foi deslocado para as noites de segunda-feira, durando apenas dois anos¹.

Em entrevista ao blog Boca do Inferno², José Mojica diz que era considerado *trash* por críticos que não passavam de cineastas frustrados e que, mesmo apresentando o *Cine Trash*, seus filmes nunca fizeram parte da programação: “A própria Bandeirantes não aceitou: ‘Não Mojica, pôr um filme seu tem que ser à noite ou na madrugada, no Cine Cult’”.

¹ Em: <<http://maratonatrash.blogspot.com.br/p/programacao-completa-cine-trash.html>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

² MILICI, Marcelo. José Mojica Marins: Encontro com o Mestre! Em: <<http://bocadoinferno.com.br/entrevistas/2008/08/jose-mojica-marins-encontro-com-o-mestre/>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

Já na entrevista ao site Janela³, José Mojica diz que o termo “cinema *trash*” nunca o incomodou: “Eu cheguei a dar aula, a ser chamado em faculdades para explicar o que era *trash*. É *trash* porque é um cinema sem recurso. Uma coisa artesanal. E nisso eu sempre me saí bem, consegui fazer as coisas”.

Após o fim do *Cine Trash*, outros programas dedicados a filmes de terror surgiram na TV aberta nacional como o Contos da Cripta, da Band e o TV Terror da Rede TV!. Atualmente os filmes de terror não têm um espaço exclusivo na grade de programação dos canais abertos nacionais, mas os entusiastas do gênero podem encontrar facilmente os mais diversos títulos online para serem assistidos via *streaming*.

Figura 1 - Cine Trash



Fonte: <http://forum.outerspace.com.br>⁴

Como ponto de partida da pesquisa, buscamos a definição do conceito principal sobre *trash*. Apesar das características do *trash* serem consenso entre a maioria dos autores estudados, não existe uma definição estabelecida para o gênero. Mas, de modo geral, o conceito de *trash* trata de algo tecnicamente malfeito (propositadamente ou não) ou esteticamente divergente dos padrões vigentes no *mainstream*, sendo considerado abaixo da

3 Em: <<http://janela.art.br/entrevistas/jose-mojica-marins/>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

4 GRAMPA. Em: <<http://forum.outerspace.com.br/index.php?threads/cine-trash-e-cine-sinistro.327007/>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

média. O *trash* se encontra dentro da definição de paracinema cunhada por Sconce (1995). Segundo o autor, o *paracinema* cobre uma área extremamente ampla da produção cinematográfica. Todo material audiovisual que não se situa como *mainstream* (vídeos de férias da família, filmes *trash*, comerciais do governo, pornografia, documentários sobre delinquência juvenil, filmes de monstro japoneses) é considerado *paracinema*.

O *trash* pode ser considerado, de certa forma, metalinguístico, porque nos libera da “magia do cinema”, permitindo acompanhar as obras de maneira mais crua, de outro ponto de vista. Enquanto um filme convencional busca a imersão do espectador, as falhas, limitações e exageros de um filme *trash* acabam atraindo o foco do público constantemente para o meio e a linguagem em detrimento da mensagem.

1.1 Classificação do cinema trash

Apesar de não ser um fenômeno tão recente, pouco se fala sobre o *trash* no meio acadêmico. Sendo assim, o *trash* não apresenta uma definição teórica canônica.

A ideia de *trash* é tão evidente quanto nebulosa. Nebulosidade advinda da acentuada abrangência que essa denominação ganhou nas últimas décadas, aliada à quase inexistência de bibliografias específicas destinadas ao assunto.

Se a palavra *trash* pulula no imaginário popular contemporâneo (urbano, sobretudo), ela tem sérias dificuldades em encontrar respaldo teórico que a auxilie na sua instituição como instrumento e parâmetro de análise. No entanto, é possível deparar-se com seu universo conceitual em veículos de comunicação pouco ortodoxos, como sites, blogs, jornais, revistas especializadas, zines, etc. (SAIDEL, 2010, p. 21).

Mayka Castellano, Doutora pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ), pesquisadora do assunto em âmbito nacional, define cultura *trash* como “artefatos da indústria cultural que não atendem aos padrões morais e/ou às normas de qualidade técnica e artística dominantes” (CASTELLANO, 2011, p. 154), com a seguinte ressalva: “A conceituação *trash* passará, cada vez mais, por questões que envolvem roteiro, a performance dos atores, e a própria temática das produções, muito mais que questões técnicas” (CASTELLANO, 2009, p. 5).

Castellano lista em seu artigo para a publicação semestral *Em Questão* (2010), de Porto Alegre, características que definem uma produção como *trash*:

(...) opções disparatadas, recursos sem cabimento, narrativas que buscam a inverossimilhança, quebras de expectativa através do nonsense, do exagero, do artifício, soluções incautas, uso de efeitos especiais descontextualizados, atuações ridículas, situações propositalmente apelativas, humor involuntário (ou deliberado), violência descabida que resultem em um produto final que atenda às expectativas de um determinado grupo de espectadores, em detrimento da aprovação do senso comum e das esferas tradicionais de legitimação cinematográfica (CASTELLANO, 2010, p. 285).

Bernadete Lyra (2009) trabalha com o termo “cinema de bordas” e o divide em três eixos principais: o primeiro segue as técnicas estabelecidas pela indústria cinematográfica e aborda temas popularescos; o segundo possui o conhecimento técnico convencional, mas vai contra esses padrões intencionalmente; o último eixo é composto de autodidatas e com recursos limitados que procuram emular os conteúdos audiovisuais com os quais já tiveram contato.

Em seu texto “Afim, o que é *trash*? A experiência do cineclube Cinema Aberto” da faculdade de comunicação da UFJF, Da Silva, Botelho e Alvarenga (2012) afirmam que o conceito *trash* é comumente aplicado para definir estilo, estética e gênero próprios e propõem que antes de se

trabalhar com o conceito de *trash* é necessário caracterizar estes elementos cinematográficos. Os autores apresentam a definição de gênero por Sarah Berry-Flint:

Gêneros cinematográficos são um modo de agrupar filmes por estilo e história; um “filme de gênero” pode ser facilmente categorizado com referência a uma assinatura cultural comum. Gêneros oferecem aos possíveis consumidores uma maneira de escolher entre filmes e ajuda a indicar o tipo de audiência para qual um filme em particular foi feito (BERRY-FLINT apud DA SILVA et al, 2012, p. 25).

Segundo a autora citada, a classificação de obras em gêneros precede o cinema, surgindo na literatura e se disseminando para outros campos da arte onde acabam se tornando escolas a serem seguidas. Essa classificação foi absorvida por Hollywood como meio de identificar o produto para o público consumidor.

Da Silva, Botelho e Alvarenga (2012, p. 3) consideram que “fica difícil, portanto, falar em um gênero trash, pois muitas vezes ele não é o gênero predominante nos filmes”. Porém apontam a existência de filmes que se apresentam com o *trash* como gênero, sendo criados com o objetivo de se aproximar dessa classificação.

Um exemplo são os filmes da série *Toxic Avenger*, cuja característica mais marcante é ser *trash*, apesar de se posicionarem entre a comédia e o terror.

Figura 2 - Toxic Avenger



Fonte: tasteofcinema.com⁵



Fonte: nukethefridge.com⁶

5 VIERS, Michael. Em: <<http://www.tasteofcinema.com/2014/10-filmmaking-lessons-tromas-the-toxic-avenger-can-teach-you/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

6 TOPEL, Fred. Em: <<http://nukethefridge.com/2015/02/14/toxic-avenger-remake-still-trying-to-happen-without-schwarzenegger/>>. Acesso em 14 out. 2015.

Sobre a estética, os autores citam o *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema* de Jacques Aumont e Michel Marie (2006, p. 108), destacando que estética “refere-se ao estudo das sensações provocadas pela arte”. Ainda, segundo o mesmo dicionário, estilo é:

A parte de expressão deixada à liberdade de cada um, não diretamente imposto pelas normas, pelas regras de uso. É a maneira de se expressar própria a uma pessoa, a um grupo, a um tipo de discurso. É também o conjunto de características singulares de uma obra de arte, que permitem aproximá-la de outras obras para compará-la ou opô-la (AUMONT, 2006, p. 109).

Assim sendo, podemos definir *trash* como gênero, tendo em vista que as obras audiovisuais compreendidas em tal gênero têm por característica de destaque serem *trash*. O *trash* também pode ser considerado uma linguagem, com estilo e estética próprios. Da Silva, Botelho e Alvarenga (2012) concluem:

O conceito *trash* é comumente aplicado para definir estilo, estética e gênero próprios. A existência de elementos *trash* é mais fácil de ser identificada, contudo “*pensar nele como sendo um gênero significa pensar em uma série de filmes com características híbridas que perpassam diversos outros tipos de gêneros – como o terror, suspense, e inclusive a comédia*” (DA SILVA et al, 2012, p. 11).

Da mesma forma, Castellano (2010) afirma que:

Um filme pode ser considerado *trash* por questões técnicas ou estéticas. Um produto pode ser considerado *trash* devido ao seu amadorismo ou ao fato de ser considerado “horrível”, o que passa por um julgamento estético. Normalmente, tornam-se engraçados através de uma peculiaridade, amiúde associada à má qualidade técnica ou à discrepância das normas do “bom gosto” (CASTELLANO, 2010, p. 2).

Com base nos textos analisados e levando em consideração que o *trash*, por definição, significa lixo, algo que foi rejeitado e descartado, pode-se resumir a definição de filme *trash* a qualquer obra audiovisual de pouca ou nenhuma

qualidade técnica ou com temas considerados de mau gosto, ou ambos, sob os filtros da produção *mainstream*.

Por se caracterizar pela falta de recursos, o *trash* é visto como porta de entrada para aspirantes a realizadores cinematográficos que também lidam com a escassez de meios e métodos. Peter Jackson, diretor de *Senhor dos Anéis* e *O Hobbit*, Sam Raimi, diretor da trilogia *Homem-Aranha*, e Guillermo del Toro, diretor de *O Labirinto do Fauno* e *Círculo de fogo*, são exemplos de diretores bem-sucedidos que inspiram realizadores independentes por terem começado suas carreiras com o *trash*⁷.

Figura 3 - Peter Jackson, Guillermo Del Toro, Sam Raimi e seus respectivos primeiros filmes, *Bad Taste*, *Cronos* e *Evil Dead*



Fonte: formigaeletrica.com.br^{8,9,10}

7 KACIC, Eduardo. Em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-final/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

8 KACIC, Eduardo. Em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-final/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

9 KACIC, Eduardo. Em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-parce/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

10 KACIC, Eduardo. Em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-parce-2/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

Se, em vez de filmes *trash*, ele quisesse fazer uma novela, um épico, um documentário, poderia esbarrar em uma série de restrições de lugar, dinheiro, incentivo, mas quando já se parte da ideia de fazer algo ruim, a chance do projeto falhar é muito pequena [...] A escassez de recursos financeiros aliada à liberdade de criação de quem não se guia pela arte séria e não teme críticas negativas pode proporcionar elaborações experimentais muito interessantes, situação que ocorria no processo criativo de filmes B de outrora (CASTELLANO, 2009, p. 7).

Os filmes B citados acima têm papel fundamental na origem e na compreensão do contexto de produção e apreciação dos filmes *trash* modernos.

1.2 Filmes B

Em seu livro, *A Outra Face de Hollywood: Filme B*, Gomes de Mattos (2003) relata a trajetória dos filmes B na indústria cinematográfica norte-americana e como fatores econômicos impulsionaram a produção de filmes de baixo orçamento. Também são descritos no livro os mecanismos de mercado que levaram os estúdios a direcionarem o foco destas produções ao público adolescente, dando destaque para os filmes de terror e ficção científica.

Os filmes B eram produções de menor orçamento e menor duração, produzidos de forma rápida, com atores pouco conhecidos ou em decadência. Porém tais fatores eram relativos às outras produções dos próprios estúdios. O mesmo orçamento e cronograma que resultaria em um filme B da Paramount ou MGM poderia se aproximar do investimento feito para a realização de um filme A da Columbia ou Universal (GOMES DE MATTOS, 2003).

Hollywood se tornou o centro da indústria cinematográfica norte-americana na década de 1920 (BUTCHER, 2004). Sentiu poucos efeitos da crise de 1929, mas foi abalado nos anos subsequentes. O aumento do custo dos filmes falados e a queda do público fizeram que novos meios de atrair o público fossem desenvolvidos, dentre

eles, a sessão dupla. O termo “filme B” se refere ao segundo filme dessa sessão (MATTOS, 2003). “Hollywood sempre fez filmes de orçamento baixo, mas a designação “B” se originou nos anos 30 com o incremento do programa duplo” (MATTOS, 2003, p. 17).

Nessa época, a indústria cinematográfica era controlada pelos cinco maiores estúdios: MGM, Paramount, Warner Brothers, 20th Century Fox e RKO. Em 1933, o então presidente americano, Theodore Roosevelt, expediu o *National Industrial Recovery Act*, que permitia aos empresários regular a própria indústria, oficializando as regras ditadas pelo oligopólio.

Figura 4 - Cartazes de filmes B da década de 1930



Fonte: IMDB.com¹¹

Dentre estas regras, por exemplo, estão o *block bookin*, regra que forçava os exibidores a alugarem pacotes fechados contendo filmes A e B produzidos pelos estúdios, e o *blind selling*, aluguel de filmes sem que os exibidores tenham o direito de ver a mercadoria previamente, podendo estar na negociação filmes que ainda não haviam sido produzidos.

Estas regras ajudaram na divulgação e popularização dos filmes B, que ajudavam a amortizar as despesas gerais dos estúdios e mantinham os funcionários contratados produzindo.

11 Em: <<http://www.imdb.com/list/ls000518219/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

Porém tais fatores eram relativos às outras produções dos próprios estúdios. “O mesmo orçamento e cronograma que resultaria em um filme B da Paramount ou MGM poderia se aproximar do investimento feito para a realização de um filme A da Columbia ou Universal” (MATTOS, 2003, p. 18).

Além das cinco grandes produtoras, existiam três de médio porte e as produtoras independentes. As de médio porte eram: Universal, Columbia e United Artists. As independentes estavam divididas entre falsas independentes e verdadeiras independentes. As falsas independentes eram produtoras que tinham acesso aos recursos necessários para a produção de seu material e distribuíam sua produção por meio dos grandes estúdios, um exemplo é a Walt Disney Pictures. As verdadeiras independentes eram as companhias de menor porte, como a Republic e a Monogram.

As pequenas produtoras se concentravam em uma rua de Hollywood chamada *Gower Street*. “Devido a sua natureza transitória, à falta de recursos financeiros e ao acesso limitado às instalações e equipamento necessários” (GOMES DE MATTOS, 2003, p. 22), a região onde estas produtoras se instalaram ficou conhecida como *Poverty Row*, “Linha da Pobreza” (GOMES DE MATTOS, 2003). No Brasil, “Boca do lixo” foi o nome dado à região de maior concentração de produtoras independentes na cidade de São Paulo.

Os realizadores de filmes B, por terem menos a perder em suas produções, desfrutavam maior liberdade em todo o processo criativo.

O fato de que muitas unidades B tivessem desfrutado de uma larga margem de autonomia, podendo inclusive oferecer uma representação menos idealizada da realidade contemporânea, mostra que os estúdios, depois de um certo tempo, passaram a encarar o filme B de um modo diferente. Os estilos criativos de alguns diretores e cinegrafistas começaram a ser vistos como um meio de adicionar qualidade à produção B sem aumento de custos (MATTOS, 2003, p. 34).

Mayka Castellano (2010) ratifica a informação de Gomes de Mattos (2003) quanto à criatividade como recurso e à liberdade de criação envolvendo as produções de baixo orçamento.

A escassez de recursos financeiros aliada à liberdade de criação de quem não seguia pela arte séria e não teme críticas negativas pode proporcionar elaborações experimentais muito interessantes, situação que ocorria no processo criativo dos filmes B de outrora, quando o pequeno orçamento levava muitos diretores a buscarem soluções complexas, gerando momentos de pura experiência cinematográfica (CASTELLANO, 2010, p. 151).

Gomes de Mattos (2003) destaca a repercussão desses momentos citados.

Percebendo a marca pessoal (melhor dizendo, idiossincrática) que esses diretores davam a seus trabalhos, foi que os críticos franceses começaram a celebrar o filme B americano e a formular a sua famosa Teoria do Autor (MATTOS, 2003, p. 36).

Os filmes B, por via de regra, seguiam uma receita predeterminada e cheia de clichês. Os meios criativos com os quais alguns diretores burlavam a falta de recursos e transcendiam estas receitas lhes trouxeram notoriedade. Seguindo estas receitas, se destacaram no período clássico os *Westerns*, os filmes *Noir*, os *Sci-fi* e os filmes de artes marciais.

Outro gênero desenvolvido foi o *Exploitation film*, filmes de exploração. *Exploitation films* eram filmes que abordavam algum assunto “oportuno ou controverso que podiam ser explorados pela publicidade” (MATTOS, 2003, p. 44).

Os filmes de exploração (*exploitation films*) de má reputação eram os filmes que abordavam temas proibidos pela censura e mecanismos autorreguladores da indústria organizada, tais como higiene sexual, nudismo, prostituição, strip-tease, uso de drogas, atrocidades, exotismo pseudo-etnográfico ou qualquer outro assunto considerado de mau gosto (MATTOS, 2003, p. 44).

Figura 5 - Filmes exploitation



Fonte: complex.com¹²

O Guia Ilustrado Zahar de Cinema de Ronald Bergan (2007) aponta os filmes B de kung fu, faroeste e exploitation como referências de Quentin Tarantino. Em seu roteiro de *Cães de Aluguel*, Tarantino agradece às pessoas que lista como inspiração: Timothy Carey, Roger Corman, Andre Detoth, Chow Yuen Fat, Jean Luc Goddard, Jean Pierre Melville, Lawrence Tierney, Lionel White.

Em *Django Livre*, Quentin Tarantino emula a estética, a falta de recursos e técnica dos *westerns* italianos, conhecidos como *Western Spaghatt*. Em uma cena onde o protagonista, do topo de uma escadaria, atira em uma mulher que aponta em uma porta lateral e o impacto a joga para trás, tanto a intensidade do golpe quanto a direção em que ela voa não são verossímeis, porém se assemelham à reação nas respectivas cenas dos *westerns* B.

