

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

FABRICIO DE ALBUQUERQUE SORTICA

**O FAZER ALÉM DO FILME:  
O *MAKING OF* COMO PRODUTO DA REALIZAÇÃO CINEMATOGRAFICA**

PORTO ALEGRE

2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

FABRICIO DE ALBUQUERQUE SORTICA

**O FAZER ALÉM DO FILME:  
O *MAKING OF* COMO PRODUTO DA REALIZAÇÃO CINEMATOGRAFICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Miriam de Souza Rossini.

PORTO ALEGRE

2009

A todos que persistem em acreditar e lutar  
por seus sonhos;

Àqueles que conheci e desconheci em  
minha vida ao longo dessa fase  
acadêmica;

À minha família, por aturar um  
desempregado em casa por tanto tempo;

Especialmente à minha orientadora e amiga,  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Miriam de Souza Rossini, pelo  
companheirismo em todas as divertidas  
indiações ao longo desses quatro anos de  
convivência.

## RESUMO

Este trabalho estuda o *making of* enquanto produto da realização cinematográfica, e procura responder a duas questões, considerando o contexto da produção na indústria americana: como ele se relaciona com o filme ao qual se refere e com os demais produtos audiovisuais e promocionais de uma franquia cinematográfica; e que características o definem como tal, e o diferenciam dos demais produtos oriundos do processo de produção cinematográfica. Com base principalmente nas obras de Edward J. Epstein, Jöel Augros e John Izod para as questões sobre a indústria, e Fred Goldberg para tratar do marketing no cinema, além de mapear fontes diversas na internet entre bancos de dados, fichas técnicas e notícias de portais especializados, apresenta um panorama do que são as relações nesse mercado a partir da década de 80, e suas transformações a partir do surgimento das tecnologias digitais de vídeo, quando o vídeo doméstico ganha força com o DVD e aumenta a demanda por extras de produção. Identifica dois níveis de compreensão do *making of*, um conceitual e amplo, como sendo um processo em que algo é produzido, e outro restrito e inserido neste, enquanto produto audiovisual que apresenta o processo de criação de outro produto também audiovisual. Discute possíveis origens para o *making of* / produto na evolução das práticas de promoção do cinema. Observa suas características e relações com os demais produtos derivados da realização cinematográfica. Analisa como o *making of* atua em favor de um filme e da franquia dentro da qual está inserido em dois casos empíricos: os filmes Matrix: Os Segredos da Produção (*Matrix Revisited*, Josh Oreck, 2001) e De Volta para o Futuro: Fazendo a Trilogia (*Back to the Future: Making the Trilogy*, Laurent Bouzereau, 2002).

Palavras-chave: Cinema; Extras de DVD; Home Video; *Making of*; Marketing Cinematográfico; Produção Audiovisual.

## ABSTRACT

This work studies the making of as a product of filmmaking, and seeks to answer two questions, considering the context of production in American Film Industry: how it links to the film to which it relates and to the other audiovisual products and promotional excesses of the film franchise; and what characteristics define it as such, and apart from other products from the process of film production. Based mainly on the works of Edward J. Epstein, Joel Augros and John Izod for questions about the industry, and Fred Goldberg to handle motion pictures marketing, in addition to map diverse sources on the internet among databases, news and reports from specialized websites, provides an overview of what are the relations in the movie market from the 80's, and its transformation since the advent of digital video, when the home video gains strength with the DVD and increases the demand for "behind-the-scenes" production. It identifies two different meanings of making of: a conceptual and broad one, as a process in which something is produced; and another specific as an audiovisual product presenting the process of creating another product also audiovisual. It discuss possible origins for the making of as a product in the development of practices of motion pictures marketing. Notes features and their relations with other products of film. Examines how the making of works to promote a movie and its film franchise by studying two cases: the movies *Matrix Revisited* (Josh Oreck, 2001) and *Back to the Future: Making the Trilogy* (Laurent Bouzereau, 2002).

Keywords: Cinema; DVD Extras; Filmmaking; Home Video; Making Of; Motion Pictures Marketing.

## RESUMEN

Este trabajo estudia el *making of* como producto de la realización cinematográfica y busca responder a dos cuestiones considerando el contexto de producción en la industria americana: como él se relaciona con el filme al cual se refiere y con los demás productos audiovisuales y promocionales de una franquía cinematográfica y que características lo definen como tal, diferenciándolo de los demás productos oriundos del proceso de producción cinematográfica. Con base principalmente en las obras de Edward J. Epstein, Jöel Augros y John Izod para las cuestiones sobre la industria y Fred Goldberg para tratar del marketing en el cine, además de mapear fuentes diversas en la Internet entre bancos de datos, fichas técnicas y noticias de portales especializados, presenta un panorama de lo que son las relaciones en ese mercado a partir de la década de 80 y sus transformaciones a partir del surgimiento de las tecnologías digitales de video, cuando el video domestico gana fuerza con el DVD y aumenta la demanda por extras de producción. Se identifican dos niveles de comprensión del *making of*, uno conceptual y amplio, como siendo un proceso de algo que es producido y otro restringido e inserido en este, como sub-producto audiovisual que representa el proceso de creación de otro producto también audiovisual. Discute posibles orígenes para el *making of* como producto de la evolución de la practicas de promoción del cine. Observa sus características y relaciones con los demás productos derivados de la realización cinematográfica. Analiza como el *making of* actúa a favor de un film y su franquía cinematográfica en dos casos empíricos: los filmes Matrix: Los secretos de Producción (*Matrix Revisited*, Josh Oreck, 2001) y Regreso al Futuro: Haciendo la Trilogía (*Back to the Future: Making the Trilogy*, Laurent Bouzereau, 2002).

Palabras clave: Cine, Extras de DVD, Home Vídeo, *Making Of*, Marketing Cinematográfico; Producción Audiovisual.

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1 – Cenas do <i>trailer</i> do filme <i>Psicose</i> .....</b>	<b>10</b>
<b>FIGURA 2 – <i>Making of / conceito X making of / produto</i> .....</b>	<b>32</b>
<b>FIGURA 3 – Legendas iniciais do <i>trailer</i> do filme <i>Psicose</i>.....</b>	<b>37</b>
<b>FIGURA 4 – Equipe e elenco de <i>Matrix</i> em cenas de <i>Matrix Revisited</i>.....</b>	<b>48</b>
<b>FIGURA 5 – Carrie-Ann Moss (ao fundo, à esquerda) treina artes marciais.....</b>	<b>48</b>
<b>FIGURA 6 – Robert Zemeckis e Bob Gale em <i>Back to the Future: Making the Trilogy</i>..</b>	<b>53</b>
<b>FIGURA 7 – Telas de início de blocos do filme <i>Matrix Revisited</i> .....</b>	<b>60</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2 O CINEMA DAS CORPORações DE MÍDIA</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 As Relações de Produção</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2 Os Canais de Distribuição</b> .....	<b>18</b>
<b>2.3 O Marketing Cinematográfico</b> .....	<b>24</b>
<b>3 SOBRE O FAZER ALÉM DO FILME</b> .....	<b>30</b>
<b>3.1 Percepções do <i>Making of</i></b> .....	<b>30</b>
<b>3.2 Aspectos Mercadológicos</b> .....	<b>34</b>
<b>3.3 Origens Possíveis</b> .....	<b>36</b>
<b>3.4 O DVD e os Extras de Produção</b> .....	<b>42</b>
<b>4 O FAZER NA PRÁTICA: ANÁLISE DE CASOS</b> .....	<b>45</b>
<b>4.1 Os Segredos de Matrix</b> .....	<b>45</b>
4.1.1 Elementos Estéticos e Narrativos .....	<b>46</b>
4.1.2 Aspectos Mercadológicos.....	<b>49</b>
<b>4.2 O Retorno da Franquia: Relançando De Volta Para o Futuro</b> .....	<b>51</b>
4.2.1 Elementos Estéticos e Narrativos .....	<b>52</b>
4.2.2 Aspectos Mercadológicos.....	<b>55</b>
<b>4.3 Traçando Paralelos</b> .....	<b>58</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>68</b>
<b>ANEXO A – FICHA TÉCNICA DE <i>MATRIX REVISITED</i> (IMDb)</b> .....	<b>74</b>
<b>ANEXO B – FILMOGRAFIA DO DIRETOR JOSH ORECK (IMDb)</b> .....	<b>78</b>
<b>ANEXO C – FICHA TÉCNICA DE <i>MAKING THE TRILOGY</i> (IMDb)</b> .....	<b>81</b>
<b>ANEXO D – FILMOGRAFIA DO DIRETOR LAURENT BOUZEREAU (IMDb)</b> .....	<b>83</b>



## 1 INTRODUÇÃO

O processo de desenvolvimento tecnológico que permeia nosso cotidiano, cuja velocidade tem aumentado exponencialmente desde as últimas décadas do século passado, vem modificando as relações da sociedade em diversos âmbitos; dos relacionamentos pessoais, encurtando distâncias e ampliando mundos e espaços virtuais de convivência, até as relações das sociedades com os meios de comunicação e as diversas formas de expressão artística. O cinema, mesmo antes de ser reconhecido como arte, já era em si resultado de um processo de convergência e desenvolvimento tecnológico. E, do início de sua organização como indústria até os dias de hoje, passou por diversas transformações tanto no que se refere a relações e organização de produção e de mercado, quanto principalmente no que diz respeito aos canais de distribuição e promoção de seus produtos.

Com o passar de décadas, o cinema americano deixou de ser uma atração de feira para classes mais baixas da população para se tornar indústria; desenvolveu uma linguagem própria, ganhou cores, som, multiplicou-se em diferentes gêneros narrativos; criou inúmeros astros e estrelas e disseminou-se em salas de exibição pelo mundo todo. A partir do surgimento da televisão, e posteriormente das tecnologias de gravação e reprodução em vídeo, o público antes cativo do cinema passou a contar com novas possibilidades de consumo de produtos audiovisuais, modificando as relações de oferta e demanda dos filmes produzidos. Também mudaram as relações de promoção do cinema, com novos meios e possibilidades de comunicação com o público, como comerciais e programas de televisão, mostrando cenas ou falando a respeito dos filmes em processo de produção, apresentando entrevistas com diretor e elenco, e também aproveitando os trailers promocionais, até então exibidos somente nas salas de cinema, que passaram a ser exibidos dentro dos lares e da rotina diária das pessoas.

A partir do processo de globalização, do crescimento da Internet e do surgimento das novas tecnologias digitais, as relações entre os meios de comunicação e o público tornaram-se ainda mais estreitas, e os outrora somente espectadores tornam-se também participativos. Novos mercados surgiram, assim como também novos produtos. No âmbito da produção audiovisual, um dos marcos significativos desse processo se dá a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais de gravação e reprodução de áudio e vídeo. O surgimento do DVD<sup>1</sup>, novo suporte de armazenamento de vídeo e áudio, por sua maior capacidade e qualidade de

---

<sup>1</sup> Sigla para *Digital Video Disc* ou *Digital Versatile Disc*, em português, Disco Digital de Vídeo ou Disco Digital Versátil.

reprodução muito superior ao sistema analógico que o precedeu – o VHS<sup>2</sup> –, trouxe consigo a possibilidade de construção de telas e menus de opções interativas, permitindo aos produtores a inclusão de produtos derivados do filme em si, tais como: ficha técnica, incorporação dos *trailers* para cinema e TV, fotos de produção, entrevistas com elenco e equipe, cenas excluídas, erros de gravação, etc.

Dentro do conjunto de materiais que passaram a ser pensados e produzidos para integrar as informações adicionais de um filme – o que é comumente conhecido como “extras de produção” – está o *making of*<sup>3</sup>, que se configura talvez no mais complexo dentre os elementos desse conjunto, por revelar ao espectador as diferentes etapas e os aspectos da produção de um filme, muitas vezes indo da sua concepção textual – o roteiro – até o resultado final. O digital trouxe consigo a possibilidade de convergência dos meios de comunicação e aproximou o público de meios e processos de produção, expandindo o mundo do cinema para além das fronteiras da tela e tirando do anonimato as equipes responsáveis por materializar a visão do diretor de um filme. Diretores de fotografia, de arte, desenhistas de som, diretores de efeitos especiais, coreógrafos e demais técnicos responsáveis pelas mais diversas necessidades dentro do processo de produção cinematográfica ganharam rostos e vozes, e também fãs e colecionadores de seus muitos trabalhos. O *making of* ganhou força como um produto além do filme, com demanda própria, de um público que não se contenta mais em somente imergir no universo criado pela ficção cinematográfica, mas quer também conhecer como esse universo foi criado, o que e quem está por trás das câmeras.

A relação da indústria cinematográfica com seus bastidores não é, no entanto, algo que tenha sido recentemente descoberto pelo público. Desde muito cedo o processo de produção cinematográfica serviu como tema de filmes como, por exemplo, *Cantando na Chuva* (*Singin' in the Rain*, Stanley Donen e Gene Kelly, 1952) e *A Noite Americana* (*La Nuit Américaine*, François Truffaut, 1973). Seja pautados em um determinado momento histórico do cinema – como, no caso do primeiro, o início do cinema falado – ou nas relações entre os membros da equipe e elenco no set de filmagem – no caso do segundo filme –, a chamada “magia do cinema” já era aos poucos desvelada e desmistificada, mesmo que dentro do contexto de universo narrativo e fictício de outro filme. Também algumas comédias brincaram com as barreiras entre o universo criado pelo filme e seus bastidores, com personagens revelando cenários e paisagens falsas ou mesmo conversando diretamente com o público, como no caso de filmes como *A Princesa e o Pirata* (*The Princess and the Pirate*, David Butler, 1944) e

---

<sup>2</sup> Sigla para Video Home System, em português, Sistema de Vídeo Caseiro.

<sup>3</sup> Termo em inglês, que traduzindo literalmente significa “o fazer de”, ou “criação de”.

Curtindo a Vida Adoidado (*Ferris Bueller's Day Off*, John Hughes, 1986). Mas talvez tenha sido Alfred Hitchcock o primeiro a utilizar os cenários de um filme como instrumento de promoção para o seu lançamento. No *trailer* do filme *Psicose* (*Psycho*, Hitchcock, 1960)<sup>4</sup>, o diretor aparece diante do Motel Bates, conversando com o público e apresentando o lugar onde crimes terríveis aconteceram – sem revelar, no entanto, muito a respeito do que exatamente aconteceu. Como vemos na figura 1, o mestre do suspense descreve personagens e passeia pelos ambientes em que o filme acontece, encerrando sua apresentação no banheiro, onde abre a cortina do chuveiro, depois de hesitar em descrever com palavras a cena que posteriormente se tornaria uma das mais famosas da história do cinema.



FIGURA 1 – Cenas do *trailer* do filme *Psicose*

O que nos move à realização deste trabalho, no entanto, não é buscar por uma origem ou marco inicial na história do cinema onde tenha sido produzido o primeiro *making of* de um filme, mesmo considerando essa uma questão interessante de ser pesquisada. O que nos perguntamos, e que colocamos aqui como ponto a ser investigado é: como o *making of* se relaciona com o mercado cinematográfico, e também com o filme ao qual se refere, enquanto produto pertencente a um composto de produção audiovisual? Mas, a partir dessa proposição,

<sup>4</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=N8eQ6KTif5U>>, acesso em 17 de outubro de 2009.

nos deparamos com outra questão igualmente importante: o que define o *making of* como tal, e o difere de outros produtos audiovisuais, ou mesmo promocionais, dentro desse mercado?

A partir dessas questões, e considerando os aspectos do que aqui nos referimos como composto de produção, nossa meta principal é compreender as relações do *making of* tanto com o filme ao qual se refere como também com o mercado audiovisual, no contexto da indústria cinematográfica americana. Consideramos o *making of* como, possivelmente, um dos principais produtos derivados de um filme, e um dos responsáveis por impulsionar um dos seus atuais ciclos de distribuição – o mercado de *home video* – motivo pelo qual nos propusemos à investigação de sua função enquanto instrumento de promoção e divulgação de um filme ou de uma franquia cinematográfica.

Para atingir esse objetivo, precisamos primeiro entender os principais fatores que levaram ao surgimento de uma demanda por extras de produção, e as diferentes estratégias promocionais no ciclo de vida de um filme; também identificar as características fundamentais que definem o *making of* como tal, e que o singularizam dentre os produtos do mercado audiovisual. Após, iremos observar essas relações entre *making of* e filme em diferentes contextos e momentos de seu ciclo de distribuição, através da análise de dois casos empíricos: os filmes **Matrix: Os segredos da produção** (*The Matrix Revisited*, Josh Oreck, EUA, 2001) e **De Volta para o Futuro: Fazendo a trilogia** (*Back to the Future: Making the Trilogy*, Laurent Bouzereau, EUA, 2002).