Se hoje Quentin Tarantino e Robert Rodriguez dispõem de mais de 50 milhões de dólares para criar uma espécie de homenagem ao “cinema bagaceiro”, isso se deve à crescente articulação de uma subcultura que avançou, ganhou status no ambiente virtual, e se transformou em um interessantíssimo nicho de mercado (CASTELLANO, 2010, p. 293).

¹² BARONE, Matt. Em <<http://www.complex.com/pop-culture/2011/05/the-10-sickest-exploitation-movies/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

Figura 6 - Desconsideração pela física em *Django Livre*

Fonte: insanee.com¹³

O surgimento da televisão contribuiu para a diminuição do público dos cinemas, o que fez com que os estúdios focassem na qualidade de poucas produções ao invés da quantidade anteriormente produzida, mas não extinguindo os filmes B. As produtoras se adequaram para o público adolescente que, segundo o Audience Research Institute, eram os espectadores mais fiéis no período pós-guerra, voltando suas produções para os gêneros de horror e ficção científica (MATTOS, 2003, p. 48-49).

Posteriormente, os filmes B também acharam um mercado em produções para televisão (*direct-to-tv*), que não iam para as salas de cinemas, e também com lançamentos direto para o VHS, DVD, Blu-ray (*direct-to-video* ou *straight-to-video*).

Os filmes B não são necessariamente *trash*, mas pavimentaram os caminhos para a aceitação de produções mais distantes do cinema convencional. Alguns filmes se tornam *trash* em retrospecto. Produções que na época foram sucessos de bilheteria, quando revisitadas, passam a ser consideradas *trash*.

Isto acontece porque o mecanismo que define algo como *trash* está diretamente ligado ao conceito do que é *mainstream*, ou seja, dos valores culturais e estéticos vigentes. Como estes valores estão sempre mudando, os filtros através dos quais observamos as obras também mudam.

¹³ Em: <<http://www.insanee.com/django-unchained-strange-physics/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

Em suma, para traçar as origens do *trash*, elaboramos um breve histórico e retornamos à origem do cinema, possibilitada pelas experiências em fotografia e pelos conceitos de produção em série desenvolvidos durante a revolução industrial, já que o primeiro filme nada mais era que fotografias produzidas em série. A revolução industrial também propiciou a ascensão da indústria cultural através da aplicação da reprodutibilidade técnica. Com o estabelecimento do cinema como indústria, os filmes B surgiram como forma de reduzir os custos de manutenção dos estúdios nos períodos entre grandes produções e, posteriormente, como resposta à crise de abastecimento das salas de cinema após a aprovação da lei contra o monopólio do mercado cinematográfico pelas grandes produtoras, que deixaram de produzir seus filmes B para se focar na qualidade das grandes produções devido às novas incertezas do mercado, abrindo espaço para as produtoras independentes. Livre das amarras dos grandes estúdios, muitos dos filmes B independentes apostavam em escolhas de temas excêntricos e absurdos, que instigavam a curiosidade do público, mas esses filmes eram de difícil acesso, sendo vistos nas seções da meia-noite dos cinemas ou em locadoras especializadas.

Tais filmes se tornaram *cult*, objetos de veneração entre os fãs, e também passaram a ser conhecidos como *trash*, produtos que não alcançavam o padrão técnico ou estético da época. Atualmente, a internet facilitou o acesso do público a esses filmes e a tecnologia digital democratizou o acesso aos meios de produção, facilitando a realização de obras audiovisuais e, consequentemente, dos filmes *trash*.

1.3 Cultura trash

Mayka Castellano (2011, p. 1) define a cultura *trash* como “artefatos da indústria cultural que não atendem aos padrões morais e/ ou às normas de qualidade técnica e artística dominantes”. A autora também destaca que o consumo da cultura *trash* “não se trata simplesmente do consumo de produtos de baixa qualidade artística e, sim, do consumo associado à consciência da má qualidade”.

O termo “*cultura trash*” foi desenvolvido por Richard K. Simon “que parafraseou cétricos que conotaram a cultura moderna com a queda dos padrões da sociedade e da moral”.

E esta é a própria essência do *trash*, o estranho e o incomum, que não foi absorvida devidamente. Ou mesmo a que esteve inserida na cultura *mainstream* da época, mas que foi regurgitada e expulsa pela ação do tempo. É um cinema que atrai pela própria incapacidade de se adequar ao normal ou de forçar o normal a se adequar a ele.

[...] Entender a fruição do que se denominou *trash* no mundo contemporâneo demanda um esforço no sentido de aceitar os novos suportes oferecidos pela tecnologia digital e pela internet como marcos decisivos no consumo midiático (VIDIGAL, 2008, p. 19-20, 23).

A cultura *trash* está relacionada com o estilo de vida moderno, televisão, internet e a cultura de massa. Obras que se deslocam no tempo também podem se tornar trash em retrospecto. Atualmente, muitas músicas que fizeram sucesso nas décadas de 1980 e 1990 são consideradas *trash* e fazem parte da *playlist* de uma festa conhecida como a *trash 80's*¹⁴. (A festa é realizada semanalmente desde 2002 na cidade de São Paulo e frequentemente conta com atrações como Sidney Magal, Gretchen e Wando, sucessos da década de 1980). O mesmo pode acontecer com filmes, programas de TV, artigos da moda.

14 Em: <<http://www.trash80s.com.br/>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

Figura 7 - Festa Trash 80's



Fonte: trash80s.com.br

Para Mayka Castellano (2011), a internet impulsionou fortemente o crescimento da cultura *trash*, possibilitando a formação de comunidades online que ajudam a coletar, divulgar e preservar materiais que antes seriam de difícil acesso.

A popularização da tecnologia também incentivou a transição do consumidor a produtor. Walter Benjamin (1936), em *A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica*, relata como o surgimento da imprensa de Gutemberg democratizou a leitura e consequentemente possibilitou que um número crescente de pessoas publicasse algo e conclui que “assim, a diferença entre autor e público está prestes a perder seu caráter fundamental” (BENJAMIN, 1936, p.13). A evolução da tecnologia e seu barateamento, o surgimento de comunidade online e a disponibilidade de informações técnicas online facilitam o acesso aos recursos necessários e incentivam a produção independente.

O tipo de estética buscada por essas produções facilita a inserção do fã no papel de agente cultural. Seguindo a máxima de “fazer da necessidade uma virtude”, os fãs se aproveitam da limitação técnica, dos poucos recursos financeiros, e da precariedade de uma maneira geral, para produzir filmes que fazem um enorme sucesso junto a esse público, muitas vezes justamente por serem ruins (CASTELLANO, 2010, p. 289-290).

Essa nova distribuição de recursos e informações básicas trazem essas produções independentes um passo à frente em direção às produções convencionais, convertendo o *trash* de única alternativa viável à linguagem conscientemente definida. “A conceituação *trash* passará, cada vez mais, por questões que envolvem roteiro, a performance dos atores, e a própria temática das produções, muito mais que questões técnicas” (CASTELLANO, 2009, p. 5).

Em seu texto *Quero Ser José Mojica* para a revista semestral *Contracampo* de agosto de 2010, Mayka associa a apreciação da cultura *trash* ao *Camp*, “sensibilidade estética que tenta dar conta da sensação de que algo pode ser bom justamente por ser demasiadamente ruim”. Exemplos recorrentes do *Camp* podem ser vistos frequentemente nos vestuários extravagantes da cantora Lady Gaga.

Figura 8 - Lady Gaga e o Camp



Fonte: mdemulher.abril.com.br¹⁵

15 Em: <<http://mdemulher.abril.com.br/famosos-e-tv/lola/alo-alo-exagero-lady-gaga-traz-de-volta-o-estilo-camp>>. Acesso em: 14 out 2015.

CAPÍTULO II

O TRASH E A NOVA INDÚSTRIA CULTURAL

Expandindo o conceito de estética, de acordo com o *Dicionário de Filosofia* de Nicola Abbagnano:

A definição mais antiga de arte na filosofia ocidental, a de imitação, pretende subordinar a arte à natureza ou à realidade em geral. Platão insiste na passividade da imitação artística: o pintor só faz reproduzir a aparência do objeto construído pelo artesão (ABBAGNANO, 1966, p. 367).

Em 1936, Walter Benjamin publica a *A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica*, na qual fala do processo de duplicação de uma obra de arte, fazendo distinção entre a cópia manual e a reprodutibilidade técnica. Também afirma que a reprodutibilidade técnica remove o caráter de unicidade do objeto artístico e com isso sua “aura” de obra de arte, mas abre caminho para a indústria cultural, possibilitando a multiplicação em larga escala de itens que antes eram únicos, os convertendo a bens de consumo.

Em seu texto, Walter Benjamin fala sobre a mecanização nos processos artísticos implementada em larga escala na revolução industrial. Benjamin também fala sobre como a popularização da acessibilidade aos meios de produção influenciam na transição de consumidor para o papel de produtor.

Durante séculos, a situação da escrita foi de tal ordem que a um reduzido número de escritores correspondia um número de vários milhares de leitores. No início do século passado verificou-se uma mudança nesta situação. Com a crescente expansão da imprensa, que proporcionava aos leitores cada vez mais órgãos

locais políticos, religiosos, científicos e profissionais, uma parte cada vez maior dos leitores começou por, de início ocasionalmente, passar a escrever. Tudo isto começou com a imprensa diária a abrir aos leitores o seu “correio”, e atualmente a situação é tal que quase não deve haver um europeu, inserido no mundo do trabalho, que não tenha tido possibilidade de publicar uma experiência laboral, uma reclamação, uma reportagem, ou algo afim. Assim, a diferença entre autor e público está prestes a perder o seu carácter fundamental. Esta diferença se torna funcional, podendo variar de caso para caso. O leitor está sempre pronto a se tornar um escritor.

Com a crescente especialização do trabalho, todos os indivíduos tiveram de se tornar, voluntária ou involuntariamente, especialistas numa dada área, ainda que num sentido menor, assim tendo acesso à condição de autor (BENJAMIN, 1955, p. 12).

Segundo Benjamin, a utilização de processos industriais na cópiagem e reprodução de obras de arte a descontextualiza, retirando sua autenticidade e unicidade.

Por princípio a obra de arte sempre foi reprodutível. O que os homens tinham feito sempre pôde ser imitado por homens. Tal imitação foi também exercitada por alunos para praticarem a arte, por mestres para divulgação das obras e, finalmente, por terceiros ávidos de lucro. [...] No início do século XX, a reprodução técnica tinha atingido um nível tal que começara a tornar objeto seu, não só a totalidade das obras de arte provenientes de épocas anteriores, e a submeter os seus efeitos às modificações mais profundas, como também a conquistar o seu próprio lugar entre os procedimentos artísticos (BENJAMIN, 1955, p. 2 - 3).

Para o autor, “a reprodutibilidade técnica da obra de arte emancipa-a, pela primeira vez na história do mundo, da sua existência parasitária no ritual”, (BENJAMIN, 1955, p. 6), e, sendo assim, o cinema não possui o carácter artístico presente em seu antecessor, o teatro. A unicidade da obra de arte lhe confere uma “aura” que torna a obra digna de culto e obras que passam pela reprodutibilidade técnica são destituídas dessa aura.

De fato, essa controvérsia foi expressão de uma transformação na história mundial, de que nenhum dos intervenientes teve consciência. Na medida em que a era da reprodutibilidade técnica da arte a desligou dos seus fundamentos de culto, extinguiu para sempre a aparência da sua autonomia. Mas a alteração da função da arte, que com isso se verificou, deixou de existir na perspectiva do século. O mesmo sucedeu no século XX, que assistiu a evolução do cinema. [...] O domínio global da autenticidade subtrai-se à reprodutibilidade técnica – e, naturalmente, não só a esta. Mas enquanto o autêntico mantém a sua autoridade total relativamente à sua reprodução manual, que, via de regra, é considerada uma falsificação, isto não sucede relativamente à reprodução técnica (BENJAMIN, 1955, p. 3).

Cappuzo complementa as considerações de Walter Benjamin no parágrafo acima:

A reprodutibilidade técnica visa a massificação da arte e sua transformação em bem de consumo. O cinema é um dos principais responsáveis pela profunda mudança comportamental no sistema que rege a criação artística, pois necessita da reprodução para a sua sobrevivência, destruindo o mito do objeto único (CAPPUZO, 1986, p. 12).

Em um trecho do livro *A Televisão Levada a Sério*, de Arlindo Machado (2000), existe uma consideração sobre o ponto de vista dos intelectuais tradicionais sobre a televisão que também se aplica aos conceitos do cinema B ou dos filmes *trash*:

De uma forma geral, os intelectuais de uma formação mais tradicional resistem à tentação de vislumbrar um alcance estético em produtos de massa fabricados em escala industrial. No seu modo de entender, a boa, profunda e densa tradição cultural (literatura, música, teatro, artes plásticas), lentamente filtrada ao longo dos séculos por uma avaliação crítica competente, não pode ser em nada comum com a epidérmica superficial descartável produção em série de objetos comerciais de nossa época (MACHADO, 2000, p. 23).

E prossegue falando sobre os defensores da *Quality television*, defendendo a ideia muito mais sensata de que a demanda

comercial e o contexto industrial não inviabilizam necessariamente a criação artística, a menos que identifiquemos a arte com o artesanato ou com a aura do objeto único (MACHADO, 2000). Podemos afirmar que um dos aspectos que enquadram o cinema no cenário industrial é a fácil reprodução e distribuição do produto, que possibilita a produção em larga escala (BENJAMIN, 1936).

A produção em larga escala começou na Europa nos primeiros anos depois da Primeira Guerra Mundial, sendo que, em pouco tempo, alguns países europeus começaram a exportar filmes. No entanto, várias dificuldades de ordem financeira e estrutural, em consequência da guerra, mudaram o fluxo da produção. Os Estados Unidos emergiram, então, como potência mundial nesse campo (GUBACK & VARIS, 1982, p. 5).

2.1. Indústria cinematográfica

O cinema é ao mesmo tempo obra de arte e bem de consumo produzido pela indústria cultural, termo esse que foi desenvolvido por Adorno e Horkheimer em 1942. Teodor W. Adorno constata a transformação do cinema de forma puramente artística, a parte do sistema industrial, convertido a produto, mercadoria.

Filme e rádio se autodefinem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos (ADORNO, 2002, p. 2).

Desse modo, Capuzzo apresenta o cinema enquanto produto industrializado comercializável como responsável pela inclusão da arte no sistema industrial de produção em massa, reprodução e distribuição de produto artístico como mercadoria. “O cinema é um dos principais responsáveis pela profunda mudança comportamental no sistema que rege a criação artística, pois necessita da reprodução para a sua sobrevivência, destruindo o mito do objeto único” (CAPUZZO, 1986, p. 12).

Um fator relevante à questão é o surgimento da cultura de massa e a comunicação de massa. Rosemberg (1957) afirma que a

cultura de massa resulta, em grande parte, da revolução industrial. Segundo Maria Letícia Caetano Vidigal (2008), “comunicação de massa é uma forma de comunicação dirigida a um público numeroso, heterogêneo e anônimo”. Ela afirma que o *mass media* necessita, por via de regra, de organizações de grande porte, consequentemente, a máxima circulação de seus produtos é imperativa para seu sustento e a viabilização da indústria cultural.

Circulação máxima implica produtividade máxima que, por sua vez, implica processos industriais. Por *mass media*, entenda-se rádio, televisão, cinema, revistas, jornais, e seus correlatos na internet.

O envolvimento de máquinas, dispositivos mecânicos e eletroeletrônicos possibilitam o registro permanente e a multiplicação das mensagens. Em milhares de cópias, a produção, transmissão e recepção chegam à massa. O registro permanente de mensagens em filmes cinematográficos, por exemplo, e a projeção desses chega para a grande audiência e o comunicador a manipula (VIDIGAL, 2008, p. 13).

A indústria cultural visa o mesmo que qualquer outra indústria: o lucro. Uma das maneiras de maximizar os lucros das produções cinematográficas seria a minimização dos custos de realização dos filmes.

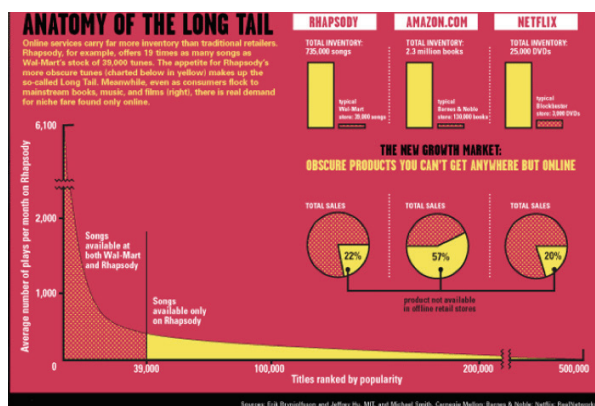
2.2 A Cauda Longa

Para Adorno, a indústria cultural busca a massificação e a padronização de seus produtos. Mas, embora ainda hoje, no mercado cinematográfico, a maioria das produções sigam alguma fórmula, a variedade das produções aumenta com o aumento das produções em si e a descentralização desta produção incentiva a diversidade.

Parte destas obras, frutos de produções independentes fora do eixo dominante, não chegam às salas de cinema. São filmes feitos para TV, lançados direto em DVD e Bluray ou disponibilizados online para download ou via streaming pagos ou ainda, gratuitamente.

Estas produções disponibilizadas online compõem e ampliam a chamada *cauda longa*. O conceito de cauda longa se refere a um segmento do gráfico de vendas de todos os produtos de uma loja. De modo geral, o gráfico é representado por uma curva decrescente que se inicia com poucos produtos responsáveis pelas maiores vendas, seguindo para os demais produtos, com poucas vendas, causando uma queda no gráfico e a formação da “cauda”.

Figura 9 - A Cauda Longa



Fonte: Wired Archive¹⁶

Tal conceito já existia anteriormente, mas foi popularizado por Chris Anderson, jornalista norte-americano e editor-chefe na revista *Wired*¹⁷, em uma matéria que, posteriormente, se tornaria o livro *A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho*.

Também usado para definir a redistribuição do mercado, antes concentrado, em diversos mercados de nicho, atualmente, o termo desenvolveu uma grande ligação ao comércio eletrônico e à indústria cultural. A matéria da revista *Wired* destaca a emergência da relevância comercial dos produtos que se

16 Em: <<http://archive.wired.com/wired/images.html?issue=12.10&topic=tail&img=2>>. Acesso em 23 ago. 2015.

17 ANDERSON, Chris. Em: <<http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>>. Acesso em: 23 ago. 2015.

encontram na cauda longa no ambiente digital, com destaque para os mercados de entretenimento e tecnologia¹⁸.

Em resumo, embora ainda estejamos obcecados pelos sucessos do momento, esses hits já não são mais a força econômica de outrora. Mas para onde estão debandando aqueles consumidores volúveis, que corriam atrás do efêmero? Em vez de avançarem como manada numa única direção, eles agora se dispersam ao sabor dos ventos, à medida que o mercado se fragmenta em inúmeros nichos. A única grande área em crescimento acelerado é a Internet, mas nesse caso trata-se de um oceano sem categoria própria, com milhões de destinos, cada um desafiando, à sua maneira, a lógica convencional da mídia e do marketing (CHRIS ANDERSON, 2006, p. 5).

Em um exemplo prático, Chris relata uma conversa com Robbie Vann-Adibé, CEO da Ecast, uma distribuidora de música digital. Ao ser perguntado por Vann-Adibé, qual a porcentagem dos CDs que vendiam pelo menos uma trilha por semestre, dentre os 10 mil CDs disponíveis na Ecast, Chris, em um palpite embasado em seus conhecimentos de economia e mercado convencionais, estimou 50%.

Evidentemente, eu sabia que aquela era uma pergunta ardilosa. A resposta normal seria 20%, por causa da regra dos 80/20, que, com base em nossa experiência convencional, se aplica a praticamente tudo. Ou seja, 20% dos produtos respondem por 80% das vendas (e geralmente por 100% dos lucros). Porém, meu interlocutor atuava no mundo do conteúdo digital, que é diferente do universo tradicional. Portanto, achei que não me sairia muito mal se desse o palpite de que cerca de 50% daqueles 10 mil álbuns vendiam pelo menos uma faixa por trimestre. À primeira vista, essa proporção é absurdamente alta. [...] No entanto, minha ideia era a de que no mundo digital a coisa era diferente. Portanto, chutei um número muito alto. Não precisa dizer que eu estava muito longe da realidade. A resposta certa era 98 por cento (ANDERSON, 2006, p. 9).

18 ANDERSON, Chris. Em: <http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail_pr.html>. Acesso em: 23 ago. 2015.

Em seu artigo, Chris considera que o novo mercado do entretenimento digital será radicalmente diferente do mercado de massa atual. O mercado atual apresenta dois gargalos, a necessidade de mercados locais e as limitações no sistema de distribuição.

Uma loja física atende o mercado local e deve focar seus produtos de modo que melhor atenda a demanda da vizinhança onde se encontra. Um produto que tenha uma audiência potencial de meio milhão de espectadores não é interessante se não possuir público nas proximidades da loja de CDs ou da locadora de DVDs.

O sistema de distribuição do mundo físico envolve maiores custos de transporte e armazenamento e está limitado pelo espaço físico disponível, assim como pela quantidade de estações permitidas pelo espectro de rádio e de canais de TV possíveis na banda ou e pelo máximo de vinte e quatro horas da programação diária.

A economia voltada para os Hits é uma criação de uma era sem espaço suficiente para levar tudo a todos. Sem espaço nas prateleiras para todos os jogos, DVDs e CDs produzidos. Sem telas suficientes para passar todos os filmes. Sem canais suficientes para transmitir todos os programas, sem ondas de rádio suficientes para tocar todas as músicas criadas, e sem horas suficientes em um dia para espremer tudo através destes meios¹⁹ (ANDERSON, 2004)²⁰.

Anita Elberse (2011), professora associada de administração de empresas no departamento de Marketing da Harvard Business School, em Boston, mostra em sua pesquisa²¹ que 78% das transações realizadas no site Rhapsody se devem a 10% dos itens do catálogo. O que significa que 22% das transações se devem aos itens da cauda longa.

Analisando o faturamento e a quantidade de produtos vendidos, a Amazon.com constatou que o faturamento dos livros menos populares representava cerca de 25% da receita total²².

¹⁹ Tradução do autor.

²⁰ ANDERSON, Chris. Em: <<http://www.wired.com/2004/10/tail/>>. Acesso em: 19 set. 2015.

²¹ ELBERSE, Anita. Em: <<http://hbrbr.com.br/investir-ou-nao-na-cauda-longa/>>. Acesso em: 19 set. 2015.

²² Em: <<http://www.guiadeecommerce.com.br/livro-a-cauda-longa/>>. Acesso em: 19 set. 2015.

Elberse (2011) também aponta que os 10% mais populares do catálogo de DVDs da QuickFlix foram responsáveis por 48% das locações, sendo que 18% do total se deve a 1% mais popular dos DVDs do catálogo. Neste caso, os outros 90% do catálogo são responsáveis por 52% das transações. Um número que, proporcionalmente, apresenta uma disparidade vertiginosa entre os resultados de 10% dos DVDs comparado aos outros 90%. Porém, os títulos menos populares disponíveis na Quickflix são responsáveis por mais da metade das transações da empresa.

Em seu artigo para o *Harvard Business Review*, Anita Elberse constata que a cauda longa não deve substituir os hits quanto a sua viabilidade, mas os dados apresentados deixam claro que existe espaço para os produtos menos conhecidos no mercado online.

2.3 A Reciclagem da Indústria Cultural

Em uma notícia²³ de abril de 2015, o portal G1 (2015) afirma que, de acordo com uma pesquisa realizada pela empresa de consultoria Deloitte, 53% dos americanos preferem assistir seus programas de TV via streaming, fora da grade de programação das emissoras. Apenas 17% da população se interessava em televisão via streaming em 2011.

Essas mudanças são impulsionadas pelas mudanças da tecnologia móvel e de transmissão de dados. Em seu texto de 1936, *A Obra de Arte nos Tempos da Reprodutibilidade Técnica*, Walter Benjamin critica a reprodução de obras de arte por meio de processos industriais de produção por despi-las de sua aura e ritualidade.

Segundo ele, a aura e o ritual deram lugar para a exposição e a comercialização. Através deste processo, surge a indústria cultural severamente criticada por Theodor W. Adorno.

Para Adorno, a indústria cultural, além de comercializar bens culturais, dissemina a ideologia da classe dominante e massifica

23 Em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/norte-americanos-preferem-ver-tv-pela-internet-mostra-pesquisa.html>>. Acesso em: 13 set. 2015.

a população, impedindo a formação de indivíduos conscientes. Por outro lado, Walter Benjamin vê como positiva a acessibilidade da população a obras de arte, antes confinadas em museus, por meio da reprodutibilidade técnica.

Walter Benjamin (1936) escreve no texto *A Obra de Arte no Tempo da Reprodutibilidade Técnica*, que a obra de arte sempre foi reproduzível: xilogravura e litogravura como exemplos. Com a fotografia, o processo de produção e reprodução da arte passa para o olho, que é mais ágil. O aqui e o agora da obra de arte é o elemento que está ausente na reprodução, esse aqui e agora definem a autenticidade do objeto.

A unicidade da obra de arte gera um ritual de adoração em torno de uma aura passível de culto, enquanto a reprodução elimina essa aura, convertendo o valor da obra para a exposição, transformando também a função social da arte para um difusor da ideologia dominante.

Segundo Theodor W. Adorno (2002), esses processos se integram aos movimentos de massa das sociedades do século XX. A reprodutibilidade técnica das obras de arte gerou a indústria cultural, a capitalização de bens culturais, produzindo arte visando lucro. Para atender ao mercado mais abrangente a produção cinematográfica se massifica, seguindo padrões que agradem o maior número de pessoas. Essa massificação acontece também na música e TV onde padrões de sucesso são copiados extensivamente.

A produção voltada para consumo da massa provoca a queda na qualidade artística do produto, que conseqüentemente, provoca a queda do senso crítico do consumidor, gerando um círculo vicioso de massificação.

Adorno (2002) diferencia cultura erudita, cultura popular e indústria cultural ou cultura comercial. A cultura popular surge do povo e de seus costumes, sem a pretensão de ser comercializada, a cultura erudita surge do trabalho técnico e possui criatividade incomum e, embora possa ser comercializada, não é feita nos moldes da indústria cultural. Já esta se apropria das duas formas de cultura como fonte e adequa seus produtos aos padrões que melhor atendam o mercado e incentivem o consumo.

Walter Benjamin (1936), por outro lado, vê na replicação das obras de arte a possibilidade de democratização da cultura, tornando essas obras acessíveis ao público.

Atualmente, a reprodutibilidade técnica alcançou um novo patamar por meio da reprodução digital. Enquanto os processos industriais e mecânicos permitiam a reprodução de uma obra como um filme e a sua distribuição física, exigindo logísticas complexas de transporte e armazenamento, tendo a matéria-prima para a produção e a distância de distribuição como agravantes do processo, a reprodutibilidade digital permite a produção de infinitas cópias e sua distribuição instantânea ao redor do mundo.

Ainda segundo a notícia, o canal fechado HBO lançou em abril, na Apple TV, o HBO Now, disponibilizando todo o conteúdo exclusivo do canal para ser assistido on line via streaming.

Também foi noticiado pelo G1²⁴ que o Netflix alcançou o número de 62 milhões de assinantes no primeiro trimestre de 2015, quando quase 5 milhões de novas assinaturas foram feitas, superando os 4 milhões esperados. A empresa que, segundo matérias da Exame.com²⁵, fechou o ano de 2013 com cerca de 44 milhões de assinantes, teve um aumento no número de assinaturas de aproximadamente 40% em 2 anos.

Segundo o próprio site²⁶, a empresa criada em 1997, como uma locadora de filmes online, com entrega a domicílio das mídias físicas convencionais (DVDs e *Blu-Rays*), possuía 4.2 milhões de membros em 2005. Em 2007 o Netflix introduz o streaming de conteúdo on-line. Nos anos seguintes, disponibiliza o acesso ao serviço para o Canadá, a América Latina, e gradativamente a Europa. Hoje a Netflix conta com mais de 65 milhões de inscritos em mais de 50 países²⁷.

24 Em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/netflix-chega-62-milhoes-de-assinantes-no-1-trimestre.html>>. Acesso em: 13 set. 2015.

25 LAUTERJUNG, Fernando. Em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/netflix-fecha-2013-com-44-milhoes-de-assinantes>>. Acesso em: 13 set. 2015.

26 Em: <<https://pr.netflix.com/WebClient/loginPageSalesNetWorksAction.do?contentGroupId=10477&contentGroup=Company+Timeline>>. Acesso em: 13 set. 2015.

27 Em: <<https://pr.netflix.com/WebClient/loginPageSalesNetWorksAction.do?contentGroupId=10476&contentGroup=Company+Facts>>. Acesso em: 13 set. 2015.

Outro indicador dos novos caminhos do mercado audiovisual, noticiado em dezembro de 2014²⁸, é o fato de que 50% da internet norte americana é consumida pelo Netflix e pelo Youtube juntos, sendo o Netflix responsável por aproximadamente 35% desse consumo. Os dados são da empresa de consultoria canadense Sandvine²⁹.

Além de ajudar na divulgação e distribuição de obras audiovisuais, a internet também contribui com a arrecadação dos fundos necessários para a produção de algumas destas obras. Sites de *crowdfunding* como o Kickstarter.com e o Catarse.me são cada vez mais comuns. Segundo o Google Trends, o termo *crowdfunding*³⁰ surge como algo considerável em 2009, alcançando seu ápice em julho de 2015.

Figura 10 - Tendência de buscas do termo “crowdfunding”



Fonte: Google Trends³¹

Crowdfunding pode ser traduzido como financiamento coletivo. Por meio do financiamento coletivo, pessoas e empresas podem contribuir financeiramente para o desenvolvimento de projetos que sejam do interesse delas em troca das mais diversas contrapartidas, que variam de citação nos créditos, ilustrações, o

28 Em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/netflix-e-youtube-consomem-quase-50-da-internet-da-america-do-norte.html>>. Acesso em: 13 set. 2015.

29 Em: <<https://www.sandvine.com/pr/2013/11/11/sandvine-report-netflix-and-youtube-account-for-50-of-all-north-american-fixed-network-data.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

30 Em: <<https://www.google.com.br/trends/explore#q=crowdfunding>>. Acesso em: 3 nov. 2015.

31 Em: <<https://www.google.com.br/trends/explore#q=crowdfunding>>. Acesso em: 3 nov. 2015.

produto final do projeto ou ainda encontros com os realizadores do projeto. Os projetos apresentados pelos sites de financiamento coletivo não se limitam ao audiovisual. Os projetos podem se beneficiar do financiamento coletivo: Livros, jogos, roupas, revistinhas em quadrinhos, peças de teatro estão entre os projetos financiados. Até mesmo uma salada de batatas já foi financiada³².

O autor do projeto divulgado no Kickstarter, Zach Brown, pleiteava a quantia de 10 dólares para fazer sua salada e, devido à repercussão do projeto na internet, conseguiu mais de 55 mil dólares. Ao perceber a proporção que o projeto havia tomado, Zack organizou um evento nomeado PotatoStock 2014, um festival de música e batatas, e o dinheiro levantado com o evento será doado para a caridade.

Na área do audiovisual, um projeto que se destacou recentemente foi o filme *Kung Fury*. De estética oitentista, o filme conta a história de um policial de Miami, lutador de kung fu, renegado, que precisa voltar no tempo para deter Adolf Hitler, “O maior criminoso de todos os tempos”, também conhecido como Kung Führer.

O filme é uma homenagem aos filmes de ação da década de 1980, reproduzindo clichês da época e também emulando os efeitos especiais datados, assim como a experiência de assistir filmes em fitas VHS. Seu estilo anacrônico, sua trama absurda e o exagero a cada chance são suficientes para classificar *Kung Fury* como *trash*.

32 JACOBS, Guilherme. Em: <<http://www.leiaja.com/tecnologia/2014/08/02/salada-de-batatas-e-financiada-por-r-125-mil-na-internet/>>. Acesso em: 13 out. 2015.

Figura 11 - Kung Fury



Fonte: pastemagazine.com³³

O média-metragem foi dirigido, escrito e protagonizado pelo sueco David Sandberg, que apresentou o projeto para financiamento coletivo via Kickstarter, juntamente com um trailer do futuro filme. Sandberg pediu 200 mil dólares³⁴ para produzir o filme e conseguiu 630 mil dólares de 17 mil doadores³⁵.

Lançado em 28 de março de 2015, o filme já tinha mais de 10 milhões de visualizações no dia 1º de junho. Atualmente, o filme tem mais de 22 milhões de visualizações³⁶. Também foi lançado um clip com a trilha sonora do filme interpretada por David Hasselhoff (estrela da década de 1980) que alcançou 19 milhões e 700 mil visualizações³⁷.

33 CHEN, Jonathan. <<http://www.pastemagazine.com/articles/2015/05/kung-fury-viral-short-film-getting-feature-length.html>>. Acesso em: 13 out. 2015

34 VANDERWERFF, Tod. Inside Kung Fury, the 30-minute viral video that hit 10 million views in a weekend. Em: <<http://www.vox.com/2015/6/2/8712471/kung-fury>>. Acesso em: 13 out. 2015.

35 Em: <<https://www.kickstarter.com/projects/kungfury/kung-fury>>. Acesso em: 13 out. 2015.

36 Em: <https://www.youtube.com/watch?v=bS5P_LAqVg>. Acesso em: 13 out. 2015.

37 Em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZTidn2dBYbY>>. Acesso em: 13 out. 2015.

Figura 12 - David Hasselhoff em *True Survivor*

Fonte: nerdist.com³⁸

Após o sucesso do projeto, David Sandberg disse em entrevista ao *Yahoo! movies*³⁹ que está trabalhando no roteiro de um longa metragem em parceria com o autor de *Orgulho e Preconceito e Zumbis*, Seth Grahame-Smith.

Os dados acima servem para demonstrar a convergência das mídias para o meio digital e o crescente espaço do audiovisual no mesmo. Somando isso à expansão do mercado de nicho componente da cauda-longa, podemos perceber o terreno fértil para as produções independentes.

38 SOFKA, Samantha. David Hasselhoff's Music Video for KUNG FURY Is Nostalgic '80s Action Movie Gold. Em: <http://nerdist.com/david-hasselhoffs-music-video-for-kung-fury-is-nostalgic-80s-action-movie-gold/>>. Acesso em: 13 out. 2015.

39 ZAKARIN, Jordan. UPDATE: We Talked to the Director of 'Kung Fury,' the '80s-Fueled Nazi-Ninja-Dinosaur Movie of Your Dreams. Em: <https://www.yahoo.com/movies/kung-fury-full-movie-and-interview-update-we-120203584472.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

CAPÍTULO III

ESTUDOS DE CASO

Atualmente, um dos subgêneros mais prolíficos do cinema *trash* é o filme de zumbi. De 1932, ano em que foi lançado o filme *White Zombie*, estrelado por Bela Lugosi e considerado o primeiro filme de zumbi, até a data desta publicação, foram lançados cerca de 400 filmes de zumbi^{40,41,42}, (a página da wikipédia, apesar de incompleta, aponta matérias relacionadas a todos os filmes listados). Desde 2000, foram produzidos mais de 240 filmes de zumbi. Em outras palavras, foram produzidos mais filmes de zumbi nos últimos 15 anos do que nos 70 anos anteriores.

Figura 13 - 13 Filmes de Zumbis



Fonte: connectedgeek.net⁴³

40 Em: <https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_zombie_films>. Acesso em: 18 set. 2015.

41 Em: <<http://www.ranker.com/list/zombie-movies-and-films-of-this-genre/reference?page=9>>. Acesso em: 18 out. 2015.

42 Em: <<http://www.listchallenges.com/ultimate-zombie-movie-list/checklist/10>>. Acesso em: 18 set. 2015.

43 Em: <<http://connectedgeek.net/why-i-love-zombie-movies/>>. Acesso em: 18 out 2015

Em um artigo de maio de 2014, Benjamin Reeves cita o trabalho de Dave Paul Strohecker⁴⁴, que atribui o aumento dos filmes de zumbi ao atentado de 11 de setembro de 2001, e retrata os zumbis como uma metáfora das “ansiedades culturais e medos sociais” contemporâneos aos filmes e como meio de se fazer afirmações políticas e sociais.