A decisão de restringir o tema ao contexto da produção americana deve-se ao fato de ser este o modelo mercadológico dominante no cinema na maior parte do mundo. O mercado cinematográfico americano, a partir das práticas comerciais dos grandes estúdios de *Hollywood*, passou a dominar o circuito de exibição e também o mercado de *home video* de quase todos os países, e uma vez que os filmes americanos constituem a maior parcela do mercado mundial são eles os definidores das principais práticas de produção e estratégias de lançamento e distribuição nas quais os demais mercados se baseiam. Também estabelecemos como recorte de tempo o mercado audiovisual a partir do desenvolvimento do DVD por ter sido este novo suporte o responsável por popularizar tanto o *making of* quanto outros produtos do mercado cinematográfico, uma vez que anteriormente os mesmos ficavam restritos à exibição em salas de cinema ou nos canais de televisão específicos de seus produtores e exibidores. Apesar de o DVD ter sido efetivamente lançado no mercado somente na segunda metade da década de 90, estabelecemos como ponto de partida a década de 80, momento a partir do qual surgiu a tecnologia digital a laser para gravação de áudio, e sua utilização para compressão de vídeo começou a ser desenvolvida.

Quanto à metodologia, através da pesquisa bibliográfica iremos traçar o panorama do mercado audiovisual que dará base à análise proposta, partindo do trabalho de pesquisa sobre a indústria cinematográfica americana realizada por autores como Jöel Augros (2000), Edward Jay Epstein (2008) e John Izod (1988), além de referências específicas sobre marketing cinematográfico, tomando como base principalmente Fred Goldberg (1991), abordando a partir dessas obras o contexto das relações de mercado na produção audiovisual. Com relação às características do *making of*, uma vez que praticamente não existem artigos ou publicações que tenham este como seu objeto específico de estudo, faremos um trabalho de análise e mapeamento comparativo de suas características, com os produtos com os quais se aproxima – principalmente o filme documentário e os demais extras de produção e estratégias promocionais de filmes – observando tanto os aspectos fílmico-narrativos quanto seu contexto mercadológico para perceber de que forma é possível, ou mesmo se é possível, estabelecer um perfil próprio que o faça distinto dos demais. Uma vez traçados o panorama de mercado e um perfil de características, faremos então um estudo de dois casos empíricos, analisando além dos *making ofs* em si, também notícias e dados relacionados ao seu lançamento e promoção, usando como fonte principal a internet, especificamente os portais e blogs especializados em cinema e DVD.

O primeiro capítulo será dedicado à apresentação do mercado cinematográfico americano, suas relações de produção e distribuição, e os ciclos de promoção e distribuição de filmes, bem como as transformações de relações sofridas a partir das mudanças tecnológicas da década de 90, quando do lançamento do DVD e do crescimento do mercado de *home video*. O capítulo seguinte abordará o *making of* dentro do contexto desse mercado doméstico, suas características, aproximações e diferenças com relação a outros produtos audiovisuais, e seu papel como instrumento de promoção dentro dos ciclos de vida de um filme. O terceiro capítulo, por sua vez, será dedicado à análise dos filmes *Matrix – Os segredos da produção*, *making of* do filme *Matrix (The Matrix, Andy e Larry Wachowski, 1999)*, que foi lançado em 2002 em DVD próprio, e também oferecido em um box junto com o filme original; e o filme *De Volta para o Futuro: Fazendo a trilogia*, produzido para integrar o lançamento do box da trilogia *De Volta Para o Futuro (Back to the Future, 1985 / Back to the Future II, 1989 / Back to the Future III, 1990, Robert Zemeckis)* em DVD, observando as possíveis diferenças entre os dois produtos e suas utilizações como instrumento de promoção de um filme ou franquia cinematográfica. Bibliografia e anexos completam a monografia.

## 2 O CINEMA DAS CORPORAÇÕES DE MÍDIA

Neste capítulo inicial faremos uma revisão histórica das relações de produção no cinema americano a partir da década de 80. Não temos como objetivo fazer um relato detalhado das mudanças e características da indústria cinematográfica americana, visto a complexidade dessas relações e também das muitas mudanças sociais ao longo da história que afetam diretamente esse mercado. Procuraremos, no entanto, destacar alguns aspectos desse mercado que consideramos importantes para a análise que faremos nos capítulos seguintes, partindo das transformações transcorridas no cinema americano até o início da década de 80, e com o surgimento das tecnologias digitais e de novos produtos e ciclos de vida para os filmes na década seguinte.

O panorama geral da indústria cinematográfica americana no início da década de 80 era bem diferente daquele de seus primórdios. Os outrora grandes estúdios tornavam-se parte de complexas corporações internacionais de mídia e entretenimento, além de outros negócios, em um mundo cada vez mais globalizado. Tanto que o cinema, antigamente o principal e único negócio, hoje representa apenas uma parte do ganho total dos grupos aos quais essas companhias pertencem. Atualmente, conforme descreve Epstein (2008)<sup>5</sup>, as chamadas *majors* do cinema americano são: Paramount, de propriedade do grupo Viacom Internacional; Sony, que adquiriu o controle dos estúdios e acervo da Columbia Pictures e, mais tarde, da MGM; Fox, pertencente à News Corporation, empresa de mídia da Austrália; Universal, pertencente à empresa General Electric, em parceria com a Vivendi Entertainment, um conglomerado francês de comunicação; Disney Company, que passou de estúdio de animação a um grande complexo de empresas, atuando em vários setores da mídia e do entretenimento; e Warner, pertencente ao grupo Time Warner. De acordo com o autor, mesmo somando toda a receita das operações de distribuição, licenciamento e venda de cópias para o mercado doméstico, sua representatividade financeira dentro dos grupos aos quais pertencem ainda é pequena:

Em 2003, apenas 7% da receita total da Viacom provinha desse negócio [a realização de filmes]; Sony, 19%; Disney, 21%; News Corporation, 19%; Time Warner, 18%; e General Electric, menos de 2% [...] Assim, mesmo que a indústria do cinema tivesse grande importância social, política ou estratégica para cada uma dessas

---

<sup>5</sup> A configuração das empresas descrita por Epstein (2008) data do ano de 2004, na ocasião da cerimônia do Oscar daquele ano. De acordo com o site da *Motion Pictures Association of America* (MPAA – [www.mpa.org](http://www.mpa.org)), essa configuração mantém-se atualmente.

companhias, já não era, para nenhuma delas, o principal meio de ganhar dinheiro. (EPSTEIN, 2008, p. 25-26)

Diversos foram os fatores que levaram o cinema a transformar sua estrutura de relações de produção e de mercado, fatores principalmente políticos e econômicos – como, por exemplo, a lei antitruste americana de 1948, e a Segunda Guerra Mundial –, visto que o cinema é fruto do mundo capitalista e depende dele para sobreviver; por outro lado, também há fatores tecnológicos e sociais – como o surgimento da televisão e mais tarde das tecnologias de gravação e reprodução em vídeo –, uma vez que o cinema também é fruto de convergências técnicas e tecnológicas e depende da sociedade, seu público, para existir.

## 2.1 As Relações de Produção

As seis grandes empresas cinematográficas americanas operam, hoje, em conjunto com diversos grupos, agências e setores para viabilizar a produção de um filme, diferente dos grandes estúdios da década de 30, que produziam seus filmes com equipe e elenco próprios e distribuíam em sua própria rede de salas de exibição, controlando totalmente a renda de bilheteria. O cenário da produção, distribuição e exibição de um filme é, atualmente, uma cadeia complexa de negociações e associações, assim como também de divisão de participações em receita.

Com o fim do sistema de estúdios – a partir da decisão da Suprema Corte Americana no processo do governo americano contra a Paramount, em 1948, que oficializou a lei antitruste americana –, as operações de produção e distribuição das empresas cinematográficas foram separadas. Segundo John Izod (1988, p.123), “o divórcio foi complicado porque as duas partes resultantes da divisão das companhias tinham poder de lucro desiguais”<sup>6</sup>. Por consequência do desequilíbrio de receita causado por esse processo – uma vez que, como explica o autor, não poderia haver transferência de valores para compensação de despesas entre uma e outra parte –, contratos de exclusividade com atores e atrizes foram desfeitos, bem como toda a estrutura de equipes técnicas e de propriedades que as companhias mantinham foi desmontada.

O resultado foi a consolidação do papel do agente dentro do sistema de produção, que passou a intermediar os contratos entre as companhias cinematográficas e seus representados, fossem eles atores e atrizes, roteiristas, diretores e outros profissionais-chave no processo de

---

<sup>6</sup> Tradução própria, do texto original em inglês: “*Divorcement was difficult because the two parts of the split majors had unequal earning power.*”

produção de um filme. Outra consequência foi a valorização desses profissionais pelas *majors*, uma vez que não havia mais a relação de exclusividade que os prendia a uma única companhia por meio de contrato fixo. Os estúdios passaram a competir pelos melhores do mercado para seus filmes, negociando contratos por produção, tendo que oferecer altos salários e também benefícios como participação na renda do filme, por exemplo. Além da compensação financeira, esses profissionais também passaram a ser reconhecidos pela indústria, como no caso principalmente dos diretores, que antes não passavam de meros funcionários dos estúdios, sem nenhuma autonomia criativa no processo fílmico (EPSTEIN, 2008). A maior concorrência, não somente pelos profissionais no mercado, mas também pela bilheteria para seus filmes, fez com que cada vez mais os projetos a serem produzidos incluíssem profissionais que tivessem em seu currículo filmes de sucesso, já conhecidos pelo público. Assim, os diretores e demais profissionais passaram a ganhar destaque e promoção por seus trabalhos anteriores, com o objetivo de associá-los à qualidade dos novos lançamentos.

Da mesma forma que as agências de talentos, que se multiplicaram e ampliaram suas atividades, atuando também nas áreas de música, televisão e espetáculos, também houve um crescimento de produtoras independentes, que em grande maioria surgiram em consequência da popularização do cinema e do grande número de profissionais querendo ingressar nesse mercado. Os independentes atuam principalmente como forma de especialização e formação de novos talentos. Prova disso é que a grande maioria dos novos diretores norte-americanos da década de 90 tiveram seus primeiros filmes produzidos através de produtoras independentes (AUGROS, 2000). São exemplos dessa geração de cineastas os diretores Quentin Tarantino, cujo primeiro filme *Cães de Aluguel* (*Reservoir Dogs*, 1992) foi produzido pela Live Entertainment e distribuído pela Miramax Films; e M. Night Shyamalan, que teve seus dois primeiros filmes, *Praying with Anger* (1992) e *Wide Awake* (1998), produzidos por companhias independentes (*Crescent Moon* produziu o primeiro; *Miramax Films* e *Woods Entertainment*, o segundo), antes de dirigir seu grande sucesso, o filme *O Sexto Sentido* (*The Sixth Sense*, 1999)<sup>7</sup>. Mesmo esse último, segundo o *Internet Movie Database* (IMDb), foi produzido por quatro empresas independentes – Barry Mendel Productions, Hollywood Pictures, Kennedy/The Marshall Company e Spyglass Entertainment

---

<sup>7</sup> Fonte: *Internet Movie Database* (IMDb – [www.imdb.com](http://www.imdb.com)), assim como todos as informações técnicas de filmes (título original, ano, diretor, produtoras, país, etc.) citados no trabalho, quando não atribuídos a outras fontes.



– e teve distribuição nacional e internacional, tanto nos cinemas quanto no mercado de *home video* pela Disney Corporation, através da Buena Vista, sua empresa de distribuição.

Outra característica dos independentes é a especialização. Ao contrário dos grandes estúdios, que buscam conquistar audiências amplas para suas produções, muitos independentes especializam-se em um determinado gênero de filmes, segmentando sua participação de mercado (AUGROS, 2000). É o caso, por exemplo, do diretor Michael Moore, cujos filmes, misto de documentário e protesto, são todos produzidos pela sua empresa, a *Dog Eat Dog Films*. As produtoras independentes, em geral, não concorrem com as *majors*; ao contrário, cooperam com elas atuando em sistema de co-produção ou também firmando acordos para distribuição de seus filmes, tanto no território nacional quanto no exterior. Algumas passam a trabalhar exclusivamente com determinado estúdio, que em alguns casos acaba tornando-se sócia minoritária da produtora, ou mesmo adquirindo-a como parte de seu grupo, como no caso da aquisição, em 2006, do estúdio de animação da Pixar pela *Disney Corporation*, com a qual trabalhava havia anos (BORGIO, 2006).

A lógica atual de produção de filmes do cinema americano privilegia o papel do produtor, visto que é ele o encarregado do desenvolvimento de toda a produção, desde a elaboração do roteiro e do projeto de um filme. A idéia para o roteiro pode partir de diversas fontes, desde os executivos dos estúdios, roteiristas, atores, diretores, ou mesmo dos próprios produtores. Em raros casos, os produtores podem também desenvolver projetos com recursos próprios, sem o aval prévio de um estúdio, para somente depois apresentá-lo para aprovação. A viabilidade do projeto – o chamado “sinal verde” para produção –, porém, depende do estúdio, que financia o processo e garante os meios para distribuição do produto final. Segundo Epstein,

Embora a maioria dos contratos feitos com os produtores inclua um certo número de projetos – os chamados acordos “multifilmes” –, os estúdios também firmam incontáveis acordos menores com os produtores para que estes desenvolvam roteiros para um único projeto. Estima-se que, em 2002, os seis estúdios e suas subsidiárias mantinham com os produtores mais de 2.500 idéias em algum estágio de desenvolvimento. Os produtores, por sua vez, têm pouca escolha, a não ser trabalhar com os grandes estúdios, se desejarem realizar filmes hollywoodianos. Os seis grandes estúdios não apenas têm o poder de lançar um filme em 1.500 ou mais multiplexes, como também dão aos produtores a legitimidade necessária para atraírem astros e diretores aos projetos (EPSTEIN, 2008, p. 140-141).

O sinal verde do estúdio – ou seja, o aval para que o projeto se torne oficialmente uma produção – indica não só o início do processo produtivo em si, mas também de todo o processo de comercialização, licenciamento e promoção do filme, o que inclui desde os acordos e previsão de data para a sua estréia nos cinemas como também todos os possíveis acordos de *product placement* (inserção de produtos ou serviços dentro do filme) e licenciamentos de marca (uso do nome e imagens do filme e seus personagens em produtos diversos, como roupas, brinquedos, cadeias de fast-food, jogos eletrônicos, etc.). Da mesma forma pode ocorrer também a negociação de contratos com distribuidoras, que levarão os filmes aos diversos canais de exibição (canais pagos e por assinatura de TV a cabo e via satélite, videolocadoras, e outros), tanto em território nacional quanto no exterior, dando o suporte necessário à produção e o retorno financeiro ao estúdio.

Quem introduziu no mercado cinematográfico o sistema de licenciamento e exploração comercial de filmes e personagens foi Walt Disney, muito antes do fim da era dos estúdios. A partir da criação de seu personagem mais famoso – Mickey Mouse –, Disney iniciou o que mais tarde se tornaria o novo sistema da indústria cinematográfica, ao licenciar os direitos de imagem do camundongo para diversos mercados:

Com Mickey Mouse, Disney descobrira a fonte de um vasto universo de lucros, que se estendia muito além das bilheterias americanas, atingindo as crianças de todo o mundo e suas diversões. Ele começou a explorar esse amplo mercado extraindo os personagens criados por seus filmes e licenciando-os para outras indústrias. Já em 1932, ele licenciou o Mickey Mouse para fabricantes de relógios – as mãos enluvadas do personagem indicavam as horas – e, em seguida, para editores e fabricantes de vestuários e de brinquedos. (EPSTEIN, 2008, p.40).

Também foi Disney o pioneiro na utilização da TV como meio de promoção de seus filmes e produtos, enquanto a nova mídia era ainda vista como ameaça pelos demais estúdios:

Na verdade, onde os *moguls*<sup>8</sup> só enxergavam crises, Disney reconhecia uma oportunidade de ouro: a televisão poderia colocar os produtos dos seus licenciados diretamente nos lares das pessoas. Enquanto os grandes

---

<sup>8</sup> Segundo Epstein (2008), *moguls* era o termo por meio do qual os fundadores dos sete principais estúdios da década de 40 – Paramount, Universal, MGM, Twentieth Century-Fox, Warner Bros, Columbia e RKO – usavam para denominarem a si mesmos, e que se tornou parte de sua identidade no meio cinematográfico – apesar de, na opinião do autor, não ser o mais apropriado, uma vez que a denominação *mogul* se refere aos soberanos muçulmanos, e os fundadores dos grandes estúdios eram judeus.

estúdios boicotavam a nova tecnologia, Disney começou a vender para as emissoras o seu Clube do Mickey Mouse e outros programas. Elas não só pagavam por esses programas, como quase todos os minutos durante os quais eles ficavam no ar serviam de publicidade gratuita para os personagens licenciados. (EPSTEIN, 2008, p.41-42).