Outros pesquisadores, como Sarah Juliet Lauro⁴⁵, defendem ideias parecidas às de Dave Strohecker. Segundo Lauro, os zumbis têm a “sua encarnação cinematográfica transformada em um conveniente bicho-papão representando várias questões sociais” (LAURO, 2008, p. 87).

Analisando os gráficos disponibilizados pelo Google Trends, serviço do Google que indica a relevância dos termos buscados ao longo de uma linha do tempo, constatamos que o ápice das buscas pelas palavras “zumbis”⁴⁶ e “Zombies”⁴⁷ se deu no meio de 2014 e que, a partir desta época, as buscas pelos dois termos caíram cerca de 60%.

Levando em consideração a teoria de que os zumbis são uma metáfora para as ansiedades sociais, e que o aumento na produção de filmes sobre o tema se deve a crises socioeconômicas contemporâneas, podemos considerar o atual desinteresse nos mesmos como um indicativo de que estas questões foram sanadas?

Se considerarmos que, “às vezes um charuto é apenas um charuto”, podemos apontar outros fatores, além do âmbito psicológico, que podem ter influenciado a “renascença” dos filmes de zumbi, tendo em mente que alguns dos filmes de zumbis da última década e meia foram blockbusters de grande orçamento e produção, mas a maioria esmagadora das produções sobre zumbis foram de filmes B e filmes *trash*.

44 STRONHECKER, David Paul. “The Zombie in Film.” The Society Pages, February 27, 2012. <<http://thesocietypages.org/cyborgology/2012/02/27/the-zombie-in-film-full-essay-parts-i-ii-and-iii/>>. Acesso em: 18 out. 2015.

45 LAURO, Sarah Juliet. A Zombie Manifesto: The Nonhuman Condition in the Era of Advanced Capitalism boundary 2/ Spring 2008. Em: <<http://www.thing.net/~rdom/ucsd/Zombies/A%20Zombie%20Manifesto.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2015.

46 Em: <<https://www.google.com/trends/explore#q=zumbis>>. Acesso em: 18 out. 2015.

47 Em: <<https://www.google.com/trends/explore#q=zombies>>. Acesso em: 18 out. 2015.

O zumbi é uma das criaturas sobrenaturais, clássicas dos filmes de horror, de mais fácil representação. Zumbis não voam, não têm força sobre-humana e dispõem efeitos especiais pesados e maquiagens elaboradas. Bons efeitos especiais e maquiagem bem trabalhados enriquecem uma produção, mas não são indispensáveis.

Zumbis não necessitam de um plano de fundo, se encaixam em qualquer contexto e dispensam apresentação. Eles não necessitam de explicação ou causa para acontecer. George A. Romero, diretor norte-americano, pode ser considerado o criador da definição atual de zumbis: criaturas autônomas, infecciosas, canibais. Nenhum dos filmes de Romero apontou a origem dos zumbis⁴⁸ embora os personagens sempre especulem sobre o assunto. No filme *Madrugada dos Mortos*, de 1978, dirigido por George A. Romero, um dos personagens cita algo que seu avô dizia: “Quando não houver mais lugar no inferno, os mortos andarão sobre a terra.”

Figura 14 - *Noite dos Mortos Vivos*, de George A. Romero



Fonte: slashfilm.com⁴⁹

48 Em: <http://zombie.wikia.com/wiki/Romero_zombies>. Acesso em: 18 out 2015.

49 HAN, Angie. George A. Romero Explains Why He Won't Do 'The Walking Dead'. Em: <<http://www.slashfilm.com/george-a-romero-explains-why-he-wont-do-the-walking-dead/>>. Acesso em 18 out. 2015.

Quanto à produção dos filmes, o barateamento das câmeras digitais é um dos principais fatores. A primeira câmera digital foi inventada em 1975 pela Kodak⁵⁰, mas as câmeras digitais só viriam a ser comercializadas em 1990, a preços pouco acessíveis. Em 2000, as câmeras digitais se tornaram populares e foram lançadas as DSLR com monitor LCD para visualização em tempo real. As câmeras digitais baratearam o processo de filmagem, substituindo a película por memórias reutilizáveis, e possibilitaram que a finalização do filme fosse feita em qualquer computador sem a necessidade de revelação de negativos e equipamentos específicos como mesas de montagem.

Outro fator importante é a disseminação de informação. Com a popularização da internet entre as décadas de 1990 e 2000⁵¹, as informações se tornaram mais acessíveis. Comunidades online para troca de informação se desenvolveram. Cursos e vídeo-aulas podem ser encontrados nos mais variados níveis de especialização e faixas de preço, inclusive gratuitamente. Com isso, tornou-se possível aprender sobre todos os passos do processo de produção cinematográfico, do roteiro à finalização, incluindo efeitos especiais, sem sair de casa.

A internet também desempenha um importante papel na distribuição, comercialização e divulgação desse material, eliminando intermediários, a logística de distribuição e armazenamento da mídia física e os limites geográficos de alcance do produto, além de alcançar mais facilmente o público alvo por meio de serviços de busca, compartilhamento em redes sociais e comunidades interessadas no tema.

Um bom exemplo de material produzido sob essa perspectiva é o filme *A Capital dos Mortos*, de 2008. O filme foi produzido com apenas 2 câmeras⁵² e teve o custo total estimado em 4 mil reais⁵³.

50 HECKE, Caroline. As 10 câmeras digitais mais importantes da História. Em: <<http://www.tecmundo.com.br/fotografia-e-design/46477-as-10-cameras-digitais-mais-importantes-da-historia.htm>>. Acesso em: 18 out 2015.

51 Em: <<http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>>. Acesso em: 19 out 2015.

52 Em: <<http://www.acapitaldosmortos.com.br/conteudo.php?id=4>>. Acesso em: 18 out. 2015.

53 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt1315938/>>. Acesso em: 18 out 2015.

Figura 15 - Capital dos Mortos



Fonte: sites.itaucultural.org.br⁵⁴

Porém, o subgênero que mais se destacou por conta desse novo paradigma e despontou a partir dos anos 2000, devido a seu baixo custo de produção, são os filmes de *found footage*.

O termo *found footage* significa, em tradução literal, filmagens encontradas. Filmes *found footage* podem ter qualquer elemento como tema: aliens, psicopatas, monstros, zumbis, possessões demoníacas e fantasmas são alguns exemplos. São, predominantemente, filmes de terror, desenvolvidos como um documentário ficcional, encontrado por terceiros, onde algo acontece com a equipe de filmagem, que desaparece deixando para trás o material filmado como registro dos eventos que levaram ao seu desaparecimento. Atualmente o termo é usado para se referir também a filmes ficcionais que se apresentem como documentários, *faux-documentary*.

Os filmes *found footage* buscam realismo e simulam o estilo de documentários e *reality show*, ou ainda de registros familiares amadores, o que propicia a utilização de equipamento não profissional e barato, como câmeras de telefones celulares. São filmes metalinguísticos, pois assumem a mecânica de gravação e produção do filme dentro do próprio filme. Tendo o visual de material amador e inacabado como linguagem, atraem produtores de conteúdo iniciantes pela possibilidade de conseguir um produto audiovisual que se aproxime dos filmes de maior orçamento dentro do mesmo subgênero.

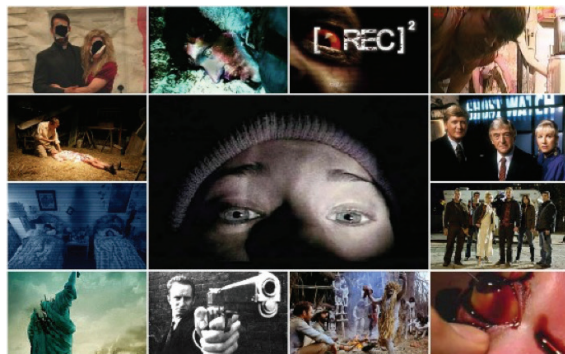
O site IMDB.com (internet movie data base) traz uma lista de filmes *found footage* que conta com mais de 480 títulos⁵⁵. Deste

54 Em: <<http://sites.itaucultural.org.br/cinemadebordas/modal.php?tipo=foto&id=54>>. Acesso em: 19 out. 2015.

55 Em: <http://www.imdb.com/list/ls052694809/?start=1&view=detail&sort=release_

total, apenas 13 foram produzidos antes dos anos 2000. Mais de 450 filmes found footage foram produzidos nos últimos 15 anos.

Figura 16 - Filmes found footage



Fonte: www.holandesvoador.com.br⁵⁶

Seguindo os raciocínios de Brendan Morrow, do site bybrendanmorrow.com, alguns dos filmes found footage que se destacam são *Holocausto Canibal*, *Bruxa de Blair*, *Rec*, *Cloverfield* e *Atividade Paranormal*.

Holocausto Canibal é considerado o primeiro filme *found footage*, um clássico do cinema exploitation e retrata o desaparecimento de uma equipe que documentava os costumes de tribos canibais do Amazonas. Filmado em 1980, teve um orçamento estimado em 100.000 dólares⁵⁷.

O filme foi divulgado como um documentário real, o que levou o diretor a ser preso e indiciado por assassinato. As queixas foram retiradas por conta da presença e dos depoimentos dos atores no tribunal. Porém, vários animais foram mortos em cena, incluindo uma tartaruga, um esquilo e um porco⁵⁸. É um filme controverso e

date_us:asc&defaults=1>. Acesso em: 19 out 2015.

56 Em: <<http://www.holandesvoador.com.br/#!/Entenda-sobre-o-estilo-Found-Footage-e-suas-caracter%C3%ADsticas/c20v6/555fdb160cf21fee13ac7938>>. Acesso em: 23 out. 2015.

57 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt0078935/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

58 MORRON, Brendan. Are you recording? The life and death of the found footage horror film. Em: <<http://bybrendanmorrow.com/2015/05/12/are-you-recording-the-life-and-death-of-the-found-footage-horror-film/>>. Acesso em: 23 out 2015.

ainda é banido em alguns países. Ele foi banido na Itália por 3 anos logo após a sua estreia e na Noruega até 2013.

Nos 10 dias entre sua estreia e banimento, o filme com orçamento de 100.000 dólares arrecadou quase 2.000.000 de dólares só na Itália.

Bruxa de Blair, cujo título original é *Blair Witch Project*, é o filme que trouxe à tona o subgênero e iniciou a febre dos filmes *found footage*. Lançado em 1999, o filme se apresenta como a montagem do material não-finalizado de um grupo de filmagens que desaparece na floresta durante o desenvolvimento de um documentário sobre bruxas.

Segundo o IMDB, o filme teve um orçamento estimado em 60.000 dólares⁵⁹, e arrecadou cerca de um milhão e meio de dólares, sendo exibido em 37 salas, só na semana de abertura nos Estados Unidos⁶⁰. Na semana seguinte, com o lançamento em larga escala em 1.101 salas, o filme faturou mais de 29 milhões de dólares, só nos Estados Unidos. Em seu livro sobre a indústria do entretenimento, Andi Stein e Beth Bingham colocam o orçamento do filme em torno de 250.000 dólares.

O filme *A bruxa de Blair* está no Guinness Book de recordes mundiais como a maior proporção orçamento/bilheteria (para um filme *mainstream*). O filme de 1999 custou aproximadamente um quarto de milhão de dólares para ser feito e faturou mais de 240 milhões de dólares em bilheteria. Esta é uma proporção de aproximadamente 1 dólar gasto para cada 10.000 dólares recebidos (tradução livre do autor), (STEIN E BINGHAM, 2009, p. 23).

O filme deve parte de seu sucesso à internet. O título original do filme faz jus à obra, que não se trata apenas de um filme. Foi criada uma lenda sobre a bruxa, o desaparecimento da equipe de filmagens e, para validar essa lenda, foi criado um website. Em seu livro, *Cultura da Convergência*, de 2008, Henry Jenkins fala do *Blair Witch Project* como projeto transmídia.

59 Em: <http://www.imdb.com/title/tt0185937/business?ref=tt_dt_bus>. Acesso em: 23 out. 2015.

60 Em: <http://www.imdb.com/title/tt0185937/?ref_=ttr_tr_tt>. Acesso em: 23 out. 2015.

A *Bruxa de Blair* havia conquistado uma legião de seguidores na web mais de um ano antes de chegar a qualquer sala de cinema. Muitas pessoas ficaram sabendo da bruxa de Burkittsville e do desaparecimento da equipe que forma o enredo central do filme ao entrar online e encontrar o curioso site que parecia, em cada detalhe, absolutamente real. O site fornecia documentação de inúmeras descobertas de bruxas ao longo dos séculos, a maioria não citada diretamente no filme, mas formando o pano de fundo para a ação (JENKINS, 2008, p. 145).

Assim como *Holocausto Canibal*, *Bruxa de Blair* tenta transmitir a ideia de ser algo verídico, e o conteúdo disponibilizado online pela própria produção do filme valida esta ideia. Eduardo Sanchez, Co-diretor do filme, afirmou em uma entrevista a Henry Jenkins que o site deveria passar “a ideia de que este é um website desenvolvido por pessoas interessadas no assunto, tentando fazer justiça, encerrar o caso, ou promover uma investigação do mistério” (JENKINS, 2008, p. 146).

Bruxa de Blair revelou o potencial dessas produções de baixo orçamento, causando um boom de filmes do mesmo subgênero. De seu lançamento até 2015 foram lançados pouco mais de 450 filmes do gênero. Embora a maioria tenha seguido a mesma receita, alguns se diferenciaram e se destacaram.

Keith Phipps, redator do site *thedissolve.com*, fala sobre o filme *Bruxa de Blair* e o subgênero *found footage* em uma matéria publicada em 30 de outubro de 2014⁶¹.

Agora, filmes *found footage* estão por toda parte. Embora o formato tenha ficado mais ou menos dormente nos anos após *Bruxa de Blair*, ele voltou com tudo no final dos anos 2000, quando a tecnologia digital tornou mais fácil do que nunca fazer filmes com esta linguagem (PHIPPS, *thedissolve.com*).

Em 2007 foi lançado o filme espanhol *Rec*, que, ao invés de usar a linguagem dos filmes *found footage* para convencer

61 Em: <<https://thedissolve.com/features/movie-of-the-week/804-the-present-and-future-of-found-footage-horror/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

o público da veracidade dos acontecimentos registrados, busca a imersão semelhante à dos jogos em primeira pessoa, posicionando o espectador no meio da ação.

Cloverfield, de 2008, trouxe o *found footage* para as grandes produções de Hollywood. Com um orçamento estimado em 25.000.000 de dólares⁶², o filme retrata a destruição de Manhattan por um monstro gigante e misterioso, a partir dos registros e do ponto de vista de uma pessoa comum, mais uma vez, inserindo o espectador na trama como se ele testemunhasse os acontecimentos.

Atividade Paranormal foi lançado no festival Screamfest de 2007, mas só chegou aos cinemas em 2009. O filme foi gravado com apenas 2 atores e uma câmera caseira, em uma única casa, e custou, estima-se, 15.000 dólares⁶³. Segundo Morrow, o filme faturou 193 milhões de dólares. O filme revitalizou o subgênero e produziu 4 continuações e alguns spin-offs.

Em sua matéria⁶⁴ para o site thedissolve.com, Keith Phipps afirma que a franquia *Atividade Paranormal* já se desgastou e que o último filme não tem o mesmo apelo dos primeiros, e que, talvez, o *found footage* possa ter saturado o mercado, assim como os filmes de zumbi citados anteriormente e os filmes *slasher*⁶⁵ dos anos 80.

Filmes *Slasher* tiveram uma explosão parecida com o lançamento de *Halloween* porque eles eram relativamente baratos para se fazer, e um jeito bastante fácil de se obter lucros. Mas os interesses mudaram, em parte, devido à saturação de produções, e eu suspeito que nós estejamos na extremidade final da explosão de *found footages* (PHIPPS, thedissolve.com).

62 Em: <http://www.imdb.com/title/tt1060277/business?ref_=tt_dt_bus>. Acesso em: 23 out. 2015.

63 Em: <http://www.imdb.com/title/tt1179904/?ref_=nv_sr_2>. Acesso em: 23 out. 2015.

64 Em: <<https://thedissolve.com/features/movie-of-the-week/804-the-present-and-future-of-found-footage-horror/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

65 Filmes como “Sexta-Feira 13” e “Halloween”, onde o vilão ataca as vítimas com objetos cortantes como facas e fações e machados.

Outro subgênero relevante dos filmes *trash* é o dos filmes de tubarão. A lista mais completa apresenta cerca de 70 filmes^{66,67,68} dentre eles o clássico de 1975, Tubarão, dirigido por Steven Spielberg. Também fazem parte da lista filmes de menor expressão, como *Ghost Shark*, *Roboshark* a franquia *Sharktopus*, a franquia *Megashark* *Sand Shark*, *Snow Shark*, *Swamp Shark*, entre outros.

Figura 17 - Filmes de tubarão



Fonte: parlorofhorror.wordpress.com⁶⁹

48 dos 70 filmes listados foram lançados a partir do ano 2000. Assim como nos filmes de zumbi, a maior parte dos filmes destas listas foi produzida nos últimos quinze anos. Também podemos relacionar a democratização da tecnologia e da informação a este aumento.

Porém, um diferencial entre os dois subgêneros dos filmes *trash* é que os filmes de tubarão necessariamente dependem de efeitos especiais, práticos ou digitais, para sua produção, demandando maior domínio de diferentes técnicas de produção como modelagem 3d e convencional, escultura, roscopia, composição e maquetaria, o que acarreta em maiores gastos. Enquanto o filme *Sharknado* custou cerca

66 Em: <<http://www.imdb.com/list/ls002814737/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

67 Em: <<http://www.imdb.com/list/ls002583733/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

68 Em: <https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_natural_horror_films#Sharks/>. Acesso em: 27 out. 2015.

69 Em: <<https://parlorofhorror.wordpress.com/tag/shark-movies/>>. Acesso em: 27 out. 2015.

de 2 milhões de dólares⁷⁰, o filme nacional *Entrando Numa Roubada*, custou aproximadamente 1,8 milhão.

Ken Badish, da Active Entertainment, empresa produtora de *Arachnoquake* e *Swamp Shark*, afirma: “Nós somos capazes de fazer muito mais com um orçamento relativamente baixo do que nós podíamos alguns anos atrás (...) nós podemos entregar um valor de produção comparável a filmes de estúdios porque usamos as mesmas câmeras, as mesmas lentes e a mesma equipe. Nós somos capazes de fazer filmes B melhores”⁷¹.

Assim como os filmes de tubarão, filmes de desastres naturais estão com a popularidade alta e exigem maior perícia em seu desenvolvimento. De acordo com o *Watchmojo.com*⁷², filmes de desastre não são recentes, como provam os filmes *O Fim do Mundo*⁷³ de 1931, e *Os Últimos Dias de Pompeia*⁷⁴, de 1935.

Porém, na década de 1970, os filmes de desastre se tornaram populares devido ao sucesso do filme *Terremoto*⁷⁵, estrelado por Charlton Heston em 1974. Vários filmes seguiram a receita nos anos seguintes, porém, com seguidos fracassos, como o do filme *Swarm*⁷⁶ com Michael Caine. Os estúdios deixaram o gênero de lado até a década de 1990.

Em 1996, *Independence Day* desencadeou o retorno dos filmes de desastre baseados em computação gráfica. Os anos seguintes trouxeram filmes como *Vulcano*, *O Inferno de Dante*, *Armageddon*, *Impacto Profundo*, *O Núcleo*, *O Dia Depois de Amanhã*, e *2012*.

70 GOLDBERG, Lesley. ‘Sharknado’ Producers Want Damon Lindelof, Johnny Depp for Potential Sequel. Em: <<http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/sharknado-producers-want-damon-lindelof-584675>>. Acesso em: 22 set. 2015.

71 MEMMOTT, Carol. Syfy movies are all about fear and fun. Em: <<http://usatoday30.usatoday.com/life/television/news/story/2012-06-21/syfy-saturday-movies/55725222/1>>. Acesso em 22 set. 2015.

72 Em: <<http://watchmojo.com/video/id/7512/>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

73 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt0021864/>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

74 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt0026605/>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

75 Em: <http://www.imdb.com/title/tt0071455/?ref_=nm_flmg_act_59/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

76 m: <http://www.imdb.com/title/tt0078350/?ref_=nm_flmg_act_84/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

Além dos *blockbusters* listados, muitos filmes de catástrofe de baixo orçamento foram produzidos. Somente em 2014 a produtora *The Asylum* lançou *Age of Ice*, *Asteroid vs. Earth*, *Terror no Triângulo das Bermudas*, *Apocalypse Pompeii* e *Airplane vs. Vulcano*⁷⁷.

Figura 18 - Filmes de Catástrofe



Fonte: supertenimento.com.br⁷⁸

A estética cinematográfica *trash* pode ser usada em qualquer gênero de filme ou vídeo, embora seja mais comum ao terror. Por não estarem atrelados às grandes produtoras, os pequenos realizadores de filmes *trash* possuem maior liberdade criativa para ousar em seus métodos, roteiros e temas, lançando produções inovadoras que, ainda que pequen em qualidade formal e técnica, são as únicas capazes de atender uma fatia do mercado que demanda excentricidades.

Se, em vez de filmes *trash*, ele quisesse fazer uma novela, um épico, um documentário, poderia esbarrar em uma série de restrições de lugar, dinheiro, incentivo, mas

77 Em: <http://www.imdb.com/company/co0042909/?ref_=tt_dt_co/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

78 Em: <<http://www.supertenimento.com.br/2015/06/top-10-os-melhores-filmes-de-catastrofe.html>>. Acesso em: 03 nov 2015.

quando já se parte da ideia de fazer algo ruim, a chance do projeto falhar é muito pequena [...] A escassez de recursos financeiros aliada à liberdade de criação de quem não se guia pela arte séria e não teme críticas negativas pode proporcionar elaborações experimentais muito interessantes, situação que ocorria no processo criativo de filmes B de outrora (CASTELLANO, 2009, p. 7).

Ter em mente a citação acima torna mais acessível o trabalho da produtora e distribuidora *The Asylum*. Uma produtora cinematográfica e distribuidora norte-americana, fundada em 1997, especializada em filmes de baixo orçamento direct-to-video, ou seja, suas produções não percorrem o circuito de cinema mainstream e são distribuídas diretamente em DVD e *Blu-ray*. Em 2005, *The Asylum* produziu uma adaptação de baixo orçamento para obra de H. G. Wells, *Guerra dos Mundos*, que foi lançada juntamente à adaptação dirigida por Steven Spielberg da mesma obra.

A rede de locadoras *Blockbuster Inc.* pediu 100.000 cópias da versão da *Asylum*, quantia significativamente maior do que o número de cópias que produções anteriores alcançaram, fazendo com que a produtora reavaliasse seu modelo de negócios.

A produtora se especializou em filmes que ficaram conhecidos como *mockbusters*, películas livremente baseadas em produções de grandes estúdios que estão prestes a estrear. O termo *mockbuster* é um trocadilho com a expressão da língua inglesa *blockbuster*, que significa, numa tradução literal, “arrasa quarteirão”, no meio cinematográfico é usada para se referir aos grandes lançamentos. O verbo *to mock* significa *zombar*. Um *mockbuster* é um filme feito como piada com os grandes lançamentos que também aproveita a publicidade gerada pelos *blockbusters*.

Em entrevista publicada em dezembro de 2007 pelo site *npr.org*⁷⁹, David Latt, co-fundador da produtora, afirma que, atualmente, a produtora lança de 10 a 15 filmes por ano, um a cada duas ou três semanas⁸⁰. David Latt também comenta que cada filme

79 Em: <<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=16986812>>. Acesso em 22 set. 2015.

80 Em: <<http://www.wbur.org/npr/16986812>>. Acesso em 22 set. 2015

leva no máximo três meses para ser inteiramente produzido com um orçamento menor que um milhão de dólares.

Filmes como *Transmorfers*, *AndroidCop* e *Atlantic Rim*, *mockbusters* de *Transformers*, *RoboCop* e *Pacific Rim*, respectivamente, fazem parte da filmografia da produtora.

H.G. Wells “Guerra dos Mundos” (2005)
Remanescente de: “A Guerra dos Mundos”,
de Steven Spielberg

Semelhanças: C. Thomas Howell (como Tom Cruise, sua co-estrela em “The Outsiders”) interpreta um pai arrancado de sua família; como no de Spielberg, mas por razões (tosse, financeiros) diferentes, Latt (que dirigiu) emprega uma abordagem minimalista – nós ouvimos mais sobre os ataques do que vemos; feitos próximos ao atentado de 11 de setembro, ambos os filmes tentam conectar o impacto da invasão marciana à ameaça terrorista; as naves marcianas andam sobre apêndices longos e atiram raios mortíferos; vítimas vaporizam em esqueletos que gritam; nem um dos dois tem um final crível. Diferenças: o filme de Latt não é tímido em se aprofundar em questões de fé; os invasores de Marte se assemelham a Mayor McCheese com a cirurgia plástica; Tim Robbins interpreta um viciado em armas no filme do Spielberg, Jake Busey desempenha um maluco por armas no de Latt; Howell (chocantemente magro) caminha em direção a Washington, DC, Cruise (chocantemente normal) caminhou em direção a Boston; evacuações em massa se assemelham treinamentos de incêndio (BORRELLI, 2009)⁸¹.

81 BORRELLI, Christopher. BIZARRO blockbusters. Em: <http://articles.chicagotribune.com/2009-07-03/entertainment/0907010536_1_asylum-parallel-universe-dreamworks/2>. Acesso em: 22 set. 2015.

Figura 19 - Blockbusters e seus Mockbusters da The Asylum



Fonte: mchughreviews.com⁸²

A produtora *The Asylum* também produz filmes autorais. Dentre eles, o de maior destaque é *Sharknado*. No filme, um cardume de tubarões é pego por um tornado e lançado sobre a cidade de Los Angeles que está sendo evacuada devido à tempestade e às inundações.

Sharknado se tornou um *hit* instantâneo da internet assim que o trailer foi lançado e também um filme *Cult* após o lançamento. O sucesso do filme foi suficiente para que o Canal de TV a cabo SyFy encomendasse uma continuação, *Sharknado 2: The Second One*. A sequência teve sua *premiere* em 30 de julho de 2014 e teve o maior índice de uma sessão desse tipo no canal.

Figura 20 - A franquia Sharknado



Fonte: imdb.com⁸³

82 Em: <<http://mchughreviews.com/tag/the-asylum/>>. Acesso em 22 set. 2015.

83 Em: <http://www.imdb.com/find?s=all&q=sharknado&ref_=nr_sr_sm>. Acesso em 24 out. 2015.

Em julho de 2015, o canal SyFy transmitiu a *premiere* de 6 filmes originais protagonizados por tubarões: *Roboshark*, *Megashark vs Kolossus*, *Sharktopus vs Whalewolf*, *3 Headed Shark Attack*, *Zombie Shark* e *Sharknado 3: Oh Hell No!*. O evento chamado *Sharknado Week 2015*⁸⁴ acontece em torno da estreia de *Sharknado 3* e foi batizado como paródia do *Shark Week*, evento transmitido anualmente pela Discovery. Após a *premiere*, o quarto filme da franquia foi anunciado e também será produzido pela *The Asylum*⁸⁵. 3 dos 6 filmes exibidos são produções da *The Asylum*.

O canal Syfy foi lançado em 1992 e faz parte da rede NBCUniversal, alcançando mais de 95 milhões de casas. Mais de 200 filmes originais foram lançados pelo canal⁸⁶.

O filme *Sharknado*, produzido pela *The Asylum* e lançado direto para televisão no canal SYFY, custou cerca de 2 milhões de dólares⁸⁷. Na coletiva de imprensa de lançamento do filme *Entrando numa Roupada*, Leonardo Edde, um dos produtores do filme, disse que o longa custou aproximadamente 1,8 milhão. O orçamento médio de um filme nacional é 5 milhões⁸⁸. Superproduções nacionais são listadas com orçamentos em torno dos 10 milhões de reais⁸⁹. Nos Estados Unidos, o orçamento de uma superprodução varia de 150 milhões a 300 milhões de dólares.

Clássicos do cinema *trash* da década de 1980, *Toxic Avenger*⁹⁰ (O Vingador Tóxico) de Lloyd Kauffman, *Evil Dead*⁹¹ (conhecido no

84 PFEIFFER, Jeff. Syfy announces Sharknado Week 2015 schedule. Em: <<http://www.channelguidemagblog.com/index.php/2015/07/15/syfy-announces-sharknado-week-2015-schedule/>>. Acesso em 24 out. 2015.

85 WATTS, Steve. Sharknado 4 Announced. Em: <<http://www.ign.com/articles/2015/07/23/sharknado-4-announced>> Acesso em: 22 set. 2015.

86 Em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Syfy_original_films>. Acesso em: 22 set. 2015.

87 GOLDBERG, Lesley. 'Sharknado' Producers Want Damon Lindelof, Johnny Depp for Potential Sequel. Em: <<http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/sharknado-producers-want-damon-lindelof-584675>>. Acesso em: 22 set. 2015.

88 Em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,producao-cinematografica-do-pais-tem-orcamento-recorde,990794>>. Acesso em: 22 set. 2015.

89 Em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/filmes/os-longas-brasileiros-mais-caros-nos-ultimos-20-anos-14681635>>. Acesso em: 22 set. 2015.

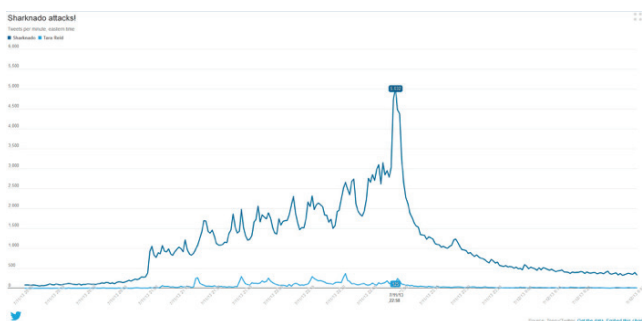
90 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt0090190/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

91 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt0083907/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

Brasil como *Uma Noite Alucinante* e também *A Morte do Demônio*) de Sam Raimi e *Bad Taste*⁹² (Náusea Total) de Peter Jackson, foram produzidos, respectivamente, por 475 mil, 375 mil e 100 mil dólares.

A premiere de *Sharknado* não foi um sucesso de público, ficando abaixo dos índices para uma premiere do canal. A estreia, porém, causou grande comoção nas redes sociais, o que resultou em uma enorme publicidade espontânea das fontes mais diversas. Segundo informações liberadas pelo próprio twitter, durante a transmissão do filme, a hashtag “*#Sharknado*” atingiu a marca de 5000 tweets por minuto⁹³ totalizando mais de 300.000 tweets durante sua transmissão⁹⁴, num total de aproximadamente 440.000 em 24 horas⁹⁵, alcançando 3 dos top trending topics ao mesmo tempo, *#Sharknado*, *#Syfy* e *#Tarareid*. O fenômeno social do filme foi analisado em um post do blog oficial do twitter, “*When a #Sharknado attacks! How the phenomenon happened on Twitter*” onde são listados o número de tweets e algumas celebridades envolvidas nas conversas, como Wil Wheaton e Olivia Wilde.

Figura 21 - Gráfico indicando Tweets por minuto da Hashtag *#Sharknado*



Fonte: Topsy/Twitter⁹⁶

92 Em: <<http://www.imdb.com/title/tt0092610/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

93 Em: <<http://s3.datawrapper.de/bEJJn/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

94 BERGMAN, Cory. After 'Sharknado' social success, Syfy announces sequel set in New York. Em: <<http://www.adweek.com/lostremote/after-sharknado-social-success-syfy-announces-sequel-set-in-new-york/39213/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

95 ROGERS, Simon. When a #Sharknado attacks! How the phenomenon happened on Twitter. Em: <<https://blog.twitter.com/2013/when-a-sharknado-attacks-how-the-phenomenon-happened-on-twitter/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

96 Em: <<http://s3.datawrapper.de/bEJJn/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

Diversas marcas também se envolveram espontaneamente com o filme nas redes sociais. Dentre as maiores estão Lego, Blockbuster, NFL, AXE e Ford Racing⁹⁷.

O fenômeno midiático se repetiu com as sequências *Sharknado 2: the second one* e *Sharknado 3: Oh Hell No!*. *Sharknado 2* foi confirmado no programa *Late Night with Jimmy Fallon*, onde também foi lançado o concurso via twitter para se eleger o título da continuação⁹⁸, que se tornou a *première* mais assistida do canal, com quase 4 milhões de espectadores apenas nos Estados Unidos.

Com o quarto filme da franquia anunciado, mais uma ação nas redes sociais permite que os fãs escolham se a personagem de Tara Reid continue viva ou morra no próximo filme da franquia⁹⁹, já que *Sharknado 3: Oh Hell No!* termina com a personagem entre a vida e a morte.

Parte do sucesso da franquia *Sharknado* se deve em grande parte ao que é conhecido como *Social TV*. Segundo o IBOPE¹⁰⁰, *Social TV* é o hábito de comentar online os conteúdos dos programas enquanto os assiste na TV. Ainda segundo o IBOPE¹⁰¹, via CONECTA, plataforma web do IBOPE Inteligência, 88% dos internautas brasileiros assistem TV e navegam na internet ao mesmo tempo. 17% desse total interage e discute com outras pessoas sobre o programa que estão assistindo. A pesquisa também pontua que 81% dos entrevistados já ligaram a TV para ver algum programa por causa de algum comentário que viram na internet, destacando a relevância da presença online de um programa durante sua transmissão. Esta pesquisa contou com a participação de 1004 internautas de diversas partes do Brasil e foi realizada em julho de 2015.

97 EDELSBURG, Natan. How a Sharknado of buzz helped SyFy connect with brands on social. Em: <<http://www.adweek.com/lostremote/how-a-sharknado-of-buzz-of-helped-syfy-connect-with-brands-on-social/39248>>. Acesso em: 22 set. 2015.

98 ROBINSON, Melia. SyFy Announces Twitter Contest To Name 'Sharknado' Sequel. Em: <<http://www.businessinsider.com/syfy-announces-twitter-contest-to-name-sharknado-sequel-2013-7>>. Acesso em: 22 set. 2015.

99 Em: <https://twitter.com/SharknadoSyfy/status/624052610497167361?ref_src=twsrc^tfw>. Acesso em: 22 set. 2015.

100 Em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/analises/comportamentomidiatico/Paginas/Social%20TV.aspx>>. Acesso em: 15 out. 2015.

101 Em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/88-dos-internautas-brasileiros-assistem-TV-e-navegam-na-internet-ao-mesmo-tempo-.aspx>>. Acesso em: 15 out. 2015.

Embora a estreia do primeiro filme da franquia tenha alcançado uma audiência relativamente modesta de 1.369 milhões de pessoas¹⁰², sua terceira exibição já contava com 2,1 milhões de espectadores¹⁰³, sendo esta a maior audiência do canal em sua programação normal. A média de audiência para uma estreia de um filme original no canal Syfy até então era de 1,5 milhões de espectadores¹⁰⁴.

Esse aumento de público se deu graças à repercussão online do filme. Enquanto os filmes nacionais de maior bilheteria em 2014¹⁰⁵, *Os Homens São de Marte... E É Para Lá que eu Vou*, *S.O.S. Mulheres ao Mar*, *Muita Calma Nessa Hora 2*, *Confissões de Adolescente - O Filme*, apresentam cerca de 350.000 ocorrências em uma busca no Google, a busca pelo termo *Sharknado* mostra 4.360.000 resultados.

Se comparado a indicados ao Oscar 2015, como *The Imitation Game* com 7.170.000 resultados, *American Sniper* com 14.600.000 resultados, e *The Grand Budapest Hotel* com 2.860.000 resultados, podemos ter uma compreensão maior da extensão da presença online desse filme feito para TV.