A partir da associação com a rede ABC de televisão, Disney conseguiu o financiamento para o projeto de um novo empreendimento, o parque de diversões temático Disneylândia (*Disneyland*), que foi anunciado e promovido em seu programa de televisão durante um ano antes de sua inauguração. Em seguida, os demais estúdios – alguns dos quais já produziam filmes e programas para televisão – começaram também seus programas semanais, e passaram a utilizar o novo meio como instrumento para atingir os lares dos cidadãos e promover a estréia de seus filmes (IZOD, 1988).

## 2.2 Os Canais de Distribuição

Conforme o filme se encaminha para a sua finalização, entra em cena o distribuidor, responsável não somente por negociar a data e definir as praças onde o filme será lançado, como também por negociar e planejar toda a estratégia de lançamento em cada ciclo – ou janela – de exibição do filme. Os grandes estúdios têm divisões próprias de distribuição, que controlam o lançamento de seus filmes no território americano. Como hoje em dia um filme é distribuído para diversos canais além das salas de cinema, parte dos direitos de comercialização podem também ser negociados com outras empresas distribuidoras como forma de financiamento da produção do filme, cada uma adquirindo os direitos para exploração em um meio diferente.

As *majors* americanas têm também divisões internacionais, subsidiárias para a distribuição de seus filmes nos diversos mercados ao redor do mundo. Algumas deles mantêm operações conjuntas no exterior, como no caso da *United Internacional Pictures* (UIP), maior distribuidora estrangeira, segundo Epstein (2008), e cujo controle é dividido atualmente pela Paramount e a Universal – antigamente também a MGM fazia parte do grupo. Além dos filmes dos dois estúdios, a UIP também distribuiu para diversas produtoras independentes, entre elas DreamWorks, USA e Lion's Gate. Ainda segundo Epstein:

Os demais estúdios têm seus próprios distribuidores – Buena Vista International, da Disney; Columbia TriStar Film Distributors International, da Sony; Fox

International, da New Corporation; e Warner Bros. Pictures International, da Time Warner (que também distribui filmes da New Line e da HBO). Esses cinco distribuidores internacionais, trabalhando sozinhos ou por meio de empresas locais, distribuem no exterior quase toda a produção cinematográfica americana. As únicas exceções são as chamadas pré-vendas, casos em que determinado mercado é vendido para levantar financiamento. Por exemplo, os produtores de *O Exterminador do Futuro 3* venderam o mercado japonês para a Tojo Films por 12 milhões de dólares, enquanto o restante da distribuição estrangeira foi para a Sony. (EPSTEIN, 2008, p. 206-207).

Além das salas de cinema, atualmente os filmes são exibidos e comercializados também em diversos outros meios – os canais pagos (ou sistema *pay-per-view*), os canais por assinatura, as redes de televisão aberta, e o mercado de *home video*. Mas tudo depende principalmente da estréia – o chamado “Dia D”, como definiu “um alto executivo da Fox” para Epstein (2008, p.192)<sup>9</sup> –, que é o momento que define o sucesso ou fracasso comercial de um filme.

Quanto maior a bilheteria na primeira semana de exibição, maior o status e valor de um filme para a comercialização em janelas de exibição posteriores, e maior a possibilidade de sucesso nas vendas para o mercado doméstico, motivo pelo qual os esforços em propaganda e promoção para o lançamento nos cinemas são os mais altos em todo o processo. A contrapartida, no entanto, é o oposto: atualmente, a bilheteria nos cinemas representa uma parcela cada vez menor do retorno financeiro, enquanto que o licenciamento para TV e o mercado de *home video* constituem a maior fonte de ganhos. Como diz Epstein (2008, p.30), atualmente o lançamento de filmes nos cinemas “serve, essencialmente, como plataforma de lançamento para os direitos de licenciamento, tal qual passarelas nos desfiles de moda de alta-costura”. Os licenciamentos para TV e vídeo – as chamadas “janelas” de exibição – ocorrem meses após o lançamento nos cinemas e seus intervalos variam de acordo com o resultado de bilheteria do filme, podendo ser estendidos ou encurtados dependendo da viabilidade comercial de cada um.

O fracasso na semana de estréia pode representar não somente prejuízo na arrecadação nas salas de cinema, como também afetar toda a estratégia posterior de distribuição de um filme. Por exemplo, um filme que não consiga superar em bilheteria os investimentos em

---

<sup>9</sup> Epstein entrevistou diversos executivos das majors americanas, pessoalmente ou através de *e-mails*, no período de 1998 a 2004, conforme explica em nota no final de sua obra (EPSTEIN, 2008, p. 361). Segundo o autor, esses profissionais pediram para não serem identificados, motivo pelo qual são mencionados apenas indiretamente, como em “um alto executivo da Fox”, no texto.

cópias e custos de publicidade e propaganda, no mercado americano, poderá não ser lançado em todo o circuito de salas de cinema no exterior, como no caso do filme *O Justiceiro – Em zona de guerra* (*Punisher: War Zone*, Lexi Alexander, 2008), que, depois de uma estréia inexpressiva nos cinemas americanos, foi lançado aqui no Brasil somente em vídeo.

Conforme notícia publicada no site Omelete<sup>10</sup> (BORGO, 2008a), o filme, sequência de *O Justiceiro* (*The Punisher*, Jonathan Hensleigh, 2004), fez apenas 4 milhões de dólares na primeira semana de exibição, cerca de um terço da arrecadação de seu antecessor, que já havia sido considerada baixa – motivo pelo qual também fora preterido seu lançamento nos cinemas brasileiros (BORGO, 2004b). Decisões como essa visam maximizar os lucros no mercado exterior e minimizar as perdas com o lançamento do filme nas telas, já que os custos de produção de cópias e material de divulgação para o mercado de vídeo são mínimos e nem se comparam à produção de cópias e esforços de divulgação e promoção – que muitas vezes incluem visita do diretor e parte do elenco a cada país – para o lançamento de um filme no cinema. Ainda no caso dos dois filmes do exemplo, *O Justiceiro*, apesar da arrecadação modesta nos cinemas, vendeu cerca de 1,8 milhão de cópias em VHS e DVD somente nos cinco primeiros dias de seu lançamento no mercado doméstico (BORGO, 2004a). Por esse motivo, já era esperado que sua sequência, tendo sido um fracasso ainda maior de bilheteria, tivesse o mesmo destino, o que foi confirmado pela Sony Corporation cerca de três meses antes da data prevista para estréia nos cinemas do país (FORLANI, 2009).

Também a comercialização de filmes para a TV pode ser comprometida caso o filme não tenha o público esperado no seu lançamento. Como as redes de televisão americanas também produzem filmes, além de séries e outros programas, são poucos os filmes que são adquiridos para exibição, sendo privilegiados aqueles com maior bilheteria, e que consequentemente trarão maior audiência. A primeira janela de exibição para a TV é o mercado de exibição por demanda (*pay-per-view*), dos canais de televisão a cabo e via satélite, cujo lançamento ocorre simultaneamente ao lançamento no mercado de *home video*, depois de passados alguns meses de sua estréia nos cinemas. A segunda janela de exibição em TV é a dos canais por assinatura, geralmente em torno de um ano depois do lançamento no cinema. Após, os filmes são negociados para as redes abertas e emissoras independentes, no país e no exterior, cerca de dois anos depois da exibição no cinema (EPSTEIN, 2008). Uma das vantagens sobre a venda de filmes para o mercado estrangeiro é a possibilidade de

---

<sup>10</sup> O Omelete ([www.omelete.com.br](http://www.omelete.com.br)) é hoje uma dos principais portais de notícias sobre cinema, televisão, quadrinhos, jogos eletrônicos e entretenimento em geral, muitas vezes exibindo trailers e divulgando notícias em primeira mão no país, e fazendo cobertura dos principais eventos de entretenimento no mundo.

formação de pacotes de filmes. Como a lei antitruste americana, que proibiu esse sistema para a distribuição de filmes, abrange somente o território americano, nos outros mercados os estúdios podem amarrar a compra dos filmes de maior bilheteria a outros que não fizeram tanto sucesso, geralmente em pacotes com cerca de 10 filmes.

O mercado de vídeo, hoje responsável por grande parte do retorno financeiro dos estúdios, surgiu em meados dos anos 80. O videocassete foi inventado ainda na década anterior, porém o seu lançamento no mercado e sua popularização se deram somente a partir da segunda metade da década seguinte, uma vez que inicialmente os estúdios se mostraram contrários à nova tecnologia, temendo a provável redução de público nos cinemas, e tentaram barrar a nova tecnologia judicialmente, alegando infração da lei que rege os direitos de reprodução (*copyright*) (AUGROS, 2000). De início, poucos americanos aderiram ao equipamento, e eram poucas as opções de filmes disponíveis, a maioria vídeos de ginástica e filmes pornográficos vendidos em pequenas lojas de bairro. Em 1984, a batalha judicial dos estúdios contra o videocassete foi vencida por Akio Morita, da Sony (EPSTEIN, 2008), e aos poucos os estúdios se renderam à nova tecnologia e foram ingressando no mercado, cedendo os direitos de seus acervos para a conversão em vídeo e criando divisões de suas empresas voltadas para o segmento de vídeo doméstico. O lançamento do sistema analógico de gravação e reprodução de vídeo passou ainda por uma outra disputa, entre empresas concorrentes que criaram formatos distintos e incompatíveis entre si: o VHS, da Matsushita e o Betamax, da Sony. O fator determinante nessa disputa foi a adesão dos estúdios, que em maioria preferiram o formato VHS que, apesar de uma qualidade de imagem inferior, permitia um tempo de gravação maior, o que decretou a falência do sistema concorrente (AUGROS, 2000).

O sistema digital de gravação e reprodução de vídeo e áudio começou a ser desenvolvido ainda década de 80, a partir do lançamento do CD<sup>11</sup>, sistema a laser desenvolvido pela Sony, em parceria com a Phillips, que revolucionou o mercado de áudio. No entanto, foram necessários alguns anos até que se desenvolvesse a tecnologia necessária para viabilizar a inclusão de um filme inteiro no disco a laser:

Embora tivesse conseguido, em meados da década de 80, digitalizar imagens gravadas em fita (colocando no mercado, em 1986, um gravador de vídeo digital), a Sony enfrentou uma formidável dificuldade ao tentar inserir um longa-metragem num disco óptico do tamanho do CD: o espaço de armazenamento. Para que a enorme

---

<sup>11</sup> Sigla para *Compact Disc*.

quantidade de informação em formato digital se acomodasse num disco de seis polegadas, era preciso comprimi-la por meio de uma tecnologia chamada “processamento de sinal digital”, de tal modo que não se percebesse nenhuma perda de qualidade na imagem. Essa magia digital, por sua vez, exigia chips e circuitos possantes que, naquela época, eram caros demais para serem incorporados a produtos de consumo doméstico. (EPSTEIN, 2008, p. 214)

No decorrer da década de 90, os avanços cada vez maiores da tecnologia, principalmente no campo da microeletrônica, viabilizaram o desenvolvimento de equipamentos domésticos de vídeo digital. Porém, como no caso do sistema analógico, mais de um formato foi desenvolvido, e novamente o mercado dividiu-se diante de opções incompatíveis:

No início de 1995, dois modelos se encontravam frente a frente. Os dois compartilhavam a mesma ambição de tornar obsoleta a fita magnética de vídeo a partir de uma tecnologia similar a dos CDs. Por um lado, Sony e Phillips propuseram um disco de capacidade de 3,7 megabytes, capaz de conter 135 minutos de filme. Por outro, Toshiba e Time-Warner desenvolveram um modelo diferente (denominado SD) de 4,8 megabytes capaz de armazenar também 135 minutos de imagens. (AUGROS, 2000, p. 247)<sup>12</sup>

Segundo relata Augros (2000), uma disputa semelhante ao embate VHS x Betamax estava se formando, havendo uma divisão tanto das empresas concorrentes no mercado de eletroeletrônicos quanto também de interesse dos grandes estúdios em aderir a um ou outro formato. Para evitar o confronto e as possíveis perdas, Sony e Toshiba fizeram um acordo para lançar um formato único, o qual denominaram DVD.

O mercado de entretenimento doméstico, até o final dos anos 80, foi dominado predominantemente pela locação de filmes, uma vez que as cópias eram oferecidas a preços altos pelos estúdios – em torno de 100 dólares – o que diminuía a compra pelo consumidor final e favorecia as locadoras, que as adquiriam em quantidade, reduzindo o custo unitário em até 40% (EPSTEIN, 2008). A venda no varejo – ou *sell-through* – ganhou força somente na década de 90, a partir do lançamento do DVD, e os departamentos de *home video* dos grandes

---

<sup>12</sup> Tradução própria, do texto original em espanhol: “A comienzos de 1995, dos modelos se encontraron frente a frente. Los dos compartían la ambición de dejar obsoleta la cinta magnética de los vídeos a partir de una tecnología emparentada con los discos compactos. Por un lado, Sony y Phillips propusieron un disco de una capacidad de 3’7 megabytes, capaz de contener 135 minutos de película. Por el otro, Toshiba y Time-Warner elaboraron un modelo diferente (denominado SD) de 4’8 megabytes susceptible de almacenar también 135 minutos de imágenes.”.

estúdios passaram a dominar cerca de 90% do mercado mundial. Em vista dos lucros obtidos com o mercado doméstico, os estúdios passaram a adquirir os direitos para distribuição de produções independentes e filmes estrangeiros nesse mercado, como as produções de animação japonesa, que nas últimas décadas conquistam cada vez mais fãs pelo mundo. O diretor de animação Hayao Miyasaki teve seu filme *A Viagem de Chihiro* (*Sen to Chihiro no Kamikakushi*, 2001), vencedor do Urso de Ouro do Festival de Cinema de Berlim e do Oscar 2003 de melhor longa-metragem de animação, distribuído pela Disney Pictures e por sua subsidiária Buena Vista International, e conquistou o mundo ocidental, garantindo não somente a distribuição dos filmes que produziu nos anos seguintes como também o lançamento em DVD de suas produções anteriores.

O mercado *sell-through* permitiu também aos estúdios relançarem antigos sucessos em edições especiais, ou comemorando décadas de aniversário ou reunindo vários filmes de uma mesma franquia em um pacote único, ou *box*, como é comumente chamado. Exemplos disso são os filmes das séries 007, Guerra nas Estrelas (*Star Wars*), Jornada nas Estrelas (*Star Trek*), Indiana Jones, e vários outros, assim como também coletâneas de filmes de um mesmo diretor (coleções de Alfred Hitchcock, Woody Allen, Blake Edward, etc.) ou de um mesmo gênero cinematográfico (comédia, aventura, suspense, terror, etc.). Também as séries e os programas de TV, tanto antigos quanto atuais, ganharam suas versões em DVD, o que capitalizou consideravelmente o acervo dos estúdios.

A alta capacidade de armazenamento do DVD, aliada às possibilidades de acesso direto a qualquer informação do disco – característica da tecnologia digital, similar ao do CD que permite o acesso a qualquer faixa de música do disco – também possibilitou a inclusão de informações adicionais aos filmes, como fotos, trailers, vídeos, comentários do diretor ou produtor, entrevistas com elenco e equipe, e vários outros recursos, o que ampliou ainda mais as possibilidades de diversificação de produtos nesse mercado. Alguns filmes ganham versões especiais com dois discos, sendo um com o filme e alguns “extras” básicos, e outro somente com informações especiais, muitas produzidas exclusivamente para o DVD; outros ganham novas versões, montagens diferentes de seu original exibido nas telas de cinema incluindo cenas adicionais, com uma versão de montagem diferente, dada pelo diretor (*director's cut*<sup>13</sup>), ou mesmo desconstruindo a ordem exibida originalmente, como no caso do filme *Amnésia*

---

<sup>13</sup> Nos Estados Unidos, a versão final de um filme é dada pelos executivos do estúdio, depois que o diretor finaliza a montagem do filme, o que nem sempre agrada aos autores artísticos da obra (EPSTEIN, 2008). Com o mercado de DVD, abriu-se a possibilidade de um diretor relançar um filme com a sua versão para a obra, ou incluir sua versão como um extra no DVD – o que, pela lógica de produção do cinema americano, passa também pelo aval do estúdio.



(*Memento*, Christopher Nolan, 2000), cujas cenas acontecem em ordem cronológica inversa, e no DVD ofereceu-se a possibilidade de assisti-lo também de forma linear.

### 2.3 O Marketing Cinematográfico

Como podemos perceber, pelos itens anteriores, os grandes estúdios de Hollywood deixaram de ser autônomos e passaram a fazer parte de grandes complexos de comunicação, e o cinema deixou de ser fonte de renda principal para tornar-se uma pequena parcela da receita desses grupos; suas relações de trabalho tornaram-se mais complexas, bem como os canais e as possibilidades de distribuição e diversificação de produtos ampliaram-se. No entanto, como também vimos, tudo depende principalmente do dia de estréia, da bilheteria de lançamento, e conseqüentemente, do público. Na mesma medida em que surgiram novos canais de entretenimento e de possibilidades a serem exploradas pelos filmes além da sala de cinema, também o público passou a contar com novas opções de consumo desses produtos audiovisuais, e em consequência a bilheteria nas salas reduziu drasticamente. A ameaça dos novos meios de comunicação, a partir do surgimento da televisão, tornou necessária a criação de estratégias para atrair o público às estréias no cinema. Por esse motivo, para garantir o sucesso de um filme é indispensável o esforço de divulgação e atração do público, tanto que os estúdios contam hoje com departamentos de marketing com equipes de profissionais trabalhando especificamente na definição da melhor estratégia para promover cada película.

O sinal verde para a produção também define o início de uma série de definições fundamentais para fazer com que o filme ganhe a visibilidade necessária. O ponto de partida é avaliar a que público ele se destina, e quais as principais características a serem valorizadas para a sua promoção. Goldberg (1991) utiliza o termo *movie packaging* – do inglês, *package* = pacote – para definir essas características, que são todos os valores adicionados à idéia do filme (como elenco, diretor, equipe, definições de criação e gênero, efeitos, etc.) que possam torná-lo mais atrativo, tanto para o público quanto para os possíveis investidores que garantem o financiamento da produção. Definida a estratégia do seu posicionamento, inicia o processo de sua promoção, desde a pré-produção até o lançamento. Uma das maiores dificuldades nesse processo é o fato de que a promoção de um filme é efêmera, considerando o objetivo maior que é a bilheteria de estréia. Uma vez que a estréia ocorra, o resultado dela irá afetar toda o processo comercial posterior da película, desde o seu tempo de permanência nos cinemas nas semanas posteriores, quanto seu valor comercial e potencial de retorno financeiro nas demais janelas de exibição.

Considerando o modelo AIDA<sup>14</sup> de hierarquia de resposta do consumidor, um plano de marketing cinematográfico precisa fazer com que o público passe satisfatoriamente pelas quatro etapas – Atenção, Interesse, Desejo e Ação – no período que vai da pré-produção até o “dia D”. Durante a etapa inicial, de pré-produção, o objetivo principal é anunciar a produção, ou seja, fazer com que o público tome conhecimento que o filme está sendo desenvolvido (Atenção); durante o processo de produção e pós-produção, é preciso fazer com que o público acompanhe a cada passo o que está acontecendo (Interesse), e crie com o filme um vínculo afetivo forte o suficiente (Desejo) que o faça ir a uma sala de cinema e assisti-lo tão logo ele entre em cartaz (Ação). Para atingir esse fim, os estúdios trabalham com um mix de comunicação cada vez mais amplo e variado, numa guerra pela atenção e preferência do público. Conforme dados da Nielsen Monitor-Plus apresentados por Galloway (2004), os gastos com propaganda pelos grandes estúdios, em 2003, atingiram a marca dos 3,3 bilhões de dólares, ultrapassando em mais de 200 milhões os investimentos do ano anterior. Segundo Augros:

Sessenta por cento dos custos de publicidade são gastos durante a estréia do filme. Em caso de ser mal-sucedida, o investimento é perdido. Ao contrário, um filme que consegue um sucesso maior do que o previsto pode ser apoiado por uma campanha adicional. (AUGROS, 2000, p.131)<sup>15</sup>

As estratégias de comunicação de um filme dividem-se principalmente entre propaganda, publicidade e promoção. A propaganda consiste em comprar espaços nos principais meios e veículos de comunicação para anunciar o filme, esforço que se concentra quase que totalmente nas semanas que antecedem a sua estréia. Já a publicidade e a promoção consistem em todos os esforços e ações com objetivo de gerar mídia espontânea para o filme, seja espaço gratuito nos veículos de comunicação ou divulgação boca-a-boca.

Antigamente, os esforços para gerar publicidade para um filme consistiam principalmente em distribuição de notas e kits de imprensa, e também eventos como sessões de entrevistas com elenco e equipe (*press junkets*) e exibições fechadas do filme para a imprensa (*previews*), como forma de motivar os veículos a publicarem notícias e informações

---

<sup>14</sup> Um dos quatro modelos de hierarquia de resposta do consumidor mais conhecidos, utilizados para a gerência de um plano de comunicação integrada de marketing. As quatro etapas compreendem os três estágios de resposta, cognitivo (atenção), afetivo (interesse e desejo) e comportamental (ação) (KOTLER, 2000).

<sup>15</sup> Tradução própria, do texto original em espanhol: “*El 60 por ciento del coste de la publicidad se gasta durante el estreno de la película. En caso de no tener éxito, la inversión se ha perdido. Por el contrario, una película que consigue un éxito más importante que el previsto puede ser apoyada por una campaña adicional.*”.

sobre as produções. Hoje em dia, as estratégias de promoção estão cada vez mais diversificadas, incluindo desde as atividades já mencionadas até principalmente o uso da internet e de ações de *no media*<sup>16</sup>, como forma de causar impacto e atrair a atenção em meio à enxurrada de informação do nosso cotidiano.

Ao longo da produção de um filme, ações vão sendo lançadas para fazer com que tanto a mídia especializada quanto o público acompanhem a produção. Um dos meios mais comuns para divulgação de um filme são as salas de cinema. Cartazes e *teasers*<sup>17</sup> muitas vezes são exibidos nas salas desde o início da produção do filme, tão logo são fechados os acordos de distribuição. Em alguns casos, são realizadas gravações de cenas exclusivamente para a composição dos *teasers*, que não mostram o filme em si, mas provocam a curiosidade do público para os *trailers* posteriores, lançados semanas antes do lançamento do filme, esses sim mostrando sequências de cenas e o enredo do filme (GOLDBERG, 1991). Os estúdios competem pelo tempo de tela que os exibidores destinam à exibição de *teasers* e *trailers*, e geralmente negociam esses espaços de veiculação, vinculando-os ao contrato de exibição de seus principais filmes (EPSTEIN, 2008).

A televisão tornou-se um meio também importante para manter a atenção do público presa aos acontecimentos de Hollywood. Além da veiculação de spots e comerciais de 30 e 60 segundos, algo extremamente caro, porém fundamental nas semanas que antecedem o lançamento de um filme, a possibilidade de veiculação de notícias sobre as produções permite aos estúdios levar os astros do cinema para dentro dos lares de seu público-alvo. Segundo Goldberg (1991), a televisão como oportunidade para promoção de filmes ganhou força a partir da exibição de filmes na TV, uma vez que a duração média de 100 minutos de um filme abria uma brecha de cerca de 20 minutos na grade de programação até o início da hora seguinte, o que costumava ser preenchido em parte com comerciais de anunciantes da emissora e completados com materiais diversos produzidos pelas próprias emissoras. Como forma de aproveitar esses espaços, oferecendo às emissoras uma alternativa para manter a atenção dos espectadores durante os grandes intervalos de tempo, nasceu o *featurette*<sup>18</sup>, que

---

<sup>16</sup> O termo *no media*, atualmente caindo em desuso no meio publicitário por ser muito amplo, surgiu para definir ações de comunicação que fogem às mídias impressas e eletrônicas tradicionais (VERONEZZI, 2005). No contexto do trabalho, refere-se a ações promocionais de filmes que fogem ao convencional e geram mídia espontânea, como no exemplo do filme *Dark Knight*, que é apresentado na página seguinte.

<sup>17</sup> Os *teasers*, ou *advance trailers* são filmes curtos, de cerca de 90 segundos, cujo objetivo é despertar a curiosidade do público para o filme que está sendo produzido, e tem essa denominação por serem veiculados muito tempo antes do filme estrear. Os *trailers* posteriores, com cerca de 2 a 3 minutos, e que contém cenas do filme, antigamente eram chamados de *coming attractions*. (GOLDBERG, 1991)

<sup>18</sup> Não há uma tradução oficial para o termo *featurette*, sendo utilizado muitas vezes os termos curta de bastidores, vídeo de bastidores, e, mais recentemente, cenas de *making of*, como discutiremos no próximo capítulo.

consiste em um vídeo documental de curta duração, em média entre 8 a no máximo 15 minutos, mostrando cenas dos bastidores de produção de um filme, algumas vezes com depoimento de um ator ou membro da equipe falando sobre a produção. À medida que as emissoras de TV começaram a exibir o *featurette*, os estúdios passaram a produzir e também competir por esse espaço de veiculação. Goldberg (1991) cita um caso de exceção, de um *featurette* com 49 minutos de duração, do filme Império do Sol (*Empire of the Sun*, 1987), e credita sua veiculação ao prestígio do diretor Steven Spielberg, e também ao fato de o longa-metragem ter sido filmado na China, o que garantiu um alcance internacional à peça.

Inicialmente produzido para ser exibido na televisão, com o passar de décadas esses vídeos promocionais de bastidores ganharam outra aplicação: a internet. A rede mundial de computadores também é uma ferramenta poderosa nesse novo milênio para atrair espectadores ao cinema. Atualmente, é praticamente inviável a um filme ter uma boa divulgação sem um site oficial com ficha técnica, sinopse, fotos e vídeos da produção, notícias e outros recursos que atraiam os internautas. O cinema contemporâneo não sobrevive sem o público jovem, e o melhor meio para conversar com esse público é o meio virtual. Um exemplo de filme que ganhou fama internacional e sucesso internacional de bilheteria devido à internet como meio de promoção foi A Bruxa de Blair (*The Blair Witch Project*, Myrick e Sánchez, 1999), cuja história ganhou ares de lenda e foi explorada como fato real durante meses antes do seu lançamento, conquistando uma legião de curiosos e fãs que lotaram os cinemas.

Outro exemplo de ação bem-sucedida, que se desenvolveu em escala mundial, foi a promoção do filme Batman – O Cavaleiro das Trevas (*The Dark Knight*, Christopher Nolan, 2008), que levou fãs de mais de 70 países a uma gincana por pistas, tanto na internet quanto em lugares reais, como em dois shoppings de São Paulo. A ação se desenvolveu durante meses na forma de um *Alternate Reality Game* (ARG), estratégia de marketing que se torna cada vez mais comum no meio cinematográfico. Como descreve Patrícia Burrowes,

Trata-se de um misto entre narrativa de ficção, promoção de marketing, jogo interativo e caça ao tesouro, que se desenrola em diversas plataformas, desde a internet, até correio comum, incluindo telefones celulares, jornais, cartazes, estêncil, filmes no *Youtube*, entre outros. Aos espectadores-jogadores cabe aceitar o desafio de percorrer um roteiro que vai se revelando aos poucos, conforme eles descobrem pistas, resolvem problemas, compartilham segredos, buscam por mais informações até desvendar um mistério central que articula os diversos eixos da história. (BURROWES, 2008, p. 47)

A quantidade de ações e peças promocionais varia para cada filme, dependendo do seu orçamento. No entanto, algumas estratégias básicas são comuns a todas as grandes produções americanas, como sites, cartazes, *teaser* e *trailers*, e a grande veiculação de comerciais na mídia impressa e eletrônica na véspera do lançamento, sempre proporcional ao orçamento de cada filme. O lançamento nas demais janelas de exibição, por sua vez, requer um esforço de marketing proporcional ao sucesso de bilheteria. Filmes bem-sucedidos geram mais lucros nos demais mercados, e muito mais mídia espontânea também. Mesmo assim, podem ganhar outros investimentos em propaganda para os lançamentos no mercado internacional e doméstico. O sucesso de um filme pode também significar a produção de uma sequência, transformando a produção em uma franquia cinematográfica. Nesse caso, as estratégias de marketing do filme anterior, já conhecido pelo público, podem servir também para promover a nova produção, realimentando o ciclo que inicia. Um exemplo disso é quando um filme tem seu lançamento em vídeo, ou na televisão, programado para a véspera do lançamento de sua sequência nos cinemas. Quando o filme *Os Caçadores da Arca Perdida (Raiders of the Lost Ark, Spielberg, 1981)* foi lançado em VHS, em 1984, foi incluído na fita, antes de iniciar o filme, o trailer de *Indiana Jones e o Templo da Perdição (Indiana Jones and the Temple of Doom, Spielberg, 1984)*, em vias de estrear nas salas de cinema (AUGROS, 2000); o mesmo ocorre com diversas outras franquias. Tanto o mercado de vídeo impulsiona o público às salas de cinema quanto também a expectativa de assistir a sequência de um filme estimula a revê-lo em vídeo.

O lançamento de filmes no mercado doméstico é oportunidade para promover tanto o próprio filme quanto uma possível sequência, assim como também as novas produções de um estúdio. A grande capacidade de armazenamento de informações do DVD, bem como a possibilidade de criação de menus interativos, possibilita a inclusão das peças promocionais dos filmes em um pacote comumente chamado de “extras de produção”. O pacote básico contém os trailers produzidos para cinema e TV, entrevista com o diretor, produtor, e/ou elenco, comentários sobre o filme (uma faixa extra de áudio que é executada junto com o filme, onde diretor, produtor e/ou parte do elenco comentam momentos da produção do filme, à medida que ele vai sendo exibido na tela), cenas de bastidores (*featurettes*), ou mesmo storyboards conceituais do filme, no caso de animações ou filmes de ficção científica. Algumas vezes também são produzidos materiais exclusivamente para o lançamento – ou relançamento – de um filme em DVD, como versões alternativas do filme e documentários sobre a produção, chamados de *making of*. O capítulo seguinte será dedicado especificamente

ao estudo do *making of* e suas características, bem como seu posicionamento e atuação no mercado de *home video*, no contexto dos extras de produção de um filme.

### 3 SOBRE O FAZER ALÉM DO FILME

Definir o que é *making of* talvez não seja uma tarefa muito simples. Conversando informalmente a respeito do assunto com pessoas de diversos níveis de formação, de leigos a apaixonados por cinema, podemos perceber visões diferentes. Há quem utilize o termo referindo-se a todo o conjunto de informações extras de um DVD, por exemplo. Ou então especificamente a uma entrevista com o diretor ou ator de um determinado filme ou série de TV, que assistiu na televisão, pela internet, ou mesmo entre outros extras de um DVD. Mesmo sites especializados em cinema falam em “cenas de *making of*” referindo-se a vídeos curtos com imagens do set de filmagem de alguma produção, que o diretor ou produtor disponibilizou ao público em seu *videoblog*. Não temos, portanto, a pretensão de apresentar neste trabalho um consenso ou uma definição universal do que seja *making of*. Apenas procuraremos analisar alguns aspectos, dentro do panorama da indústria cinematográfica americana que abordamos no capítulo anterior, a partir dos quais seja possível traçar algumas características básicas desse produto, assim como perceber de que forma ele interage tanto com o filme quanto com os demais produtos derivados deste.

#### 3.1 Percepções do *Making of*

O primeiro aspecto que devemos considerar, no que diz respeito aos diversos entendimentos a respeito do *making of*, é a sua própria denominação. ***Making of*** vem do inglês, e significa, traduzindo literalmente, “fabricação de”, ou “criação de”. O termo, na sua origem, é amplamente utilizado para definir qualquer processo de realização. Muitos livros em inglês que tratam de temas diversos, apresentando o modo como algo é realizado ou produzido, têm no seu título ou subtítulo os dizeres: “*The making of...*”. O livro “Fazendo Carnaval – *The making of carnival*”, publicação bilíngue (português-inglês) da autora Rosa Magalhães, que aborda o processo de desfile de uma escola de samba no carnaval, é um exemplo disso. No entanto, há uma certa confusão, ou melhor, má utilização do termo em algumas traduções ou descrições em português. Não é o caso do título da obra, que o faz de forma correta (Fazendo = *The making of*), mas a descrição desse mesmo livro em um site de compras online<sup>19</sup> traz a seguinte sentença: “Ilustrado com 200 fotos a cores de Oseas

<sup>19</sup> Americanas.com, disponível em <<http://www.americanas.com.br/AcomProd/1472/741991>>, acesso em 01 de novembro de 2009.