Um dos fatores que determinam o sucesso de *Sharknado* é sua originalidade. Por outro lado, *Sharknado* é o resultado da mistura de duas tendências cinematográficas, fórmulas bem-sucedidas, ou ainda, dois subgêneros: os filmes de tubarão e os filmes de desastre. A franquia provavelmente foi inspirada pela cena da vaca voadora do filme *Twister*, de 1996. Dirigido por Jan de Bont e estrelado por Helen Hunt e Bill Paxton. Na cena, uma vaca é suspensa por um dos tornados que a equipe tenta analisar e é carregada de um lado para o outro. Podemos notar a existência de dois tornados, ambos estão sobre a água, podendo ser chamados

102 MORAES, Lisa de. Syfy 'Sharknado' Attracts Average Of 1.369 Million Viewers – Mostly Journalists And Celebrities. Em: <<http://deadline.com/2013/07/syfy-to-re-run-sharknado-in-response-to-social-media-feeding-frenzy-540202/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

103 MYLES. Sharknado by the Numbers. Em: <<http://lightspandigital.com/blog/sharknado-by-the-numbers/#axzz3pCb4uq6E>>. Acesso em: 22 set. 2015.

104 SUDDATH, Claire. Inventing 'Sharknado': Inside Syfy's Booming B-Movie Factory. EM: <<http://www.bloomberg.com/bw/articles/2013-07-12/inventing-sharknado-inside-syfy-s-booming-b-movie-factory>>. Acesso em: 22 set. 2015.

105 Em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/os-10-filmes-nacionais-de-maior-bilheteria-em-2014/>>. Acesso em: 24 out. 2015.

de trombas d'água. A partir disso, imaginar o que aconteceria se o tornado, ao invés de uma vaca, tivesse carregado consigo algum animal que estivesse na água, não se mostra um esforço muito grande e torna a hipótese dessa fonte de inspiração plausível.

Figura 22 - Fotograma do filme *Twister*



Fonte: screenkickermovies.com¹⁰⁶

Hipótese esta que parece se confirmar no terceiro filme da franquia devido ao destaque dado ao brinquedo Twister, baseado no filme de mesmo nome, localizado no parque temático da Universal Studios.

Figura 23 - Fotogramas do filme *Sharknado 3: Oh Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3: Oh Hell No!*

Toda a franquia de Sharknado é repleta de referências. Em uma cena, a personagem chamada Nova diz a frase: “Vamos precisar de um helicóptero maior”, referência ao filme Tubarão, de 1975, dirigido por Spielberg, no qual o personagem

106 Em: <http://screenkickermovies.com/2014/04/19/sk-olympics-twister-an-okie-separates-fact-from-fiction-oklahoma-usa/>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

principal, Brody, interpretado por Roy Scheider, diz a clássica frase “Você vai precisar de um barco maior.”

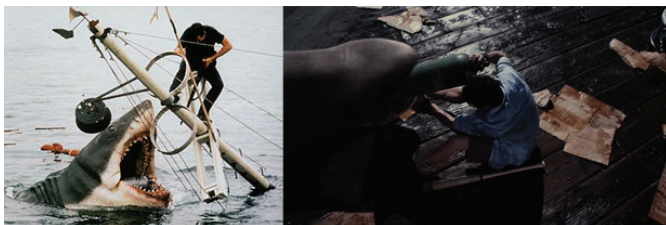
Figura 24 - Fotogramas do filme *Tubarão*, de 1975



Fonte: groovygolddoodles.com¹⁰⁷

Outra referência foi feita ao final do filme *Tubarão*, em que Brody explode um tanque de oxigênio na boca do animal. O protagonista de *Sharknado*, Fin, explode a cabeça de um tubarão que estava sobre o pier após Baz colocar um tanque de oxigênio dentro da boca do animal.

Figura 25 - Fotogramas do filme *Tubarão* e *Sharknado*



Fonte: 1^a.bevvincent.com¹⁰⁸

107 Em: <<http://groovygolddoodles.com/wp-content/uploads/2015/02/ja.jpg>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

108 Em: <<http://www.bevvincent.com/2011/03/do-you-remember-the-end-of-jaws/>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

Após observar o sharknado que se aproxima, Baz diz: “É hora de deixar Kansas, chapa”¹⁰⁹. Esta frase é uma referência ao filme *O Mágico de Oz* de 1939, onde um tornado é o responsável por levar Doroty para Oz.

Figura 26 - Fotograma do filme *O Mágico de Oz*



Fonte: pyxurz.blogspot.com.br¹¹⁰

A trama dos três filmes gira em torno do protagonista Fin Shepard, interpretado por Ian Ziering, e seu grupo, que inclui sua ex-mulher April Wexler, interpretada por Tara Reid, e personagens diferentes a cada filme, não só tentando sobreviver ao *Sharknado*, mas agindo ativamente para pará-lo. Caso a trama não seja suficiente para classificar estes filmes como *trash*, também serão apresentados alguns elementos que nos levem a questionar a qualidade técnica destas produções.

Um sharknado é um fenômeno natural que ocorre quando um tornado sobre o oceano, popularmente conhecido como tromba d'água, se encontra com um cardume de tubarões, os tirando da água e carregando o cardume consigo.

¹⁰⁹ Tradução do autor.

¹¹⁰ Em: <<http://pyxurz.blogspot.com.br/2011/10/wizard-of-oz-page-1-of-8.html>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

Em *Sharknado*, Fin está em seu bar no litoral de Los Angeles quando um sharknado se forma e se desloca em direção à cidade. Fin e seus amigos deixam o litoral e vão em busca da ex-mulher de Fin, April, e seus 2 filhos. Em meio à tempestade que alaga as ruas da cidade, agora enfiadas de tubarões, eles conseguem resgatar April e a filha do casal, e também o filho mais velho, além de salvarem as crianças de um ônibus escolar.

Neste ponto, decidem enfrentar o sharknado, se equipando com bombas para dissipar o tornado. O plano funciona, mas Nova acaba sendo engolida por um tubarão no processo. Com o fim dos tornados, os tubarões começam a cair e Fin também é engolido. Porém, ele consegue abrir caminho com sua motosserra para fora do tubarão e resgatar Nova, que havia sido engolida pelo mesmo tubarão.

No primeiro ataque de tubarão à praia, algumas pessoas foram mortas e várias ficaram feridas. Um dos feridos está com a maquiagem de machucado bem elaborada, mas sua perna está obviamente enterrada na areia.

Figura 27 - Fotograma do filme *Sharknado*

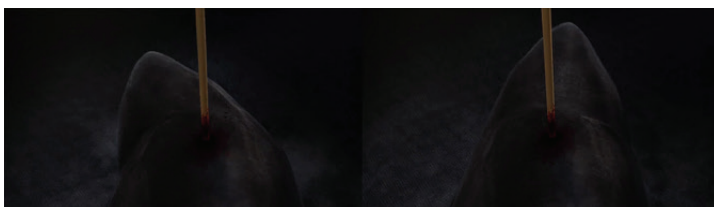


Fonte: *Sharknado*

Erros simples de continuidade são frequentes. Nesta cena, vemos Baz se apoiando sobre Fin após ter a perna mordida por um tubarão. No take seguinte, eles estão separados, e no próximo take, Baz se apoia outra vez.

Figura 28 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

Alguns tubarões apresentavam problemas de *rigging*. Rig é uma espécie de esqueleto que utilizamos para animar modelos 3d, ele funciona como um esqueleto. No exemplo abaixo, a cabeça do tubarão se move de modo diferente da de um tubarão real, quase que independente do corpo.

Figura 29 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

A qualidade do render de algumas cenas em 3d também é questionável. Render é o processo de conversão de uma cena composta por modelos 3d em imagens 2d. Para um filme, espera-se um render realista, e estes deixam a desejar.

Figura 30 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

A tempestade está presente ao longo de grande parte do primeiro filme, mas foi abandonada no segundo e no terceiro, assim

como a ideia das ruas inundadas como ambiente para os tubarões foi substituída pelos tubarões aéreos, carregados pelo tornado ao longo de todo o filme. Em *Sharknado 2* as ruas inundam em uma única cena e em *Sharknado 3* não há inundações.

Apesar da chuva ser importante em *Sharknado 1*, ela não é uma constante. Nesta cena, Fin vê um ônibus escolar repleto de crianças e decide ajudá-las. Entre o momento da decisão e a chegada ao viaduto, a chuva parou e o local está seco.

Figura 31 - Fotograma do filme *Sharknado*



Fonte: *Sharknado*

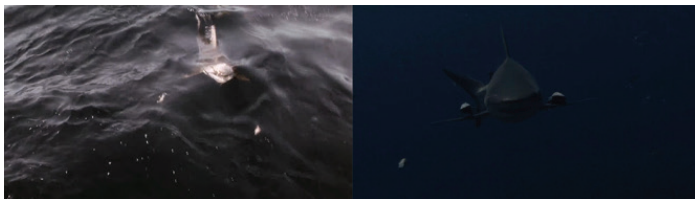
A chuva foi feita de alguns modos diferentes. Na maioria das cenas são utilizados efeitos práticos e água real. Na cena do ônibus escolar, a chuva foi feita com um efeito simples de after effects. Na imagem abaixo, podemos comparar um fotograma da cena do ônibus com o efeito de chuva que reproduzimos pessoalmente.

Figura 32 - Fotograma do filme *Sharknado* e imagem produzida pelo autor



Fonte: *Sharknado*

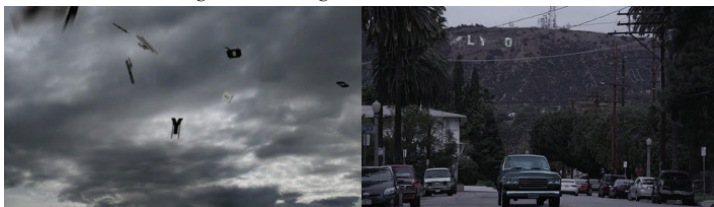
Alguns vídeos de tubarões reais foram utilizados no primeiro filme, mas esse recurso também foi abandonado nos demais filmes da franquia, provavelmente após identificarem os filmes como algo humorístico e satírico, sem a necessidade do realismo.

Figura 33 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

Podemos observar problemas no *chroma-key*, no qual parte do cabelo do personagem some. Este tipo de problema é comum em efeitos especiais de filmes de baixo orçamento e pode ser notado novamente no terceiro filme da franquia.

Figura 34 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

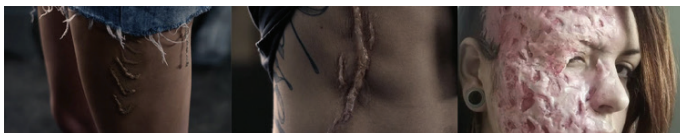
Destruição de marcos e pontos turísticos é algo comum em filmes de catástrofe, podendo ser considerado um quesito praticamente obrigatório, presente nos três filmes da franquia. Em *Sharknado*, o famoso sinal de Hollywood é destruído, carregado pelos ventos. Podemos notar um erro de continuidade aqui. Enquanto as letras então voando, podemos notar claramente o “Y” e os dois “O” do sinal, mas na próxima cena vemos ao fundo o letreiro destruído, porém com 3 das letras ainda no lugar.

Figura 35 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

Na tomada aérea da cena de perseguição mostrada abaixo, foi utilizada uma foto como plano de fundo, sobre a qual alterações foram feitas. Podemos perceber ondulações nas estruturas do canto superior direito e a baixa resolução dos elementos utilizados para a montagem do rastro de destruição do sharknado. Também foram adicionados o movimento de câmera e os carros em perseguição na rua, assim como as luzes do carro policial.

Figura 36 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

A personagem Nova possui uma cicatriz na perna, resultado de uma mordida de tubarão. Quando ela e o filho de Fin comparam suas cicatrizes, podemos perceber que as marcas são feitas com massa para maquiagem. No Brasil, uma das mais populares maquiagens do tipo é a massa Slug. Na imagem abaixo, as duas primeiras imagens são fotogramas do filme, a terceira é um exemplo de cicatriz feita com a massa Slug, disponível no site da própria marca.

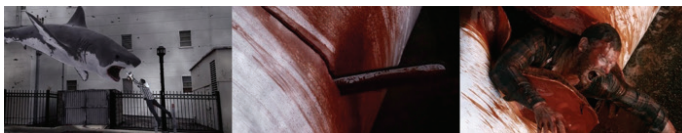
Figura 37 - Fotograma do filme *Sharknado* e exemplo da massa SlugFonte: flickr.com¹¹¹

Nesta cena, o tubarão que ia de encontro com o helicóptero cai após ser atingido por um tiro. Em termos realistas, levar em consideração a premissa do filme de que os tubarões estão sendo carregados pelo tornado, ele não deveria cair por ser abatido. Talvez desviar seu curso ou girar fosse alternativa mais realista.

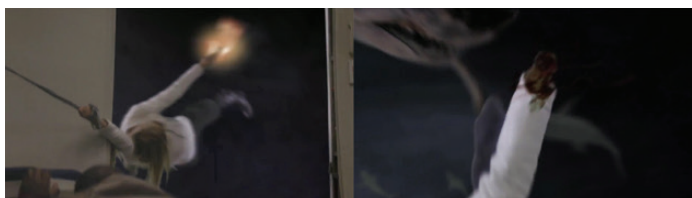
Figura 38 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

Após o furacão ser contido, os tubarões começam a cair. Para salvar sua filha, Fin se joga dentro de um tubarão, mas consegue abrir caminho com sua motosserra e também resgatar Nova de dentro do mesmo tubarão que o havia engolido.

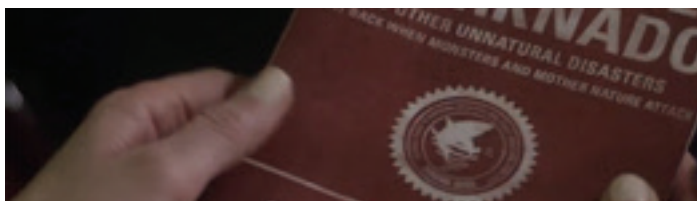
111 Em: <<https://www.flickr.com/photos/slugmaquiagem/sets/72157635454540306/>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

Figura 39 - Fotograma do filme *Sharknado*Fonte: *Sharknado*

Sharknado 2 começa em um avião com destino a Nova York que acaba sendo pego por um sharknado. Fin e April estão a bordo. O piloto do avião é atacado por um tubarão e Fin assume o comando, fazendo uma aterrissagem forçada. April quase cai do avião e perde a mão por uma mordida por um tubarão.

Figura 40 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*Fonte: *Sharknado 2*

Antes de perder a mão, April assina uma cópia do livro escrito por ela sobre como sobreviver a um sharknado. Um manual de um Galaxy Tab foi utilizado como corpo do livro e revestido com a capa do suposto livro escrito pela personagem.

Figura 41 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*Fonte: *Sharknado 2*

O ator Wil Wheaton faz uma participação especial no segundo filme após se envolver ativamente na repercussão online da *première* do primeiro filme. Seu personagem morre mordido por um dos tubarões que conseguem entrar no avião.

Figura 42 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*



Fonte: *Sharknado 2*

Os apresentadores dos programas *Live! with Kelly & Michael* e *Today Show* participaram da sequência, gravando nos estúdios dos próprios programas e lidando com tubarões digitais.

Figura 43 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*



Fonte: *Sharknado 2*

Propagandas da rede de lanchonetes Subway também aparecem em diferentes momentos ao longo do segundo e do terceiro filme. Aparentemente, a empresa não teve restrições quanto a cenas violentas relacionadas a sua marca.

Figura 44 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*



Fonte: *Sharknado 2*

A propaganda do Citibank, que disponibiliza bicicletas para seus clientes em alguns pontos da cidade, foi tratada com mais suavidade que a do Subway, embora uma das moças tenha sido esmagada por um tubarão baleia enquanto tentava fugir do sharknado.

Figura 45 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*



Fonte: *Sharknado 2*

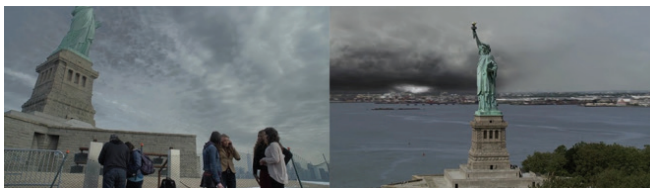
O filme também faz referência à lenda urbana sobre crocodilos vivendo nos esgotos de Nova York.

Figura 46 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*

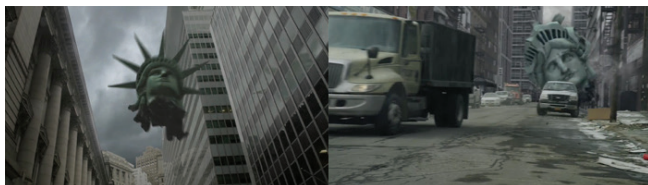


Fonte: *Sharknado 2*

O segundo filme mostra uma melhoria com relação aos efeitos especiais de substituição do céu limpo pela tempestade.

Figura 47 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*Fonte: *Sharknado 2*

A destruição de pontos turísticos é uma constante na franquia. No segundo filme, o tornado arremessa a cabeça da estátua da liberdade, que rola pelas ruas de Nova York até colidir contra um viaduto.

Figura 48 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*Fonte: *Sharknado 2*

Em Nova York, Fin tenta avisar as autoridades, mas não é ouvido. Sendo assim, ele corre para resgatar seus familiares e quem puder ajudar no caminho. Ele tenta dissipar o sharknado com bombas como no primeiro filme, sem sucesso.

Fugindo dos tubarões, Fin tem que pular de tubarão em tubarão até chegar em terra firme, onde seu cunhado faz a pergunta: “você sabe o que acabou de fazer?” Fin responde: “Não diga isso”, e seu cunhado complementa: “Pulou o tubarão”.

“Pular o tubarão”, ou em inglês, “*Jump the Shark*”, segundo o tvtropes.org¹¹², é um termo que se refere ao ponto em que um show de TV passa a ser desinteressante e geralmente é marcado por um acontecimento específico, onde o show, procurando se renovar, acaba configurando sua essência.

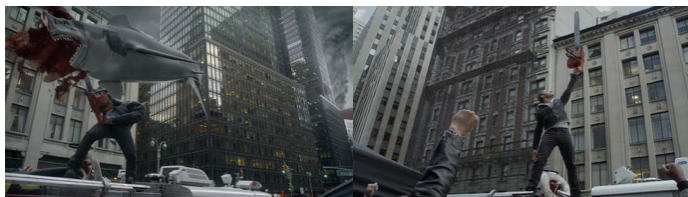
112 Em: <<http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/JumpingTheShark>>.

Acesso em: 18 nov. 2015.