Jarmouch, o livro *revela o making of do desfile* de uma escola de samba.”. O termo, nesse caso – que poderia ter sido traduzido para “os bastidores”, por exemplo –, não tem um significado próprio na sentença em português, exceto para aqueles que tenham alguma concepção prévia do significado do termo na sua origem.

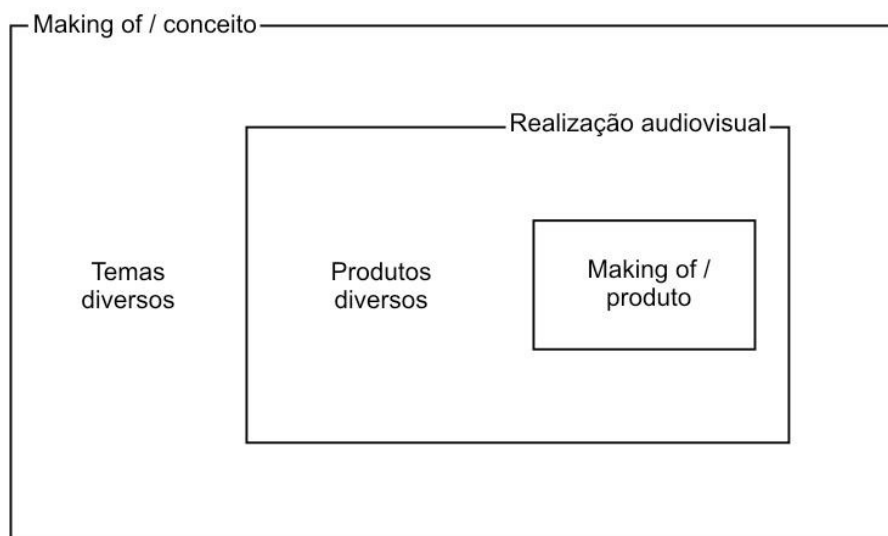
No contexto geral da realização audiovisual, o conceito de *making of* implica o processo de concepção e realização de um produto audiovisual, seja um filme, um programa de televisão, um videoclipe musical, um vídeo comercial, etc. Refiro-me a **conceito** inicialmente, e não ainda ao **produto**, para salientar uma diferença importante entre ambos: o processo de concepção de um produto audiovisual – ou seja, o *making of* enquanto conceito – pode ser apresentado de diversas formas (produtos). Um exemplo é o livro *Cidadão Kane – O Making of (The making of Citizen Kane)*, escrito por Robert L. Carringer e publicado originalmente em 1984<sup>20</sup>, que apresenta o processo de produção desse famoso filme, do diretor Orson Welles. O livro aborda a relação do diretor com os membros da equipe e do elenco ao longo das diversas etapas de sua realização, bem como traz fichas técnicas, fotos, esboços conceituais e *storyboards* de produção. Conceitualmente, a obra é um *making of* do filme, pois trata de seu processo de realização; no entanto, enquanto produto, na sua forma de apresentação, trata-se de um livro, uma publicação impressa, com toda a estrutura e os aspectos narrativos e literários comuns a todos os demais produtos desse tipo.

Pensando agora no que é considerado *making of* enquanto produto, dentro do contexto da produção audiovisual, chegamos ao que talvez possa ser considerado como a sua primeira característica básica: *todo making of é, em si, um produto audiovisual, que apresenta o processo de produção de um outro produto, também audiovisual*. Ou seja, o produto *making of* é também um filme, programa de televisão, etc., que conta a história de como foi feito um outro filme, ou programa de televisão, ou videoclipe musical, etc., com uma narrativa documental e com a autoria de um diretor ou produtor, que pode ou não ser o mesmo diretor ou produtor do objeto ao qual se refere. Podemos, perceber então, como ilustra a figura 2, que o produto audiovisual conhecido como *making of* pertence a um grupo de outros produtos que abordam o mesmo tema – o processo de realização audiovisual –, e que esse grupo de *produtos de making of* também se insere em um contexto mais amplo, o do processo de produção/fabricação de qualquer outro tema/objeto:

---

<sup>20</sup> Uma edição revisada e atualizada foi publicada em 1996 (CARRINGER, 1996), e a edição em português, conforme o título citado no texto, foi publicada pela editora Civilização Brasileira, no ano de 1997 (Fonte: site Estante Virtual <<http://www.estantevirtual.com.br/Robert-L-Carringer-Cidadao-Kane-o-Making-Of-25124635.html>>, acesso em 10 de novembro de 2009).





**FIGURA 2 – *Making of / conceito X making of / produto***

Definir o *making of* como um produto audiovisual pode parecer amplo demais, mas o fato é que, como veremos ao longo deste capítulo e nos casos analisados no capítulo seguinte, não há um formato padrão que nos permita caracterizá-lo simplesmente como um filme, ou delimitá-lo em termos de formato de exibição ou mesmo tempo de duração. Há *making ofs* que variam de curta a longa-metragens, sequenciais ou divididos em blocos ou episódios, com formato de programa de televisão, de filme ou de videoclipe.

Bill Nichols (2005, p. 47) define o documentário como “uma representação do mundo em que vivemos”. Apesar de não apresentar uma definição fechada do que seja o gênero, o autor analisa o tema sob a perspectiva de modelos e protótipos:

Mais do que proclamar uma definição que estabeleça de uma vez por todas o que é o que não é documentário, precisamos examinar os modelos e protótipos, os casos exemplares e as inovações, como sinais nessa imensa arena em que atua e evolui o documentário. A imprecisão resulta, em parte, do fato de que definições mudam com o tempo e, em parte, do fato de que, em nenhum momento, uma definição abarca todos os filmes que poderíamos considerar documentários. (NICHOLS, 2005, p. 48)

Dentre os ângulos sob os quais o autor apresenta diferentes aspectos que circundam uma definição do gênero, o aspecto textual identifica algumas das convenções narrativas comuns a esse tipo de filme:

Há normas e convenções que entram em ação, no caso dos documentários, para ajudar a distingui-los: o uso de comentário com voz de Deus, as entrevistas, a gravação

de som direto, os cortes para introduzir imagens que ilustrem ou compliquem a situação mostrada numa cena e o uso de atores sociais, ou de pessoas em suas atividades e papéis cotidianos, como personagens principais do filme. [...] Outra convenção é a predominância de uma lógica informativa, que organiza o filme no que diz respeito às representações que ele faz do mundo histórico. (NICHOLS, 2005, p. 54)

Analisando sob esse aspecto, o *making of* é um documentário e em nada se difere dele. Apresenta elementos como narração, entrevistas com elenco e equipe, imagens de arquivo, e aspectos de montagem conduzindo todos esses elementos de acordo com a visão de seu criador sobre o tema apresentado. Poderíamos simplesmente considerá-lo como uma temática de vídeos e filmes documentários, caso fôssemos analisar somente sob esse aspecto. O que não seria incorreto, visto que todos os filmes de *making of* citados neste trabalho, conforme descritos em suas fichas técnicas no IMDb, têm essa classificação de gênero. O caráter documental do *making of*, conforme sugere Bill Nichols (2005), também contribui para a dificuldade de uma definição mais específica para esse tipo de produto no meio audiovisual:

Documentário é o que podemos chamar de “conceito vago”. Nem todos os filmes classificados como documentário se parecem, assim como muitos tipos diferentes de meios de transporte são todos considerados “veículos”. [...] Os documentários não adotam um conjunto fixo de técnicas, não tratam de apenas um conjunto de questões, não apresentam apenas um conjunto de formas e estilos. Nem todos os documentários exibem um conjunto único de características comuns. (NICHOLS, 2005, p. 48)

Ainda assim, o *making of* parece distinguir-se de outros tipos de documentário, não na sua narrativa, formato ou tempo de duração, mas em outro aspecto que diz respeito diretamente à sua concepção, e reflete na sua distribuição e exibição. No caso específico do *making of*, há uma exploração comercial que o vincula a seu tema. Um filme mostrando a produção de outro filme, quando visto de forma isolada, é um documentário a respeito dessa produção. No entanto, se a exibição ou veiculação desse documentário é utilizada como instrumento de promoção do filme-tema ou de sua franquia cinematográfica, em um de seus diversos ciclos de exploração comercial, ele passa a ser também um subproduto dessa franquia. Chegamos, então, a mais uma característica do produto *making of*: o vínculo promocional e mercadológico com o ciclo de vida de seu objeto de análise. Esse vínculo não se refere somente à forma de exploração comercial do *making of* depois de finalizado, mas

interfere no seu processo de produção, uma vez que o faz subordinado ao plano mercadológico do filme ao qual diz respeito.

### 3.2 Aspectos Mercadológicos

Pensando em documentários em geral, todos eles, ao desenvolverem um determinado tema, atuam em favor dele, seja divulgando uma realidade social, imprimindo um discurso ideológico, ou simplesmente mostrando algo sob um determinado ponto de vista. Ainda segundo Nichols:

O fato de os documentários não serem uma reprodução da realidade dá a eles uma voz própria. Eles são uma *representação* do mundo, e essa representação significa uma visão singular do mundo. A voz do documentário é, portanto, o meio pelo qual esse ponto de vista ou essa perspectiva singular se dá a conhecer.

A voz do documentário pode defender uma causa, apresentar um argumento, bem como transmitir um ponto de vista. Os documentários procuram nos persuadir ou convencer, pela força do seu argumento, ou ponto de vista, e pelo atrativo, ou poder, de sua voz. A voz do documentário é a maneira especial de expressar um argumento ou uma perspectiva. (NICHOLS, 2005, p. 73)

A diferença é que, no caso do *making of*, há um caráter promocional que é diretamente relacionado a um acréscimo de valor comercial, ou à manutenção do interesse do público em determinado filme ou franquia. O *making of* de um filme exibido na televisão nas semanas que antecedem o lançamento de sua sequência nos cinemas terá o objetivo de aumentar o interesse e a expectativa do público com relação a esse filme, para aumentar a procura e, conseqüentemente, a bilheteria, na sua semana de estréia. Já um *making of* produzido especialmente para fazer parte dos extras de um DVD terá como objetivo agregar um valor adicional a esse produto, com intenção de aumentar as vendas no mercado doméstico.

Mas esse vínculo não se aplica somente a sua distribuição e exibição. Há também uma subordinação, mesmo que sutil, da narrativa e do discurso do *making of* aos objetivos de marketing do filme. Como vimos no capítulo anterior, o sinal verde do estúdio marca não somente o início da produção de um filme como também os esforços de marketing relacionados à sua comercialização. O planejamento de marketing define as características e

os pontos principais no *packaging* do filme que deverão ser explorados pelo mix de comunicação. O *making of*, sendo parte do conjunto de produtos derivados da produção de um filme, está vinculado a esse planejamento, dando ênfase à técnica e aos efeitos especiais de um filme de ficção científica, ou valorizando os feitos do ator que dispensou dublês para fazer as cenas mais perigosas de um filme de aventura, por exemplo.

As estratégias de promoção de um filme transitam na linha que divide ficção e realidade, principalmente no que diz respeito aos astros que protagonizam as principais produções hollywoodianas, motivo pelo qual o caráter documental do *making of*, da mesma forma que o conteúdo de qualquer outra peça promocional de um filme, está subordinado sempre à imagem que se quer valorizar, tanto do filme quanto também de seus protagonistas. A prática de celebrar astros e estrelas surgiu na época dos grandes estúdios, quando atores e atrizes, que pertenciam aos estúdios, tinham desde seus nomes até suas biografias completas criados por relações públicas, profissionais contratados para trabalhar suas imagens perante o público (EPSTEIN, 2008). E essa prática perdurou e se aperfeiçoou ao longo da história do cinema:

Com o aperfeiçoamento do sistema de relações públicas ao longo das décadas, e os estúdios estendendo sua influência por quase toda a mídia de entretenimento, a reputação dos astros tornou-se uma moeda cada vez mais valiosa para eles e para os estúdios. Hoje em dia, a vida e a experiência dos astros – reais ou forjadas – podem ser embaladas, vendidas, licenciadas e promovidas em dimensões vertiginosas. (EPSTEIN, 2008, p. 298)

Uma vez que os atores e as atrizes procuram manter-se dentro dos personagens mesmo fora das telas, principalmente em eventos que promovam o filme – como as turnês de lançamento mundial, coletivas de imprensa, participações em programas de televisão, etc. –, é de se esperar que os depoimentos dados para as gravações de bastidores estejam também de acordo com os perfis traçados sobre a sua personalidade. Esse pseudo-realismo, no entanto, não descaracteriza o *making of* como documentário, uma vez que, segundo Nichols:

Os documentários mostram aspectos ou representações auditivas e visuais de uma parte do mundo histórico. Eles significam ou representam os pontos de vista de indivíduos, grupos e instituições. Também fazem representações, elaboram argumentos ou formulam suas próprias estratégias persuasivas, visando convencer-nos a aceitar suas opiniões. (NICHOLS, 2005, p. 30)

No caso do *making of*, assim como de outros produtos de bastidores de filmes, o ponto de vista apresentado será predominantemente o do estúdio, uma vez que esse trabalho estará

condicionado à imagem e às características que se quer promover do filme para o público. Não que a visão do diretor não esteja presente, uma vez que é ele quem vai dar o ritmo, a montagem, selecionar os trechos de entrevistas, imagens de bastidores, e dar o estilo e a linguagem mais apropriadas dentro da temática e da proposta da obra que estiver apresentando.

É prática dos estúdios destinarem a produção do *making of* a um diretor especializado em documentários, ou mesmo a uma produtora independente associada com experiência na produção de filmes do gênero. Diretores como Laurent Bouzereau, por exemplo, que tem na sua filmografia *making ofs* de obras de diversos diretores como Steven Spielberg, Brian de Palma e Alfred Hitchcock, entre outros, totalizando mais de 200 trabalhos ao longo de sua carreira (IMDb), incluindo o *making of* da trilogia *De Volta para o Futuro*, que analisaremos no capítulo seguinte.

Outro aspecto que podemos destacar com relação ao *making of* diz respeito à sua adaptabilidade. Assim como um filme depois de lançado nos cinemas pode ser relançado em outros meios, como televisão e DVD, aumentando ou realimentando seus ciclos de vida comercial, também um *making of*, sendo um produto audiovisual, pode ser reformatado e relançado. A diferença é que esse relançamento acontece não em função de um ciclo de vida comercial próprio, enquanto produto audiovisual, mas para realimentar a promoção do ciclo de vida do filme a que se refere. Um *making of* produzido originalmente para a televisão, e exibido para promover o lançamento de uma franquia nos cinemas, pode posteriormente ser incluído como parte dos extras de seu DVD, ou então ser reexibido para promover seu lançamento nas redes de TV a cabo, por exemplo. São exemplos disso o *making of* produzido sobre a saga Guerra nas Estrelas (*Star Wars*), exibido em horário nobre na TV a cabo na década de 90, por ocasião do relançamento nos cinemas da trilogia remasterizada e com cenas inéditas. Também o documentário sobre a saga da família Corleone, *The Godfather Family: A Look Inside* (Jeff Werner, USA, 73min.), exibida na TV em 1990, e que anos mais tarde passou a integrar o box da trilogia, quando do seu lançamento em DVD.

### 3.3 Origens Possíveis

A exploração dos bastidores do cinema como forma de promover filmes não é algo recente. Alfred Hitchcock, em 1960, utilizou os cenários de um de seus filmes – *Psicose* (*Psycho*) – como forma de promover seu lançamento. O trailer produzido pelo diretor, em termos de conteúdo, não pode ser considerado propriamente como um *making of*, já que em

momento algum se faz qualquer alusão ao processo de produção em si. Ao contrário, a narrativa da peça gira em torno dos terríveis acontecimentos que tiveram lugar no cenário apresentado pelo mestre do suspense. Hitchcock passeia pelos aposentos do Motel Bates descrevendo indiretamente personagens e momentos que serão vistos no filme, mantendo o foco de atenção e a curiosidade do público sempre dentro do universo criado por ele na obra. A única indicação no trailer que deixa claro se tratar dos bastidores de produção são as legendas que convidam o espectador a um passeio pelo local onde foi feito o novo filme do diretor, como vemos na figura a seguir:



**FIGURA 3 – Legendas iniciais do trailer do filme Psicose**

Não fosse pelo texto, indicando tratar-se do cenário de um filme, o lugar apresentado passaria simplesmente como o local onde ocorreu um crime, totalmente inserido dentro do universo fílmico, estratégia comum aos *trailers* cinematográficos. No entanto, mesmo sem explorar o processo de produção do filme, ou desconstruir seu universo, Hitchcock instiga no público a curiosidade de visitar o local, “fazer um tour” pelos cenários onde o filme foi realizado, premissa comum aos filmes de bastidores<sup>21</sup>, que apelam à curiosidade de ver algo além do filme, entender como ele foi criado.