Figura 49 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*

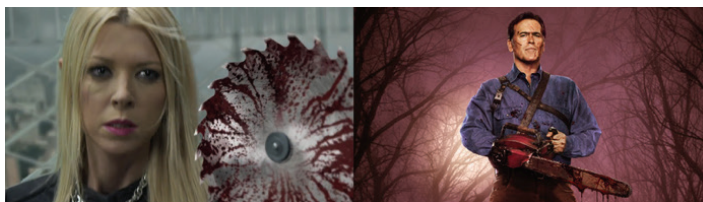
Fonte: *Sharknado 2*

Após se encontrar com o prefeito de Nova York, que o presenteia com uma motosserra, Fin é avisado que não pode perder tempo. Sendo assim, ele se despede de sua irmã, de sua mulher, de seu cunhado, sobe no caminhão de bombeiros e faz um discurso, parte um tubarão ao meio com a motosserra e então, sobe no Empire State para resolver o problema.

Figura 50 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*

Fonte: *Sharknado 2*

No topo do Empire State, April surge com uma serra circular no lugar da mão, referência ao filme *Evil Dead*, no qual o personagem Ash Williams substitui sua mão recém amputada por uma motosserra.

Figura 51 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda* e imagem publicitária da série *Ash vs EvilDead*

Fonte: superchannel.ca¹¹³

113 Em: <<http://www.superchannel.ca/show?id=63838109>>. Acesso em: 18 nov. 2015.

Após explodir um tanque de freon no topo do Empire State, Fin consegue dissipar o furacão, mas é jogado no ar e está em queda livre quando é engolido pela segunda vez, abrindo caminho facilmente com sua motosserra.

Figura 52 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*



Fonte: *Sharknado 2*

Fin consegue controlar um tubarão para cair de volta no topo do Empire State Building e, para se proteger dos outros tubarões, Fin pega a mão amputada de April, que estava dentro do tubarão, ainda segurando a arma, dispara contra os tubarões e pede April em casamento, com o anel que estava em sua mão amputada.

Figura 53 - Fotograma do filme *Sharknado 2 - A segunda Onda*



Fonte: *Sharknado 2*

No terceiro filme da franquia *Sharknado 3: Oh, Hell No!*, Fin está sendo condecorado em Washington D.C. quando um sharknado se forma sobre a cidade. O filme começa com uma referência às aberturas dos filmes de 007.

Figura 54 - Fotograma tirado dos filmes *Sharknado 3 - Oh! Hell No!* e *Skyfall*



Fonte: appadvice.com¹¹⁴

As propagandas do Subway aparecem logo no começo do filme.

Figura 55 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

Monumentos de Washington são destruídos pelo sharknado, dentre eles a Casa Branca e o Monumento de Washington.

Figura 56 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

Após salvar o presidente dos Estados Unidos, o grupo de sobreviventes se defende de um tubarão com o mastro de uma bandeira americana, em referência à famosa foto dos soldados erguendo a bandeira em Iwo Jima.

114 Em: <<http://appadvice.com/appnn/2013/02/make-like-bond-james-bond-with-the-skyfall-gun-barrel-app>>. Acesso em: 18 nov. 2015.

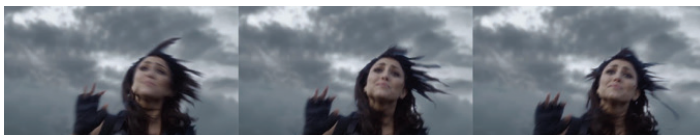
Figura 57 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*
e foto *Rising the flag on Iwo Jima*



Fonte: nlm.nih.gov¹¹⁵

O terceiro filme parece tecnicamente inferior ao segundo. Abaixo vemos três frames subsequentes do mesmo take, onde *chromakey* foi utilizado para que o céu pudesse ser substituído. Podemos notar as diferenças no cabelo causadas pelo *chromakey* em cada frame.

Figura 58 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

Fin se dirige para Orlando, na Flórida, mas é pego por mais um sharknado no caminho. Fin é salvo por Nova, que agora trabalha para o governo controlando sharknados. Os dois rumam para a Flórida para salvar April, que está grávida, e também a filha de Fin. Nesta cena, a cabine do jato, que deveria passar por baixo da ponte, a atravessa.

Figura 59 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

115 Em: <<https://www.nlm.nih.gov/nativevoices/exhibition/healing-ways/native-heritage/navajo-code-talkers/images/ob1552.html>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

Por algum motivo não explicado, Fin e Nova saem do rio apenas com a roupa íntima após a queda do avião.

Figura 60 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

Também por algum motivo não explicado, a decoração referente ao filme Tubarão do parque da Universal Studios, inofensiva no começo do filme, ganha vida e devora um turista.

Figura 61 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

O tubarão de três cabeças na tela do cinema é o elemento central de outro filme da produtora *The Asylum* chamado *O Ataque do Tubarão de 3 Cabeças*¹¹⁶, continuação do filme *O Ataque do Tubarão de Duas Cabeças*.

O homem morto no cinema é George R. R. Martin, criador e escritor da série de livros *Game of Thrones*. A noiva ao seu lado é uma referência ao “Casamento Vermelho”, evento em que vários dos personagens principais do livro foram mortos.

116 Em: <http://www.imdb.com/title/tt4685096/?ref_=ttrel_rel_tt>. Acesso em: 19 nov. 2015.

Figura 62 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*Fonte: *Sharknado 3*

Ao perceber que vários sharknados estavam se formando ao longo da costa leste americana, Fin decide pedir ajuda a seu pai, Gilbert Sehpard, integrante aposentado do programa espacial, interpretado por David Hasselhoff.

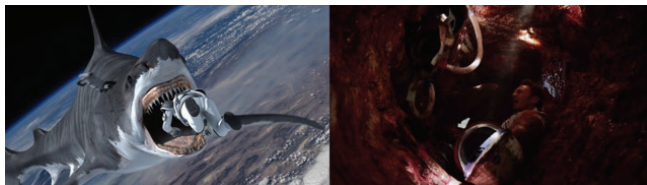
O plano de jogar o tanque de combustível do foguete no furacão dá errado, então Gilbert decide reativar o programa Guerra nas Estrelas e atirar um laser de satélite que precisa ser ativado manualmente. Enquanto Fin e April ficam no foguete, Gilbert ativa o laser e para os tornados, mas os tubarões estão na órbita da terra e atacam a nave e engolem April, e, mais uma vez, Fin, agora munido de uma motosserra de luz, referência aos sabres de luz de *Star Wars*.

A prop do propulsor utilizada por David Hoff é feita de canos de PVC, conduíte de fios elétricos para construção, silver tape e abraçadeiras de nylon.

Figura 63 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*Fonte: *Sharknado 3*

Desta vez, é mostrado o interior praticamente oco do tubarão que engoliu Fin. Os tubarões morrem durante a reentrada na atmosfera da terra e servem de proteção para Fin.

Figura 64 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

Fin sobrevive e não encontra April, ao sair do tubarão. Fin escuta a serra de April, vê um dos tubarões ser cortado de dentro para fora e presencia seu filho saindo de dentro do tubarão como em um segundo nascimento, seguido por April. Gilbert não consegue regressar à terra e acaba pousando na lua.

Figura 65 - Fotograma do filme *Sharknado 3 - Oh! Hell No!*



Fonte: *Sharknado 3*

O filme acaba com um gancho onde April parece ter sido atingida por um destroço do foguete, sem revelar a gravidade do acidente. Cabe aos fãs decidirem o futuro da protagonista na franquia através de votação via Twitter.

Apresentados todos estes pontos, vemos que *Sharknado* se encaixa nas características listadas por Mayka Castellano:

(...) opções disparatadas, recursos sem cabimento, narrativas que buscam a inverossimilhança, quebras de expectativa através do nonsense, do exagero, do artifício, soluções incautas, uso de efeitos especiais descontextualizados, atuações ridículas, situações propositalmente apelativas, humor involuntário (ou deliberado), violência descabida que resultem em um produto final que atenda às expectativas de um determinado grupo de espectadores, em

detrimento da aprovação do senso comum e das esferas tradicionais de legitimação cinematográfica (CASTELLANO, 2010, p. 285).

Sharknado é outro exemplo de sucesso devido à criatividade dos produtores independentes, que, utilizando poucos recursos, conseguem se destacar devido à originalidade de seus produtos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em estudos realizados previamente, foram levantadas hipóteses que se confirmaram ao longo da pesquisa, apontando para o avanço tecnológico e, principalmente, a internet como fatores de sucesso de produções *trash* recentes e de mudança na estrutura da indústria cultural, que se torna cada vez mais diversa e democrática.

Partindo da proposta de encontrar uma definição cabível ao *trash*, constatou-se nesse projeto que o trash pode ser definido como qualquer produto audiovisual que não se encaixa nos padrões técnicos e estéticos vigentes no cinema mainstream contemporâneo. Sendo assim, a definição de cinema *trash* é relativa, de modo que algo possa ser considerado *trash* em retrospecto devido à mudança dos padrões vigentes. Por exemplo, o filme Lua de Cristal, com Xuxa Meneghel, pode ser considerado trash do ponto de vista atual, mesmo que não tenha sido considerado como tal na época de sua estreia.

O *trash* deve suas origens a fatores econômicos. A falta de recursos está diretamente relacionada às questões e aos problemas técnicos comuns a este tipo de produção, impossibilitando a contratação de uma equipe qualificada e aquisição de equipamento ideal. Comprovou-se a hipótese de que estas produções *trash*, com poucos recursos, servem de porta de entrada para cineastas iniciantes, pois os valores em jogo são menores do que os de uma produção convencional.

Sendo uma das formas de produção audiovisual mais baratas, o *trash* se destaca pelos exageros, pela ousadia de suas produções e por seu humor negro, intencional ou involuntário. Comprovou-se, também, a hipótese de que os filmes *trash* que se destacam devem isto a sua excentricidade. Estes produtos, comumente associados ao “mau gosto”, seguem a fórmula de

mercado dos filmes exploitation, despertando a curiosidade mórbida do público, de formas polêmicas e extremadas, e se tornam válidos comercialmente devido ao investimento particularmente pequeno necessário a sua produção e por atenderem especificamente a um mercado de nicho, que demanda excentricidades, em detrimento do grande público. Dessa forma, um filme pode ser considerado *trash* por suas opções estéticas, mesmo com um orçamento considerável, como é o caso do filme *Django Livre*, de Quentin Tarantino.

Esta hipótese do absurdo como atrativo do *trash* é a franquia de filmes *Sharknado*, objeto de estudo deste trabalho. Tendo como trama a luta dos protagonistas para escapar de um cardume de tubarões carregado por um tornado, os filmes viralizaram rapidamente na internet. Podemos notar a repercussão da ideia pelo aumento de público entre as estreias do primeiro e segundo filme. Também ficou constatado que o público deste nicho não se apega a tecnicidades, e que os problemas apresentados nas produções da franquia *Sharknado* acabam por se integrar como parte do espetáculo.

Apontando para os casos mais bem-sucedidos das produções *trash* analisadas neste trabalho, podemos definir como fórmula de sucesso das produções *trash* a não-fórmula, ou ainda, a originalidade como fórmula. Enquanto as produções hollywoodianas, com gastos milionários, buscam a segurança de retorno por meio de estruturas consagradas, no cinema *trash* se destacam as produções mais originais, por mais absurdas que possam parecer. A análise da produtora *The Asylum* e da repercussão de suas produções atestam o gosto do público pelo excêntrico e extraordinário. Mesmo quando produz *mockbusters*, filmes baseados nos *blockbusters* da temporada, os resultados obtidos não se aproximam dos alcançados pela franquia *Sharknado*, material original da produtora. Porém, maiores estudos dos mais diversos casos são necessários para que se possa estipular a originalidade como regra de sucesso do mercado cinematográfico de nicho. Este trabalho também deixa em aberto questões como os piores desempenhos de filmes *trash* produzidos para fins comerciais e como eles se comparam com os piores desempenhos dos filmes *mainstream* de grandes estúdios.

Também devem ser desenvolvidos estudos mais aprofundados sobre os filmes *found footage*, já que alguns dos seus exemplos figuram entre os filmes mais lucrativos da história.

Quanto a seu posicionamento no mercado atual, verificou-se que, de modo geral, o *trash* não ocupa posição de destaque, porém, mostra-se como alternativa viável e que demanda baixo nível de investimento. Consta-se que, apesar de grande parte das transações comerciais se concentrarem em torno dos *hits* (produtos mais populares), o mercado online tem espaço para as produções menores na chamada cauda longa. Também apontando para o fato de que o barateamento de equipamentos digitais democratizou a produção audiovisual, tendo a internet como meio de aprendizagem, divulgação e distribuição.

Também foi verificado nos estudos que a internet se mostrou como pedra angular para a descentralização da produção cultural, ganhando cada vez mais o espaço antes pertencente aos demais meios de comunicação. Enquanto os outros meios são exclusivos, a internet é democrática e colaborativa, e esta nova forma de organização exige que o mercado de entretenimento se adapte, tendo o Netflix como exemplo mais bem-sucedido desta renovação. A internet também se revelou, ao longo da pesquisa, como ponto central do sucesso de diversos filmes estudados, por meio de projetos transmídia ou redes sociais, proporcionando a viralização do material divulgado.

Além de fonte de informação, a internet serve de suporte para a divulgação e distribuição do material produzido. Diminuindo os custos de ambos e alcançando um público maior do que a divulgação e distribuição físicas conseguiriam, pois não estão limitadas pelas questões geográficas e logísticas das mesmas. A indústria cultural está se adaptando a este ambiente mais diversificado e, embora ainda existam as fórmulas para produção padronizada, as obras mais originais tendem a se destacar no mercado.

Em suma, este trabalho contribui com o posicionamento do *trash* no meio acadêmico, caminhando em direção a uma definição, evidenciando suas peculiaridades técnicas e estéticas, bem como sua relevância econômica no mercado atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Teodor W. *A indústria Cultural*. Ed. Ática. São Paulo, 1969.

ADORNO, Theodor. W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas*, p. 169 - 214. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 364.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário Teórico e Crítico do Cinema*. Campinas: Papirus, 2009.

BENJAMIN, Walter. *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*. Cidade: Editora, 1936.

BERGAN, Ronald. *Guia Ilustrado Zahar cinema*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BERRY-FLINT, Sarah. Genre. In: MILLER, Toby e STAM, Robert (eds.). *A companion to film theory*. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 199, p. 25-44.

CAPUZZO, Heitor. *Cinema: Aventura do Sonho*. São Paulo: Editora Nacional, 1986, (Coleção portasabertas; v.12).

CASTELLANO, Mayka (2007). *Reciclando o lixo cultural: uma análise sobre o consumo trash entre os jovens*. Anais do XXX Intercom. Santos.

_____. “*Quero ser José Mojica*”: o circuito de produção trash independente. Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Rio de Janeiro, 2010.

_____. *Lixo é coisa de homem? As questões de gênero na subcultura cinematográfica do trash*. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008.

_____. *Comunicação & Sociedade*, ISSN Impresso: 0101-2657 • ISSN Eletrônico: ISSN 2175-7755. Ano 32, n. 55, p.153-174, jan./jun. 2011.

_____. “*É bom porque é ruim!*” *Considerações sobre produção e consumo de cultura trash Brasil*. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 283 - 296, jul./dez. 2010.

_____. *O que há de grotesco no riso da cultura trash?* Revista de Estudos da Comunicação (Impresso), v. 12, p. 131-140, 2011.

DA SILVA, Ingrid Hannah Salame; BOTELHO, Marina Alvarenga; ALVARENGA, Nilson. *Afinal, o que é cinema trash?* A experiência do cineclube Cinema Aberto, da Faculdade de Comunicação da UFJF, em Juiz de Fora-MG.

FELINTO, Erick. *Video “trash”: o YouTube e a Cultura do “Spoof” na Internet*. Anais do XVI Encontro da Compós, Curitiba, 2007.

GUBACK, Thomas & VARIS, Tapio. *Transnational Communications and Cultural Industries*. Nova York: Unesco, 1982.

HUGO, V. *Do grotesco e do sublime*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Cidade: Editora Aleph, 2008.

LYRA, Bernadette. *Cinema periférico de bordas*. São Paulo: Comunicação Mídia e Consumo, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

MATTOS, A. C. Gomes de. *A outra face de Hollywood: filme B*. Rio de Janeiro: ROCCO, 2003.

NELSON, T. *Libertando-se da Prisão. Publicação do FILE-FESTIVAL INTERNACIONAL DE LINGUAGENS ELETRÔNICAS*, S.P. 2005.

ROSENBERG, Bernard; WHITE, David Manning. *Cultura de massa*. São Paulo: Editora Cultrix, 1957.

SAIDEL, Henrique. *Jorro de efeitos: laços sanguíneos entre o trash e Grand Guinol, Urdimento* - Revista de estudos em Artes Cênicas nº14, junho de 2010.

SCONCE, J. "Trashing" the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style. *Screen*, v. 36, p. 371-393, 1995.

SHELDON, Renan. Uma Introdução ao filme underground. Rio de Janeiro: Editora Liador Ltda, 1970.

SODRÉ, M.; PAIVA, R. O império do grotesco. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

STEIN, Andi, and EVANS, Beth Bingham. *An Introduction to the Entertainment Industry*. New York: Peter Lang, 2009. Print.

VIDIGAL, Maria Letícia Caetano. Cult versus trash - *Quentin Tarantino em análise: Pulp Fiction, Jackie Brown e Kill Bill*. Belo Horizonte, 2008.

WEBGRAFIA

A CAPITAL DOS MORTOS. Disponível em: <www.acapitaldosmortos.com.br/conteudo.php?id=4>. Acesso em: 18 out. 2015.

ANDERSON, Chris. Disponível em: <<http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>>. Acesso em: 23 ago. 2015.

ANDERSON, Chris. Em: <http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail_pr.html> Acesso em: 23 ago. 2015.

APPADVICE. Disponível em: <appadvice.com/appnn/2013/02/make-like-bond-james-bond-with-the-skyfall-gun-barrel-app>. Acesso em: 18 nov. 2015.

WIRED. Disponível em: <archive.wired.com/wired/images.html?issue=12.10&topic=tail&img=2>. Acesso em 23 ago. 2015.