Como vimos no capítulo anterior, com o surgimento da televisão e a partir do momento em que os estúdios passaram a produzir conteúdo e também a utilizar o novo meio como um instrumento de promoção de seus filmes, um dos recursos utilizados foi a produção de programas curtos mostrando cenas de bastidores, os chamados *featurettes*. Mas, segundo explica Goldberg (1991, p.50-51), antes mesmo já se produzia, ainda que raramente, algum material desse tipo, que era veiculado nas salas de cinema, como “uma oportunidade de os

<sup>21</sup> O termo em inglês “behind-the-scenes footage”, ou filme de bastidores, é utilizado para referir-se a produções completas ou somente cenas que mostram uma produção por detrás das câmeras, em um contexto amplo, como o utilizado no texto. No entanto, também podemos encontrar o termo, em ambos os idiomas, referindo-se especificamente a produtos como videoclipes, *featurettes* e também para *making of*s.

espectadores verem seus astros favoritos em uma situação aparentemente informal, ao mesmo tempo em que promoviam a relação de filmes do estúdio”<sup>22</sup>. Como descrito pelo autor, essa peça produzida para o cinema parece mais próxima da antiga prática do cine-jornal, ou de um vídeo comercial, do que propriamente um filme com formato mais documental. Mesmo assim, é possível perceber um princípio do que posteriormente veio a ser o *making of* como instrumento de promoção de um filme, ao menos na intenção de mostrar o que há por trás das câmeras. Não temos, porém, como precisar exatamente quando se produziu o primeiro *making of*, nem a partir de que momento passou a ser denominado dessa forma.

O *featurette* poderia ser considerado como um antepassado mais direto do *making of*, uma vez que já possui elementos narrativos que mais se assemelham à prática documental. Sua produção, como visto no capítulo anterior, surgiu para suprir uma brecha de poucos minutos nas grades de programação televisiva. Essa prática persiste até hoje, principalmente nos canais de TV a cabo que pertencem aos mesmos grupos de comunicação das *majors* americanas. Um exemplo claro disso é o programa *What's On*, exibido pelo canal *Universal Channel* nos intervalos de sua programação. Os programas, contendo em média 5 minutos de duração, preenchem espaços entre a exibição de um filme ou série e seu programa posterior, principalmente no caso dos filmes, quando seu término abre uma brecha de mais de 10 minutos até o horário previsto para iniciar a próxima atração do canal. O programa tem uma versão mais longa, chamada “*What's On Especial*”, com cerca de 30 minutos de duração, incluindo intervalos comerciais, que explora alguma produção, ou um tema relacionado a várias produções, mais profundamente do que o breve *preview* de poucos minutos. Em termos de conteúdo, o programa varia entre bastidores, curiosidades e também novidades tanto com relação à programação do canal (séries, programação de filmes do mês, etc.), assim como também com o que está em produção e em vias de ser lançado nas salas de cinema pelo estúdio.

O fato de tanto o *featurette* quanto o *making of* coexistirem hoje sugere que existam diferenças entre as duas peças, ou ao menos diferentes compreensões entre os dois termos. Como vimos no capítulo anterior, o primeiro surge como uma breve amostra de como a produção de um filme está acontecendo, como forma de promover uma produção que será lançada posteriormente. O segundo, por outro lado, implica a apresentação do processo de produção do filme, ou seja, ambos giram em torno da mesma temática: os bastidores de

---

<sup>22</sup> Tradução própria, do texto original em inglês: “*This short movie, shown in the theatres, gave viewers a chance to see their favorite stars on the set in apparently informal situations while it simultaneously promoted the studio’s slate of films.*”.

produção – o que, em inglês é chamado de *behind the scenes*. Uma característica a diferenciar o *featurette* e o *making of* talvez resida não no tempo de duração, uma vez que um *making of* pode variar de curta a longa-metragem, e, como já vimos, apesar de um *featurette* ter um tempo médio padrão, pode também ser longo, como no caso do já citado filme Império do Sol, de Spielberg. A diferença principal entre as duas peças talvez esteja na sua finalidade.

O *featurette*, por ser uma peça promocional de pré-lançamento, tem um caráter narrativo que visa estimular a curiosidade do público, para que este compareça à estréia do filme nas salas de cinema, o que lhe confere aspecto de notícia. Atualmente, os vídeos de bastidores são veiculados não somente na televisão, como de início, mas principalmente na internet, meio cada vez mais utilizado para comunicar e informar o público sobre as novas produções de Hollywood. Os sites oficiais dos filmes assim como também páginas pessoais de diretores, produtores e outros profissionais do cinema, cada vez mais apresentam fotos, notícias e também breves vídeos mostrando os bastidores das produções em andamento, como um diário para os fãs e interessados acompanharem o processo de criação dos filmes.

O *making of*, por sua vez, atua como agente esclarecedor, e fala principalmente ao público que já assistiu ao filme, o que lhe confere um caráter de informação adicional sobre a obra. Raramente um *making of* é lançado antes da estréia de um filme – não que não possa acontecer –, já que, ao explorar a criação e o desenvolvimento do processo produtivo com maior profundidade, poderia desestimular a curiosidade e o interesse do público em ver a produção na sua estréia. O oposto também é válido; uma vez que o filme tenha sido lançado, o *featurette* perde em força a sua característica de instigar o público, influenciado por opiniões de quem já assistiu ao filme e também pelas críticas da imprensa especializada.

O caráter comercial das duas peças também difere pelo papel que desempenham dentro do mix de comunicação de um filme. O *featurette* tem um caráter comercial mais direto, assemelhando-se a um trailer ou comercial de televisão, visto que tem uma intenção implícita no seu discurso de mobilizar o interesse do público para a estréia do filme. Já o *making of* atua indiretamente, adicionando valor comercial ao filme em suas janelas de exibição posteriores, e alimentando as vendas no mercado de *home video* ao apresentar uma nova visão sobre o filme, já conhecido pelo público. No entanto, o *making of* pode também ser utilizado para promover a estréia de uma sequência do filme, mantendo aceso o interesse do público pelo universo construído e já conhecido, e provocando o espectador a ver o que mais esse universo pode mostrar na produção que irá estrear. O caso citado antes, da trilogia Star Wars, é um dos mais famosos, onde a primeira trilogia, bem como os documentários e especiais sobre a sua produção, reforçam a atenção do público e dos fãs para a trilogia lançada



posteriormente. Outro caso é a franquia de filmes do herói Indiana Jones. O lançamento em DVD do box com a trilogia – Os Caçadores da Arca Perdida (*Raiders of the Lost Ark*, Spielberg, 1981), Indiana Jones e o Templo da Perdição (*Indiana Jones and the Temple of Doom*, Spielberg, 1984) e Indiana Jones e a Última Cruzada (*Indiana Jones and the Last Crusade*, Spielberg, 1989) – assim como o *making of* produzido para fazer parte dessa edição – *Indiana Jones: Making the Trilogy*, do diretor Laurent Bouzereau –, no ano de 2003, mantiveram aceso o interesse do público na possibilidade de produção de um novo filme para a série, o que se confirmou com o lançamento em 2008 de Indiana Jones e o Reino da Caveira de Cristal (*Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull*, Spielberg).

Além das diferenças que destacamos entre as duas peças, percebemos também que há uma relação de proximidade entre elas, ao considerarmos que o *featurette* retrata um momento da produção de um filme, enquanto que o *making of* geralmente compreende o todo, o processo de produção do filme de forma mais completa, o que implica o entendimento de que o primeiro está contido no segundo. Isso leva a, independente das diferentes aplicações promocionais ou mesmo diferenças de aspectos narrativos entre ambos, entendermos o *featurette* como um fragmento *do making of*. Isso se verifica na fala de jornalistas, críticos e escritores especializados, em diferentes situações, onde referem-se ao *featurette* como “cenas de *making of*, por exemplo, ou tratam ambos os termos como sinônimos um do outro. O fato do termo “*featurette*” não ter uma tradução própria para o português também contribui para essa aproximação entre ambos, no que diz respeito à apresentação de filmes e seus derivados, e também em matérias publicadas no país.

Um exemplo disso são as traduções dos menus de apresentação dos DVDs, e também das informações nos boxes dos discos aqui comercializado, como veremos no caso do box da trilogia De Volta Para o Futuro, que será analisado no capítulo seguinte. Outra situação onde isso se verifica são os blogs e portais especializados em cinema. No site Omelete, por ocasião de uma notícia sobre o filme A Terra Perdida, em produção, Marcelo Hessel (2009) utiliza os dois termos como sinônimos, quando diz “A Terra Perdida (*Land of the Lost*), versão para as telonas da série de TV dos anos 1970 O Elo Perdido, ganhou três *making-ofs* e seis clipes. Assista aos *featurettes* e às cenas abaixo:”. Podemos perceber que o uso dos dois termos baseia-se mais em um entendimento sobre o conteúdo das peças do que propriamente uma confusão de tradução – o repórter considera os *featurettes* como *making ofs*, ou seja vídeos que mostram os bastidores, enquanto que usa o termo clipes para definir as cenas editadas, ou seja, os fragmentos do filme resultantes da produção.

Reconhecer o *featurette* como uma fração do *making of* implica também entender a possibilidade de fracionamento do *making of* em vários *featurettes*, como no caso em que um *making of* é dividido em episódios ou partes para sua exibição. Essa idéia é corroborada por Rhyl Donnelly ao descrever a biografia do diretor especializado em documentários de produção Laurent Bouzereau, no site IMDb<sup>23</sup>:

Quase todos os seus primeiros filmes foram de longa-metragem, incluindo *The making of '1941'* (1996, vídeo), *The Last Picture Show: A Look Back* (1999, vídeo), e o *Making of* de 'Tubarão', de Steven Spielberg (*The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'*, 1995, vídeo), para citar alguns. Infelizmente, o formato de DVD mudou, e há maior demanda por documentários mais curtos, mais atrativos para as massas. Isso resultou em ter que pessoalmente cortar o *Making of* de 'Tubarão' do DVD de 25º aniversário do filme. Agora, a maioria do seu trabalho é dividida em três ou mais *featurettes* ao invés de um documentário. Quanto ao *Making of* de 'Tubarão', foi finalmente lançado em DVD na íntegra, no lançamento do DVD de 30º aniversário do filme Tubarão (*Jaws*, 1975), em 2005. (DONNELLY)<sup>24</sup>

Dentre os *making ofs* produzidos por Bouzereau que foram divididos em partes, para serem lançados em DVD, encontram-se o filme Indiana Jones: Fazendo a Trilogia (*Indiana Jones: Making the Trilogy*, 2003) e De Volta para o Futuro: Fazendo a Trilogia (*Back to the Future: Making the Trilogy*, 2002), ambos integrantes dos boxes com a trilogia completa das duas franquias. Vários outros documentários do diretor foram também fracionados em pequenos episódios. Em 2004, para o DVD duplo do filme O Resgate do Soldado Ryan (*Saving Private Ryan*, Steven Spielberg, 1998), por exemplo, o diretor produziu uma série de oito vídeos explorando a produção do filme – *Making 'Saving Private Ryan'* (22min), *'Saving Private Ryan': Miller and His Platoon* (8 min.), *'Saving Private Ryan': Parting Thoughts* (4 min.), *'Saving Private Ryan': An Introduction* (3 min.), *'Saving Private Ryan': Boot Camp* (8 min.), *'Saving Private Ryan': Looking into the Past* (5 min.), *'Saving Private Ryan': Music and*

<sup>23</sup> O site IMDb tem seu conteúdo inserido e editado de forma colaborativa por seus usuários cadastrados, em grande maioria profissionais e críticos do meio audiovisual, de forma similar ao site Wikipedia. Devido a limitações nessa plataforma, não temos acesso a mais do que o nome do autor do texto, conforme cadastrado no site, não sendo possível determinar a data de publicação.

<sup>24</sup> Tradução própria, do texto original em inglês: “Almost all of his first films were of feature-length, this includes *The Making of '1941'* (1996)(V), *The Last Picture Show: A Look Back* (1999)(V) and *The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'* (1995) (V) to name a few. Unfortunately, the DVD format changes, and there is more demand for shorter documentaries to appeal to the masses. This resulted in having to personally cut down the *The Making of Steven's Spielberg's 'Jaws'* (1995)(V) for the 25<sup>th</sup> Anniversary *Jaws* (1975) DVD. Now, the majority of his work is split up into three or so *featurettes* rather than one documentary. As for *The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'* (1995)(V), it's finally being released onto DVD uncut, with the release of the 30<sup>th</sup> Anniversary DVD for *Jaws* (1995) in 2005.”.

*Sound* (16 min.) e *'Saving Private Ryan': Re-creating Omaha Beach* (18 min.) – que somados resultariam em um filme com 84 minutos de duração.

### 3.4 O DVD e os Extras de Produção

O surgimento do DVD nos anos 90, bem como a consolidação do *sell-through* no mercado de vídeo doméstico, possibilitou aos estúdios aumentar consideravelmente o retorno financeiro de seus filmes, mesmo aqueles que não deram o retorno esperado nas primeiras semanas de lançamento. Além disso, também permitiu uma capitalização de seus acervos, com a possibilidade de relançamento de seus filmes antigos no novo formato, surgindo as chamadas “Edições Especiais” ou “Edições de Colecionador”, como relata Epstein:

Graças à facilidade de navegação por qualquer parte do disco, os estúdios descobriram nos consumidores um mercado pronto para as coleções reitradas do acervo. A Paramount, por exemplo, combinou num único estojo os DVDs dos filmes O poderoso chefão (The godfather, 1972), O poderoso chefão II (The godfather part II, 1974) e O poderoso chefão III (The godfather part III, 1990), além de um documentário promocional intitulado The godfather family: a look inside, de 1971. As diferentes possibilidades de combinação desse material – incluindo continuações, entrevistas de divulgação, curtas-metragens, trailers, testes de tela e cenas cortadas – oferecem infinitas possibilidades de lucro para os títulos do acervo. Um alto executivo explicou ao Wall Street Journal: “Percebemos que podíamos incrementar o valor do acervo com novas e constantes promoções e embalagens dos títulos”. (EPSTEIN, 2008, p. 220)

Esse novo mercado criou uma demanda por produções e informações adicionais para serem incluídos nos DVDs dos estojos de filmes e também de coleções – os chamados *boxes*. E embora alguns materiais tenham sido reaproveitados do processo de produção e promoção dos filmes – como no caso das cenas excluídas, testes de elenco, trailers erros de gravação, e outros materiais de produção e promocionais – outros tantos passaram a ser produzidos exclusivamente para esse produto. Um exemplo claro disso são as trilhas de áudio com comentários do diretor, produtor e/ou parte do elenco sobre cada cena do filme, que pode ser executada simultaneamente ao mesmo, ampliando a percepção de cada acontecimento na tela para além do enredo. Dentro desse panorama, o *making of* surge como instrumento impulsionador de um novo ciclo de vida do cinema, sendo que muitos passam a ser produzidos como forma de aumentar o valor comercial do DVD no mercado. Atualmente, a

maioria dos grandes sucessos de bilheteria no cinema ao serem lançados em vídeo são oferecidos em duas versões: uma simples, com o filme e um grupo básico de informações extras, e outra chamada de edição de colecionador, ou simplesmente DVD duplo, contendo um disco adicional com mais um pacote de extras de produção, algumas vezes incluindo também trailers e material promocional de outros filmes do estúdio. Exemplos disso são os filmes de aventura e de super-heróis, como O Incrível Hulk (*The Incredible Hulk*, Louis Leterrier, 2008) , Homem de Ferro (*Iron Man*, Jon Favreau, 2008), X-Men (*X-Men*, Bryan Singer, 2000), e filmes de animação, como Os Incríveis (*The Incredibles*, Brad Bird, 2004), Procurando Nemo (*Finding Nemo*, Andrew Stanton e Lee Unkrich, 2003) e Kung-Fu Panda (*Kung-Fu Panda*, Mark Osborne e John Stevenson, 2008), entre vários outros exemplos encontrados no mercado.

O mercado de DVDs está em constante evolução no que diz respeito à produção de conteúdo extra-filme e de interatividade, e a grande quantidade de filmes lançados anualmente nesse mercado exige dos profissionais a criação de novos recursos e o design, tanto de embalagens quanto principalmente de conteúdos, mais elaborados, para torná-los atrativos ao consumidor. Tanto é que, assim como a academia americana de cinema premia as melhores produções lançadas a cada ano – a famosa cerimônia do Oscar –, o mercado de vídeo doméstico também tem sua premiação para os melhores lançamentos do ano nesse mercado, o DVD Exclusive Awards, com 26 categorias de premiação, divididas em dois grupos: um voltado para lançamentos exclusivos para DVD (*DVD Premiéres*), com categorias como melhor filme de animação, melhor filme *live-action*, melhores ator e atriz, melhores ator e atriz coadjuvantes, melhores efeitos especiais, etc; e outro voltado especificamente para premiação das edições especiais em DVD , com categorias que, entre outras, premiam melhor comentário de áudio (*audio commentary*), melhores cenas excluídas e erros de gravação (*deleted scenes, outtakes and bloopers*), melhor design de menu (*menu design*), melhores jogos e interatividade (*games and interativities*), e melhor programa de bastidores (*behind-the scenes program*), categoria que premia o melhor *making of* produzido exclusivamente para DVD. Em 2006, o prêmio foi para o *making of* do filme de animação Os Incríveis ("*Making of The Incredibles;*" *The Incredibles*, Pixar/Buena Vista) (CHENG, 2006).

Como mencionamos no início deste capítulo, a concepção popular do que é *making of* muitas vezes se confunde com o conjunto dos extras de um DVD. Isso pode se justificar principalmente pelo fato de que muitas das informações adicionais inseridas nos DVDs dizem respeito ao que acontece além e atrás das câmeras, mesmo que não falem diretamente a respeito do processo de produção do filme. Entrevistas com diretor, produtores e elenco,

testes de elenco, storyboards, fotos de produção, ensaios, erros de gravação, todos esses e outros materiais que podem ser inseridos dentro do disco são fragmentos da produção do filme. O que os diferencia do *making of* é o fato de não estarem ordenados, montados e conduzidos conjuntamente, compondo uma narrativa sobre o processo do qual fazem parte. Conceitualmente, fazem parte do processo de *making of* de um filme; enquanto produtos, são informações adicionais, derivados do processo de produção de um filme. Outro aspecto a considerar é a tendência mencionada por Donnelly de fragmentação da informação, o que faz com que mesmo as informações documentais sobre o processo de produção de um filme – o *making of / produto* – sejam repartidas em capítulos, episódios, representando cada uma parte da totalidade do processo.

Em síntese, podemos perceber diferentes entendimentos do que seja *making of* no mercado cinematográfico, desde um sentido mais amplo – o processo de produção de um produto audiovisual – a outro mais restrito – um produto audiovisual que tem como tema o processo de criação de outro produto também audiovisual. O *making of / produto*, apesar de isoladamente ter características próprias de um documentário, diferencia-se dos demais filmes do gênero por manter um vínculo comercial e mercadológico com o seu produto-tema, o que influencia não somente suas formas de distribuição e exibição, como também interfere na sua estrutura narrativa e de montagem, de acordo com a estratégia de marketing e promoção à qual está vinculado. No capítulo seguinte, veremos dois casos de utilização do *making of* no processo de promoção de um filme ou franquia cinematográfica, e as particularidades na forma como esse produto interage com determinados momentos do ciclo de vida de um filme.

## 4 O FAZER NA PRÁTICA: ANÁLISE DE CASOS

A evolução das relações de produção no cinema tornaram o mercado cada vez mais amplo e complexo. Muitas e diferentes escolhas, definições e decisões são necessárias para capitalizar um filme ou uma franquia e extrair o maior rendimento possível de seus diferentes ciclos de vida. A começar pelo lançamento nos cinemas, fundamental para determinar o sucesso de sua posterior exploração comercial. O mercado de vídeo doméstico, atualmente, é responsável pela maior fatia de receita dos estúdios, motivo pelo qual esse mercado ganha cada vez mais atenção. Produtos com informações além do filme – os chamados extras de produção – são planejados exclusivamente para integrar suas versões em DVD. No terceiro capítulo, vamos analisar dois desses produtos – **Matrix: Os segredos da produção** (*The Matrix Revisited*, Josh Oreck, 2001) e **De volta para o futuro: Fazendo a trilogia** (*Back to the Future: Making the Trilogy*, Laurent Bouzereau, 2002) –, partindo de suas características próprias (aspectos narrativos, tempo de duração, linguagem e montagem, etc) para sua relação com os demais extras e produtos e com o contexto de seu lançamento, ou seja, de que forma participam do ciclo de vida dos filmes e franquias cinematográficas aos quais pertencem.

### 4.1 Os Segredos de Matrix

O filme *Matrix* (*The Matrix*, Andy e Larry Wachowski) foi lançado em 1999, pela Warner, e além de se tornar um sucesso de bilheteria, principalmente entre o público jovem, bateu recordes de arrecadação, sendo um sucesso de lançamento nos cinemas e principalmente no mercado de vídeo. Misto de uma colcha de retalhos filosófica e uma série de efeitos especiais inéditos, o filme marcou época e determinou uma série de inovações na produção de filmes de ação na virada do milênio, sendo considerado como um ícone do processo cada vez mais acelerado de convergência e globalização em que vivemos atualmente. Henry Jenkins utiliza o termo convergência midiática ao descrever a franquia criada pelos irmãos Wachowski:

Matrix é entretenimento para a era da convergência, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia. Os irmãos Wachowski jogaram o jogo transmidiático muito bem, exibindo primeiro o filme original, para estimular o interesse, oferecendo alguns quadrinhos na web para sustentar a fome de informações dos fãs mais exaltados, publicando o anime antes do segundo filme, lançando o

game para computador junto com o filme, para surfar na onda da publicidade, levando o ciclo todo a uma conclusão com *Matrix Revolutions*, e então transferindo toda a mitologia para um jogo on-line para múltiplos jogadores em massa (MMOG – *Massively Multiplayer Online Game*). Cada passo fundado no que veio antes, enquanto novos pontos de acesso eram oferecidos. (JENKINS, 2008, p.134)

Não foi por acaso que o filme tomou essa dimensão em questão de três a quatro anos. Os roteiristas e diretores da franquia, Larry e Andy Wachowski, dizem-se fãs de filosofia, filmes de ação, videogames, quadrinhos, e muitas outras referências, que são costuradas em cada uma das peças desse amplo quebra-cabeça. Diferente de outros filmes, cujas sequências são encomendadas pelos estúdios e começam a ser escritas e desenvolvidas somente depois do resultado do lançamento do primeiro filme, *Matrix* foi escrito e planejado pelos dois irmãos como uma trilogia e um universo completos, e as histórias desenvolvidas nas outras peças criadas – curtas de animação, jogos de computador, quadrinhos, etc. – retratam enredos paralelos e elos de ligação entre os acontecimentos de um e outro filme (JENKINS, 2008). O filme *Matrix: Os segredos da produção* não é diferente dos demais produtos nesse sentido. Ele é visivelmente uma parte desse jogo, servindo como elo de ligação não entre momentos da história e do universo, mas entre os diversos produtos criados para apresentar esse universo.

#### 4.1.1 Elementos Estéticos e Narrativos

O *making of* baseia-se totalmente em depoimentos da equipe<sup>25</sup> – os roteiristas e diretores Andy e Larry Wachowski; o produtor Joel Silver; Bill Pope, diretor de fotografia; Owen Paterson, designer de produção; Kym Barret, responsável pelo figurino; John Gaeta, supervisor de efeitos especiais, entre muitos outros – e do elenco do filme – Keanu Reeves, Carrie-Ann Moss, Laurence Fishburne e Hugo Weaven –, sem a presença de um narrador além de suas vozes. As falas são organizadas de forma a contar a história da produção, e dar o fio condutor das centenas de imagens de bastidores que mostram o processo desde a concepção visual dos cenários, ambientes e figurinos, os testes e treinos necessários para as diversas cenas de ação, o planejamento e desenvolvimento das técnicas de efeitos especiais, até a finalização e o posterior retorno de público e premiações.

---

<sup>25</sup> A ficha técnica de *Matrix Revisited* (IMDb) com a lista completa de personagens encontra-se no final do trabalho (ANEXO A).

Logo no início, apresenta um clipe de imagens diversas das cenas de produção de Matrix, que serão exploradas ao longo das duas horas de duração do documentário, ao ritmo de uma música eletrônica. Os minutos seguintes apresentam o contexto em que o *making of* está sendo produzido: três anos depois do início da produção do primeiro filme, momento em que inicia a pré-produção das duas sequências, na época chamadas apenas de Matrix 2 e 3. E é esse o tempo de toda a narrativa do documentário, que apesar de falar do passado, esmiuçando todo o processo de produção do primeiro filme da série, mantêm a atenção do espectador no tempo presente, e no futuro da franquia. Durante o primeiro bloco, intitulado “Agora e Antes” (*Now & Then*), todas as falas são de comparação entre as diferentes dimensões entre a produção original e a posterior – o primeiro filme tinha uma estrutura enxuta de produção, com um pequeno escritório e um galpão para ensaios, enquanto a produção das duas sequências é descrita e mostrada como uma grande produção, tanto em termos de estrutura e equipe quanto de investimento –, onde fica clara a idéia de criar expectativas quanto ao que virá a seguir. Nas palavras de Geof Darrow, designer conceitual do filme, “é como trabalhar na NASA depois de trabalhar... numa caverna.”<sup>26</sup>.

Depois dessa provocação inicial, que dura em torno de três minutos e meio, quase todo o tempo de duração do filme é destinado às etapas de ensaios e produção de Matrix. As etapas de edição e finalização começam a ser discutidas somente depois de passados noventa e oito minutos de filme – cujo tempo de duração total é de 120 minutos – evidenciando o foco principal nas técnicas de efeitos especiais, consideradas inovadoras para o cinema de ação. Apesar de grande parte do tempo o *making of* manter-se explorando em detalhes cada cena de ação do primeiro filme, a narrativa não leva o espectador totalmente ao passado, já que toda a equipe e principalmente o elenco, é vista em seu ambiente de trabalho atual, ou seja, os bastidores e preparação das duas sequências do filme. Os enquadramentos variam entre primeiro plano e plano médio, sempre mostrando algum detalhe ao fundo que contextualiza quem está falando, sejam equipamentos de luz e câmera de Bill Pope, esboços de cenários a partir dos quais Owen Paterson planeja a produção, ou mesmo algum ator treinando seus movimentos de artes marciais enquanto o outro está dando seu ponto de vista sobre o filme. A figura 3 e 4, a seguir, mostram alguns desses momentos de membros da equipe e elenco em seus respectivos contextos ao longo do documentário:

---

<sup>26</sup> Citação extraída de depoimento do filme, conforme descrito na legenda em português.





**FIGURA 4 – Equipe e elenco de Matrix em cenas de Matrix Revisited**



**FIGURA 5 – Carrie-Ann Moss (ao fundo, à esquerda) treina artes marciais**

Outra característica marcante na fala dos personagens de *Os segredos da produção* torna-se evidente quando o comparamos ao seu antecessor, o filme *Making The Matrix*, também produzido e dirigido por Josh Oreck, em 1999, e que integra os extras do DVD do filme. Muitas entrevistas e cenas apresentadas nesse primeiro *making of* ressurgem em *Matrix Revisited*. Porém o tom das entrevistas, principalmente dos astros principais da película, é completamente diferente. No primeiro, o enfoque dado às descrições do filme era para o perfil de cada um dos personagens, as cenas de ação e o ritmo do filme; já no segundo,

a ênfase é direcionada à complexidade da trama e ao caráter filosófico da narrativa, bem como valoriza os esforços de cada um no seu treinamento de artes marciais, nos ensaios e na preparação de cada cena, na técnica dos efeitos especiais. Tudo levando a deixar claro, no bloco final do documentário – intitulado *Matrix 2 e 3 (The Matrix 2 &3)* –, que o que foi visto no primeiro filme é somente a ponta do *iceberg*, e muito mais será revelado nas sequências que virão, tanto no que diz respeito ao universo e à filosofia de *Matrix* quanto às cenas de ação e aos efeitos especiais.

O fato de *Matrix: Os segredos da produção* ter sido produzido e distribuído em um disco próprio, aparentemente desvinculado de seu filme-tema, prática que é totalmente incomum na distribuição de *making ofs*, poderia tê-lo descaracterizado como tal. Visto de forma isolada, *Matrix Revisited* é um documentário de longa-metragem, que fala de um processo de produção ocorrido três anos antes, explorando em detalhes os aspectos técnicos e o envolvimento e esforço do elenco e de toda a equipe de produção para fazê-lo acontecer. Porém num contexto mais amplo, o filme foi produzido e lançado de forma estratégica para manter aceso o interesse do público no restante da trilogia. Esse vínculo promocional do documentário com a franquia é visivelmente determinante das escolhas do diretor, tanto que o ator Joe Pantoliano, que atuou no primeiro filme no papel de Cypher e foi um dos personagens entrevistados no primeiro *making of*, foi preterido no documentário posterior, uma vez que seu personagem morre em *Matrix* e não participa das duas sequências finais. *Making The Matrix* apresentou os personagens e as ações do primeiro filme, e trouxe aspectos ligados a sua concepção e também dos efeitos especiais inovadores; *Matrix Revisited* fez uso de algumas das imagens de produção já vistas no *making of* anterior, e também de algumas falas dos irmãos Wachowski gravadas na época, mas preteriu a fala dos demais, entrevistando novamente a equipe e o elenco principal que daria sequência à história em um novo contexto, o ambiente de ensaios para produção dos filmes posteriores.

#### 4.1.2 Aspectos Mercadológicos

O filme *Matrix (The Matrix, Andy e Larry Wachowski, 1999)* teve público recorde e arrecadou aproximadamente 171 milhões de dólares somente na bilheteria americana. Já no mercado doméstico, foi “o primeiro filme a atingir a marca de 3 milhões de cópias vendidas em DVD”, e foi “eleito o DVD do ano pela *Video Software Dealers Association*, na primeira edição do DVD Festival Awards, em 2000. *Matrix* vendeu 8 milhões de cópias, somando

DVDs e VHS” (HIVES, 2001)<sup>27</sup>. Não somente os resultados em números, mas também a grande mobilização de fãs e da mídia em torno do filme, e as inúmeras discussões geradas a respeito dele, mais do que justificam o aval da Warner em produzir as duas sequências, assim como todos os outros produtos de sua franquia. De fato, apenas três meses após o lançamento nos cinemas, todo o plano de marketing envolvendo as diversas divisões da Warner já começava a ser discutido e organizado, segundo conta Jennifer Netherby (2003), citando depoimento de um alto executivo de marketing da companhia, na época do relançamento do filme em DVD:

Todos os componentes de “Matrix” foram coordenados em uma estratégia de marketing sem precedentes que perpassa múltiplas divisões do estúdio. Tem sido planejada e desenvolvida desde três meses após o lançamento de “Matrix” nos cinemas, em 1999, disse Mike Saksa, vice-presidente sênior de marketing nos Estados Unidos.

“Matrix: os segredos da produção” foi desenvolvido para manter o interesse do consumidor na franquia entre as produções, assim como “Animatrix”, originalmente planejado para lançamento no outono passado. “Animatrix” foi atrasado porque os irmãos Wachowski estavam ocupados com as sequências para o cinema. (NETHERBY, 2003)<sup>28</sup>

Produzido pelos irmãos Wachowski e dirigido por Josh Oreck, esse spin-off<sup>29</sup> do filme foi lançado com dois objetivos principais: aprofundar o entendimento do público nas questões filosóficas e principalmente técnicas do filme, fatores principais que o levaram a conquistar tamanho sucesso de público, e direcionar a Atenção e o Interesse (modelo AIDA) dos consumidores para os novos produtos da franquia, na época em fase de produção e lançamento. Interessante observar que seu lançamento, em um disco próprio e desvinculado

<sup>27</sup> Tradução própria, do original em inglês: *The DVD was the first ever to reach sales of three million units, and was voted "DVD of the Year" by the Video Software Dealers Association at the first annual DVD Festival 2000 Awards. The Matrix has sold 8 million units to date on DVD and VHS combined.*

<sup>28</sup> Tradução própria, do texto original em inglês: *All of the "Matrix" components are being coordinated in an unprecedented marketing strategy that crosses multiple divisions at the studio. It's been in the planning and development stages since three months after the 1999 theatrical release of "The Matrix," said Mike Saksa, senior VP of U.S. marketing.*

*"The Matrix Revisited" was designed to maintain consumer interest in the franchise between productions, as was "Animatrix," originally planned for release last fall. "Animatrix" was delayed because the Wachowski brothers were busy with the theatrical sequels.*

<sup>29</sup> Termo em inglês que surgiu na área administrativa para designar a formação de uma empresa a partir de um setor ou departamento de uma outra, pertencendo as duas a um mesmo grupo. Na área de entretenimento o termo é usado para referir-se a uma produção de ficção derivada de outra, resultando nas chamadas franquias de cinema ou televisão. Um exemplo disso são as séries de TV *CSI: Miami* e *CSI: Nova York*, que surgiram a partir do sucesso da série original *CSI*, que tem como cenário a cidade de Las Vegas. (Fonte: Wikipedia, disponível em <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Spin-off>>. Acesso em 17 de novembro de 2009)

do primeiro filme da série, serviu tanto para dar destaque ao documentário como produto principal como também para recheá-lo de informações extras, algumas possíveis de acessar somente através de um computador com leitor de DVD.