BARONE, Matt. Em <<http://www.complex.com/pop-culture/2011/05/the-10-sickest-exploitation-movies/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

BERGMAN, Cory. After 'Sharknado' social success, Syfy announces sequel set in New York. Em: <<http://www.adweek.com/lostremote/after-sharknado-social-success-syfy-announces-sequel-set-in-new-york/39213/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

BEV VINCENT. Disponível em: <bevvincent.com/2011/03/do-you-remember-the-end-of-jaws/>. Acesso em: 05 nov. 2015.

BLOODY DISGUSTING. Disponível em: <<http://bloody-disgusting.com>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

BOCA DO INFERNO. Disponível em: <<http://bocadoinferno.com/>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

BORRELLI, Christopher. BIZARRO blockbusters. Em: <http://articles.chicagotribune.com/2009-07-03/entertainment/0907010536_1_asylum-parallel-universe-dreamworks/2>. Acesso em: 22 set. 2015.

BUTCHER, Pedro – Entrevista com Pedro Butcher. Revista Contracampo. Revista de Cinema. Brasil, número 81, 2006. Disponível em: <<http://www.contracampo.com.br/81/artentrevistapedrobutcher.htm50>>. Acesso em 10 set. 2015.

CHEN, Jonathan. <<http://www.pastemagazine.com/articles/2015/05/kung-fury-viral-short-film-getting-feature-length.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

CHICAGO TRIBUNE. The Asylum parallel universe Dreamworks. Disponível em <http://articles.chicagotribune.com/2009-07-03/entertainment/0907010536_1_asylum-parallel-universe-dreamworks>. Acesso em 6 mai. 2015.

CONNECTED GEEK. Disponível em: <connectedgeek.net/why-i-love-zombie-movies/>. Acesso em: 18 out. 2015.

CULTURA / ESTADÃO. Disponível em: <cultura.estadao.com.br/noticias/geral,producao-cinematografica-do-pais-tem-orcamento-recorde,990794>. Acesso em: 22 set. 2015.

DICIONÁRIO INFORMAL. Lixo. Disponível em <<http://www.dicionarioinformal.com.br/lixo>>. Acesso em: 23 de mai. 2015.

EDELSBURG, Natan. How a Sharknado of buzz helped SyFy connect with brands on social. Em: <<http://www.adweek.com/lostremote/how-a-sharknado-of-buzz-of-helped-syfy-connect-with-brands-on-social/39248>>. Acesso em: 22 set. 2015.

ELBERSE, Anita. Em: <<http://hbrbr.com.br/investir-ou-nao-na-cauda-longa/>>. Acesso em: 19 set. 2015.

EN.WIKIPEDIA. Disponível em: <en.wikipedia.org/wiki/Category:Syfy_original_films>. Acesso em: 22 set. 2015.

_____. Disponível em: <en.wikipedia.org/wiki/List_of_natural_horror_films#Sharks/>. Acesso em: 27 out. 2015.

_____. Disponível em: <en.wikipedia.org/wiki/List_of_zombie_films>. Acesso em: 18 set. 2015.

FILM REFERENCE. Cult Films B Movies and Trash. Disponível em <[http://www.filmreference.com/encyclopedia/Criticism-Ideology/Cult-Films-B-MOVIES-AND-""TRASH"".html](http://www.filmreference.com/encyclopedia/Criticism-Ideology/Cult-Films-B-MOVIES-AND-)>. Acesso em: 6 mai. 2015.

FLICKR/SLUGMAQUIAGEM. Disponível em: <flickr.com/photos/slugmaquiagem/sets/72157635454540306/>. Acesso em: 17 nov. 2015.

FORMIGA ELÉTRICA. O cinema de horror como berço de gênios. Disponível em <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-final/>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

G1. Disponível em: <g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/netflix-e-youtube-consomem-quase-50-da-internet-da-america-do-norte.html>. Acesso em: 13 set. 2015.

_____. G1. Disponível em: <g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/netflix-chega-62-milhoes-de-assinantes-no-1-trimestre.html>. Acesso em: 13 set. 2015.

_____. G1. Disponível em: <g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/norte-americanos-preferem-ver-tv-pela-internet-mostra-pesquisa.html>. Acesso em: 13 set. 2015.

GOLDBERG, Lesley. 'Sharknado' Producers Want Damon Lindelof, Johnny Depp for Potential Sequel. Em: <<http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/sharknado-producers-want-damon-lindelof-584675>>. Acesso em: 22 set. 2015.

GOOGLE. Disponível em: <google.com.br/trends/explore#q=crowdfunding>. Acesso em: 3 nov. 2015.

_____. Disponível em: <com/trends/explore#q=zombies>. Acesso em: 18 out. 2015.

_____. Disponível em: <com/trends/explore#q=zumbis>. Acesso em: 18 out. 2015.

GQ. Sharknado, Atlantic Rim, Pacific Rim, Asylum. Disponível em: <<http://www.gq.com/entertainment/movies-and-tv/201308/sharknado-atlantic-rim-pacific-rim-asylum-movie-spoof>>. Acesso em: 23 maio 2015.

GRAMPA. Disponível em: <<http://forum.outerspace.com.br/index.php?threads/cine-trash-e-cine-sinistro.327007/>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

GROOVY GOLDEN DOODLES. Disponível em: <groovygolddoodles.com/wp-content/uploads/2015/02/ja.jpg>. Acesso em: 05 nov. 2015.

GUIA DE E-COMMERCE. Disponível em: <guiadeecommerce.com.br/livro-a-cauda-longa/>. Acesso em: 19 set. 2015.

HAN, Angie. George A. Romero Explains Why He Won't Do 'The Walking Dead'. Disponível em: <<http://www.slashfilm.com/george-a-romero-explains-why-he-wont-do-the-walking-dead/>>. Acesso em: 18 out. 2015.

HECKE, Caroline. As 10 câmeras digitais mais importantes da História. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/fotografia-e-design/46477-as-10-cameras-digitais-mais-importantes-da-historia.htm>>. Acesso em: 18 out. 2015.

HOLANDES VOADOR. Disponível em: <holandesvoador.com.br/#!/Entenda-sobre-o-estilo-Found-Footage-e-suas-caracter%C3%ADsticas/c20v6/555fdb160cf21fee13ac7938>. Acesso em: 23 out. 2015.

IBOPE. Disponível em: <ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/88-dos-internautas-brasileiros-assistem-TV-e-navegam-na-internet-ao-mesmo-tempo-.aspx>. Acesso em: 15 out. 2015.

_____. Disponível em: <ibope.com.br/pt-br/solucoes/analises/comportamentomidiatico/Paginas/Social%20TV.aspx>. Acesso em: 15 out. 2015.

IMDB. Disponível em: <imdb.com/company/co0042909/?ref=tt_dt_co/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/find?s=all&q=sharknado&ref=nv_sr_sm>. Acesso em: 24 out. 2015

_____. Disponível em: <imdb.com/list/ls000518219/>. Acesso em: 14 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/list/ls002583733/>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/list/ls002814737/>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/list/ls052694809/?start=1&view=detail&sort=release_date_us:asc&defaults=1>. Acesso em: 19 out 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0021864/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0026605/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0071455/?ref=nm_film_act_59/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0078350/?ref=nm_film_act_84/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0078935/>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0083907/>. Acesso em: 22 set. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0090190/>. Acesso em: 22 set. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0092610/>. Acesso em: 22 set. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0185937/?ref_=ttr_tr_tt>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt0185937/business?ref_=tt_dt_bus>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt1060277/business?ref_=tt_dt_bus>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt1179904/?ref_=nv_sr_2>. Acesso em: 23 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt1315938/>. Acesso em: 18 out. 2015.

_____. Disponível em: <imdb.com/title/tt4685096/?ref_=ttrel_rel_tt>. Acesso em: 19 nov 2015.

INSANEE. Disponível em: <insanee.com/django-unchained-strange-physics/>. Acesso em: 14 out. 2015.

INTERNETSOCIETY. Disponível em: <internet.society.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>. Acesso em: 19 out. 2015.

JACOBS, Guilherme. Disponível em: <<http://www.leiaja.com/tecnologia/2014/08/02/salada-de-batatas-e-financiada-por-r-125-mil-na-internet/>>. Acesso em: 13 out. 2015.

JANELA. Disponível em: <<http://janela.art.br/entrevistas/jose-mojica-marins/>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

KACIC, Eduardo. Disponível em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-final/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

_____. Disponível em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-parte-2/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

_____. Disponível em: <<http://formigaeletrica.com.br/cinema/artigos-cinema/sam-raimi-guillermo-del-toro-e-peter-jackson-o-cinema-de-horror-como-berco-de-genios-parte/>>. Acesso em: 5 set. 2015.

KICKSTARTER. Disponível em: <kickstarter.com/projects/kungfury/kung-fury>. Acesso em: 13 out. 2015.

LAURO, Sarah Juliet. A Zombie Manifesto: The Nonhuman Condition in the Era of Advanced Capitalism boundary 2/ Spring 2008. Disponível em: <<http://www.thing.net/~rdom/ucsd/Zombies/A%20Zombie%20Manifesto.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2015.

LAUTERJUNG, Fernando. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/netflix-fecha-2013-com-44-milhoes-de-assinantes>>. Acesso em: 13 set. 2015.

LIST CHALLENGES. Disponível em: <listchallenges.com/ultimate-zombie-movie-list/checklist/10>. Acesso em: 18 set. 2015.

MARATONA TRASH. Disponível em: <http://maratonatrash.blogspot.com.br/p/programacao-completa-cine-trash.html>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

MCHUGH REVIEWS. Disponível em: <mchughreviews.com/tag/the-asylum/>. Acesso em: 22 set. 2015.

M DE MULHER. Disponível em: <mdemulher.abril.com.br/famosos-e-tv/lola/alo-alo-exagero-lady-gaga-traz-de-volta-o-estilo-camp>. Acesso em: 14 out. 2015.

MEMMOTT, Carol. Syfy movies are all about fear and fun. Disponível em: <<http://usatoday30.usatoday.com/life/television/news/story/2012-06-21/syfy-saturday-movies/55725222/1>>. Acesso em 22 set. 2015.

MILICI, Marcelo. José Mojica Marins: Encontro com o Mestre! Disponível em: <<http://bocadoinferno.com.br/entrevistas/2008/08/jose-mojica-marins-encontro-com-o-mestre/>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

MORAES, Lisa de. Syfy 'Sharknado' Attracts Average Of 1.369 Million Viewers – Mostly Journalists And Celebrities. Disponível em: <<http://deadline.com/2013/07/syfy-to-re-run-sharknado-in-response-to-social-media-feeding-frenzy-540202/>>. Acesso em: 22 set. 2015.

MORRON, Brendan. Are you recording? The life and death of the found footage horror film. Disponível em: <<http://bybrendanmorrow.com/2015/05/12/are-you-recording-the-life-and-death-of-the-found-footage-horror-film/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

MYLES. Sharknado by the Numbers. Disponível em: <<http://lightspandigital.com/blog/sharknado-by-the-numbers/#axzz3pCb4uq6E>>. Acesso em: 22 set. 2015.

NLM. Disponível em: <nlm.nih.gov/nativevoices/exhibition/healing-ways/native-heritage/navajo-code-talkers/images/ob1552.html>. Acesso em: 19 nov. 2015.

NPR. Transcript. Disponível em: <<http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId=16986812>>. Acesso em 14 dez. 2014.

O GLOBO. Disponível em: <oglobo.globo.com/cultura/filmes/os-longas-brasileiros-mais-caros-nos-ultimos-20-anos-14681635>. Acesso dia 22 set. 2015.

PARLOR OF HORROR. Disponível em: <parlorofhorror.wordpress.com/tag/shark-movies/>. Acesso em: 27 out. 2015.

PFEIFFER, Jeff. Syfy announces Sharknado Week 2015 schedule. Disponível em: <http://www.channelguidemagblog.com/index.php/2015/07/15/syfy-announces-sharknado-week-2015-schedule/>. Acesso em: 24 out. 2015.

PR.NETFLIX. Disponível em: <pr.netflix.com/WebClient/loginPageSalesNetWorksAction.do?contentGroupId=10476&contentGroup=Company+Facts>. Acesso em: 13 set. 2015.

_____. Disponível em: <pr.netflix.com/WebClient/loginPageSalesNetWorksAction.do?contentGroupId=10477&contentGroup=Company+Timeline>. Acesso em: 13 set. 2015.

PYXURZ. Disponível em: <pyxurz.blogspot.com.br/2011/10/wizard-of-oz-page-1-of-8.html>. Acesso em: 05 nov. 2015.

RANKER. Disponível em: <ranker.com/list/zombie-movies-and-films-of-this-genre/reference?page=9>. Acesso em: 18 out. 2015.

ROBINSON, Melia. SyFy Announces Twitter Contest To Name 'Sharknado' Sequel. Em: <http://www.businessinsider.com/syfy-announces-twitter-contest-to-name-sharknado-sequel-2013-7>. Acesso em: 22 set. 2015.

ROGERS, Simon. When a #Sharknado attacks! How the phenomenon happened on Twitter. Em: <https://blog.twitter.com/2013/when-a-sharknado-attacks-how-the-phenomenon-happened-on-twitter/>. Acesso em: 22 set. 2015.

S3.DATAWRAPPER. Disponível em: <s3.datawrapper.de/bEJJn/>. Acesso em: 22 set. 2015.

SANDVINE. Disponível em: <sandvine.com/pr/2013/11/11/sandvine-report-netflix-and-youtube-account-for-50-of-all-north-american-fixed-network-data.html>. Acesso em: 13 out. 2015.

SCREEN KICKER MOVIES. Disponível em: <screenkickermovies.com/2014/04/19/sk-olympics-twister-an-okie-separates-fact-from-fiction-oklahoma-usa/>. Acesso em: 5 nov. 2015.

SITE.ITAUCULTURAL. Disponível em: <sites.itaucultural.org.br/cinemade_bordas/modal.php?tipo=foto&id=54>. Acesso em: 19 out. 2015.

SO TRASH. O que é cultura trash. Disponível em <[http://so""trash"".tumblr.com/post/3942559568/o-que-e-cultura-""trash""](http://so)>. Acesso em: 24 mai. 2015.

SOFKA, Samantha. David Hasselhoff's Music Video for KUNG FURY Is Nostalgic '80s Action Movie Gold. Em: <<http://nerdist.com/david-hasselhoffs-music-video-for-kung-fury-is-nostalgic-80s-action-movie-gold/>>. Acesso em: 13 out. 2015.

STRONHECKER, David Paul. "The Zombie in Film." The Society Pages, February 27, 2012. <<http://thesocietypages.org/cyborgology/2012/02/27/the-zombie-in-film-full-essay-parts-i-ii-and-iii/>>. Acesso em: 18 out. 2015.

SUDDATH, Claire. Inventing 'Sharknado': Inside Syfy's Booming B-Movie Factory. Em: <<http://www.bloomberg.com/bw/articles/2013-07-12/inventing-sharknado-inside-syfys-booming-b-movie-factory>>. Acesso em: 22 set. 2015.

SUPERCHANNEL. Disponível em: <superchannel.ca/show?id=63838109> Acesso em: 18 nov. 2015.

SUPERTENIMENTO. Disponível em: <supertenimento.com.br/2015/06/top-10-os-melhores-filmes-de-catastrofe.html>. Acesso em: 03 nov. 2015.

THE ARTIFICE. What The Asylum is all about. Disponível em: <<http://the-artifice.com/what-the-asylum-is-all-about/>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

THE ASYLUM. Company. Disponível em: <<http://www.theasylum.cc/company.php>>. Acesso em: 6 mai. 2015.

_____. The Asylum. Disponível em: <<http://www.theasylum.cc/>> Acesso em: 10 set. 2014.

THE DISSOLVE. Disponível em: <thedissolve.com/features/movie-of-the-week/804-the-present-and-future-of-found-footage-horror/>. Acesso em: 23 out. 2015.

TOPEL, Fred. Disponível em: <<http://nukethefridge.com/2015/02/14/toxic-avenger-remake-still-trying-to-happen-without-schwarzenegger/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

TRASH 80s. Disponível em: <trash80s.com.br/>. Acesso em: 27 ago. 2015.

_____. Sobre. Disponível em: <<http://www.trash80s.com.br/sobre/>>. Acesso em: 24 de mai. 2015.

TROMA. History. Disponível em: <<http://www.troma.com/history/>>. Acesso em 6 mai. 2015.

TVTROPES. Disponível em: <tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/JumpingTheShark>. Acesso em: 18 nov. 2015.

TWITTER. Disponível em: <twitter.com/SharknadoSyfy/status/624052610497167361?ref_src=twsrc^tfw>. Acesso em: 22 set. 2015.

VANDERWERFF, Tod. Inside Kung Fury, the 30-minute viral video that hit 10 million views in a weekend. Disponível em: <<http://www.vox.com/2015/6/2/8712471/kung-fury>>. Acesso em: 13 out. 2015.

VEJA. ABRIL. Disponível em: <veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/os-10-filmes-nacionais-de-maior-bilheteria-em-2014/>. Acesso em: 24 out. 2015.

VIERS, Michael. Disponível em: <<http://www.tasteofcinema.com/2014/10-filmmaking-lessons-tomas-the-toxic-avenger-can-teach-you/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

WATCHMOJO. Disponível em: <watchmojo.com/video/id/7512/>. Acesso em: 03 nov. 2015.

WATTS, Steve. Sharknado 4 Announced. Disponível em: <<http://www.ign.com/articles/2015/07/23/sharknado-4-announced>>. Acesso em: 22 set. 2015.

WBUR. Disponível em: <wbur.org/npr/16986812>. Acesso em: 22 set. 2015.

YOUTUBE. Disponível em: <youtube.com/watch?v=bS5P_LAqiVg>. Acesso em: 13 out. 2015.

_____. Disponível em: <youtube.com/watch?v=ZTidn2dBYbY>. Acesso em: 13 out. 2015.

ZAKARIN, Jordan. UPDATE: We Talked to the Director of 'Kung Fury,' the '80s-Fueled Nazi-Ninja-Dinosaur Movie of Your Dreams. Disponível em: <<https://www.yahoo.com/movies/kung-fury-full-movie-and-interview-update-we-120203584472.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

ZOMBIE.WIKIA. Disponível em: <zombie.wikia.com/wiki/Romero_zombies>. Acesso em: 18 out. 2015.