Diferente de um DVD de filme, onde as informações adicionais em maioria dizem respeito à sua própria produção, os extras de *Matrix Revisited* dão uma prévia dos futuros lançamentos da franquia. Com exceção de duas peças, que também se referem ao processo de produção de Matrix – um com trechos dos ensaios gravados pela equipe de coreografia de lutas do mestre Yuen Wo Ping, responsável pelas cenas de ação da trilogia, e outro mostrando as cenas de uma luta num banheiro, um dos momentos de ação do primeiro filme –, os demais extras mostram o produtor Joel Silver e os diversos desenvolvedores dos demais produtos, falando sobre o que ainda será lançado para dar continuidade ao universo criado pelos irmãos Wachowski. “O que é Animatrix” dá uma breve síntese da história de cada um dos 9 curtas de animação, e mostra seus respectivos diretores dando depoimentos sobre o trabalho; “Whatisthematrix.com” provoca o espectador a visitar e participar do portal na internet sobre o filme; e “Os verdadeiros seguidores” entrevista fãs de Matrix que passaram a seguir informações e participar dos fóruns de discussão na internet, e inclusive se reunir pessoalmente para discutir a filosofia contida no filme, incentivando o espectador a tornar-se também um seguidor da série.

#### **4.2 O Retorno da Franquia: Relançando De Volta Para o Futuro**

O primeiro filme da série De Volta para o Futuro (*Back to the Future*, Robert Zemeckis), lançado em 1985, também rompeu barreiras na sua época, tendo sido considerado como um dos melhores filmes da década de 80 e alcançando o primeiro lugar no ranking de bilheterias na sua semana de estréia, desbancando outros filmes de sucesso da época:

Na semana de sua estréia [o filme De Volta para o Futuro] atingiu o topo das bilheterias, desbancando O cavaleiro solitário (*Pale rider*, de Clint Eastwood, 1985) e superando produções da época como Os Goonies (*The Goonies*, de Richard Donner, 1985), Rambo II - A missão (*Rambo: First blood part 2*, de George P. Cosmatos, 1985) e Cocoon (idem, de Ron Howard, 1985). Além disso, foi uma das seis produções cinematográficas mais lucrativas dos anos oitenta, atrás apenas de E.T. - o extraterrestre, O Retorno de Jedi, Um tira da Pesada, Caçafantasmas e Batman. (BORGO, 2002b)

Suas duas sequências foram produzidas anos depois, e lançadas em 1989 (De Volta para o Futuro II) e 1990 (De Volta para o Futuro III), tendo atingido, os três filmes juntos, a soma de 418 milhões de dólares somente nas bilheterias americanas (INDVIK, 2002), sem contar os demais canais e praças de distribuição e nem os licenciamentos de marca da franquia para outros mercados.

Escrito por Bob Gale e Robert Zemeckis, também diretor do filme, e produzido por Steven Spielberg, o início da saga De Volta para o Futuro resultou de anos de planejamento e trabalho de seus criadores em cima da premissa: “como seria se você voltasse no tempo e encontrasse com seus pais ainda jovens?”. O sucesso deve-se em grande parte ao tema universal e ao roteiro bem costurado, que atingiram em cheio o gosto do público jovem, identificado diretamente com o personagem principal, Marty McFly, típico adolescente dos anos 80; e também o gosto do público adulto, pela bem-humorada viagem à América dos anos 50. O filme *Back to the Future: Making the Trilogy* (2002), dirigido por Laurent Bouzereau, revisita a história da concepção e produção dos três filmes, através de depoimentos do roteirista e produtor Bob Gale, do roteirista e diretor Robert Zemeckis, e também do ator Michael J. Fox, que protagonizou a série.

#### 4.2.1 Elementos Estéticos e Narrativos

*E se... você pudesse viajar no tempo?*

Assim começa o filme *De Volta para o futuro: Fazendo a Trilogia – Parte I*<sup>30</sup>, com a pergunta em um fundo preto e o som instrumental e lento da música de Alan Silvestri, responsável pela trilha sonora original dos três filmes de Robert Zemeckis. Ouve-se a voz do diretor, e a primeira imagem que surge é a de sua foto, tirada na época em que o primeiro filme foi produzido. Em seguida, o vemos em uma sala, em 2002, enquanto fala de suas referências literárias para o tema viagem no tempo – os livros *A Máquina do Tempo* de H.G. Wells e *Um conto de Natal*, de Charles Dickens. *Fazendo a Trilogia* baseia-se principalmente nas falas de Zemeckis e Bob Gale, e retrata diferentes aspectos da criação da trilogia De Volta Para o Futuro, a começar pela concepção do primeiro filme, a partir de sua premissa, e das diversas dificuldades criativas até se chegar ao famoso DeLorean, o carro/máquina do tempo criado para o filme.

---

<sup>30</sup> Ficha técnica completa (IMDb) disponível no final do trabalho (ANEXO C).

Com tempo total de duração de 45 minutos, o *making of* é dividido em três partes de 15 minutos, cada uma iniciando com um clip de imagens de um dos filmes ao ritmo de sua respectiva trilha sonora, seguido de uma vinheta de abertura com a identificação do bloco (De Volta para o Futuro: Fazendo a Trilogia - capítulos 1, 2 e 3, respectivamente). Apesar de sua apresentação ser fragmentada em partes iguais em tempo, e aparentemente independentes, já que todos têm uma abertura própria e créditos finais, o conteúdo de cada parte não é dividido da mesma forma. Isso fica evidente ao assistirmos ao capítulo 2, quando, após os créditos de abertura, deparamos com depoimentos e imagens que dão sequência ao processo de produção e lançamento do primeiro filme, que continua sendo tema do *making of* durante os primeiros seis minutos desse bloco. Somente a partir de então é que o segundo filme passa a ser discutido, com ênfase principalmente na retomada da história a partir da cena final de *Back to the Future*, o contato e convite para o retorno do elenco à franquia, os desafios tecnológicos para a produção de cenas em que atores e atrizes contracenam consigo mesmos, e as concepções de futuro para a cidade onde se passa o filme.

O fato de *Fazendo a Trilogia* ter sido produzido doze anos depois do lançamento dos três filmes atribui um caráter documental mais histórico à narrativa, visto que os personagens entrevistados relatam uma época muito anterior à que estão vivendo, e um contexto da própria história do cinema totalmente diferente da atual, uma vez que as técnicas de efeitos especiais utilizados para a produção da saga são anteriores à era digital. Isso é evidenciado pelo fato de todos os depoimentos do *making of* serem gravados em planos muito fechados – primeiro plano ou close – e em lugares com fundo neutro (FIGURA 6), seja uma sala qualquer, como no caso de Zemeckis e Michael J. Fox, seja em um estúdio com fundo escuro ou colorido, no caso de Bob Gale:

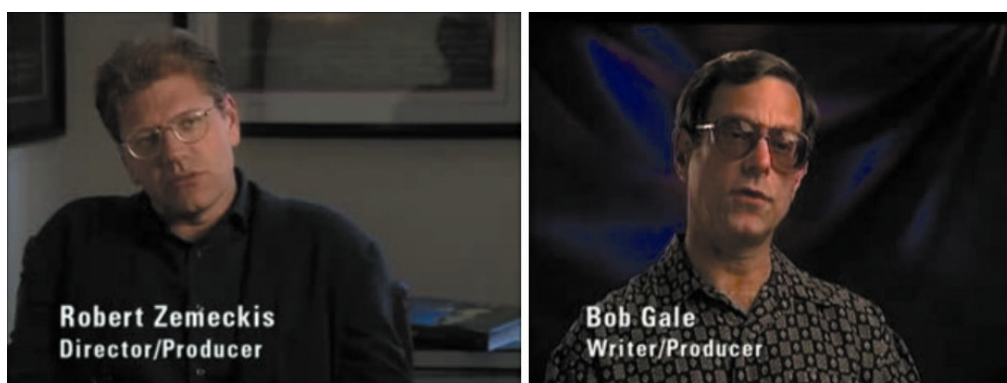


FIGURA 6 – Robert Zemeckis e Bob Gale em *Back to the Future: Making the trilogy*

Isso serve como instrumento para manter o foco da narração nos eventos passados, esses sim ambientados em bastidores e cenários de cada um dos três filmes. Os depoimentos dos três personagens do documentário estão na maior parte do tempo sobrepostos a essas imagens, voltando brevemente para a imagem atual de cada um apenas para contextualizar o tempo transcorrido desde aquela época até então.

Essa distância temporal entre o produto e seu tema, por outro lado, limitou os pontos de vista sobre os filmes, uma vez que, exceto por Michael J. Fox, o restante do elenco é apenas citado pelo diretor e o produtor, e visto gravando, nos bastidores ensaiando ou em preparação de maquiagem para as diferentes cenas, mas não têm voz própria no filme. Não conseguimos encontrar quaisquer informações que justifiquem a ausência de outros depoimentos no documentário, mas podemos encontrar nas palavras do próprio Zemeckis um dos motivos pelo qual a participação do protagonista da série se torna relevante:

Uma coisa interessante dos três De Volta Para o Futuro é que o personagem de Michael J. Fox não é o pivô de nenhum. No primeiro De Volta Para o Futuro, o pai dele, o personagem de Crispin Glover, é o personagem pivô. No terceiro, o Doc é o personagem pivô. O personagem de Michael parece um mestre de cerimônias, que só tem um problema: voltar à sua própria época. Ele nos leva a muitas aventuras. Mas os personagens que mudam dramaticamente são sempre os outros<sup>31</sup>.

A função de Michael em conduzir o público pelas aventuras da série se repete ao imprimir o seu ponto de vista ao processo de produção da trilogia. Aqui também percebemos a característica de celebrar dos feitos do ator, que abordamos no capítulo anterior. Nos três capítulos do *making of* é atribuído a Michael algum feito, desde a jornada dupla de trabalho em 1985, quando era protagonista de uma série de TV (*Family Ties*, que no Brasil ganhou o título Caras e Caretas) e dormia duas horas por dia pra dar conta de gravar a série e o filme ao mesmo tempo; passando pela interpretação de vários personagens simultaneamente em *De Volta para o Futuro parte II*, até os vários tipos de treinamentos pelos quais teve que passar ao longo da trilogia, desde andar de *skate* e tocar guitarra até atirar e andar a cavalo, no terceiro filme da série. Da mesma forma que o ator, o diretor Robert Zemeckis é também

---

<sup>31</sup> Citação extraída da fala do diretor no filme, conforme tradução dada pelas legendas do DVD para o depoimento original em inglês: “*The thing that’s interesting about all three of the Back to the Future movies is that the Michael J. Fox character is not the pivotal character of any of the stories. In the first Back to the Future, his father, the Crispin Glover character, is the pivotal character. In the third one, the Doc is a pivotal character. The Michael character is sort of this master of ceremonies type character who has one problem, which is always trying to get back to his own time. And he takes us on all these adventures. But the characters that make the true dramatic character changes are always someone else.*”.

valorizado por Bob Gale, que relata o difícil processo de finalização da parte II, que aconteceu durante as filmagens da parte final da trilogia, o que obrigou o diretor a viajar de avião diariamente para dar conta de filmar um e supervisionar a finalização do outro, em jornada dupla semelhante à realizada pelo ator em 85.

O *making of*, no seu tempo total de duração, dá conta de todo o processo de criação da trilogia, com ênfase no universo das viagens no tempo e realidades paralelas criadas pelo enredo, nas técnicas inovadoras para os efeitos visuais desejados para o filme – incluindo uma câmera especial, chamada *Vistaglide*, desenvolvida pela Industrial Light and Magic (ILM), de George Lucas, para realização das cenas em que diferentes personagens vividos por um mesmo ator interagem entre si – e na produção da trilha sonora, que também figura entre as mais famosas da história do cinema.

#### 4.2.2 Aspectos Mercadológicos

A produção de *Back to the Future: Making the trilogy* foi realizada com o objetivo de integrar o relançamento da trilogia em DVD, mídia que ainda não havia sido desenvolvida na época em que os três filmes foram lançados no cinema. Cada um dos capítulos do *making of* integra um dos três discos da coleção, que também incluem outros extras e informações especiais, de fotos e imagens de arquivo de cada uma das produções a cenas excluídas e outras peças produzidas na época de seus respectivos lançamentos – incluindo um *making of* do primeiro filme (*The Making of Back to the Future*, Les Mayfield, 1985), e um *featurette* do segundo, ambos produzidos para televisão na época de seus lançamentos no cinema.

Podemos considerar como um dos motivos da opção por dividir o *making of* da trilogia em três partes o fato, citado anteriormente, de haver uma tendência no mercado de DVD por extras de produção mais curtos (DONNELLY), o que levou Bouzereau a fracionar seus documentários sobre filmes em capítulos ou episódios, a partir do final da década de 90. Mas há também um fator mercadológico envolvido nessa decisão. Quando do seu primeiro lançamento no mercado de DVD, a trilogia De Volta para o Futuro foi distribuída em duas versões distintas: um box, incluindo os 3 discos da trilogia, e também a opção de comprar cada um dos filmes individualmente, em estojos separados (BORGIO, 2002a). Por esse motivo, com o fracionamento do *making of* em três blocos distintos, inseridos em cada um dos discos, cada parte vista individualmente serve como incentivo à compra dos demais filmes, como forma de completar a coleção e ter acesso ao *making of* completo. O box da trilogia ganhou outras duas versões desde seu lançamento até atualmente. Uma delas,



chamada “edição de colecionador”, incluía um quarto disco com extras adicionais (BORGO 2005); a outra, mais atual, inclui os 3 discos em um único estojo.

O sucesso de vendas da trilogia em DVD, em 2002, reacendeu a franquia para o público, a ponto de no ano seguinte surgirem rumores e notícias a respeito da possibilidade de uma retomada para a série:

Com o sucesso de vendas do Box de DVDs da trilogia *De Volta para o Futuro*, a Universal Pictures está se mexendo para produzir uma nova aventura da série. Porém, nem o produtor Bob Gale, nem o diretor Robert Zemeckis, ou os astros Michael J. Fox e Christopher Lloyd querem retomar o projeto. [...] Segundo a nota [da revista inglesa *Hot Dog*], Spielberg andou conversando com o pessoal da Universal e tem algumas idéias do que fazer com Marty McFly e cia. Ele teria até mesmo uma alternativa para o caso dos atores não toparem o projeto.(FORLANI, 2003).

Os relançamentos posteriores trouxeram novas notícias e boatos a respeito de uma possível continuação, inclusive com a publicação de uma entrevista do ator Michael J. Fox dizendo que só voltaria se fosse no papel do cientista Doc Brown, vivido na série pelo ator Christopher Lloyd, já que está velho demais para voltar a seu papel original. A matéria (HESSEL, 2005) também noticiava a intenção de executivos do estúdio em lançar uma continuação da série somente para DVD, porém nenhuma das possibilidades até hoje se confirmou. O que não significa que não possa ainda acontecer, considerando que a trilogia do herói Indiana Jones passou por período semelhante de boatos e especulações, indefinições sobre roteiro ou mesmo disposição do antigo elenco em retornar à série, o que resultou no lançamento do quarto filme no ano passado, e continua ainda hoje com notícias sobre um possível quinto filme em planejamento.

Essa possibilidade de um retorno da franquia *De Volta para o Futuro* com um elenco jovem, dando continuidade à série com novos personagens – visto que o segundo filme apresenta os futuros filhos de Marty McFly e na cena final da trilogia Doc Brown apresenta seus dois filhos – poderia talvez justificar a ausência do elenco no documentário, visto que dessa forma manteria-se o foco principal de atenção desse produto no universo e mitologia da série, mas não nos atores e atrizes que a protagonizaram, à exceção daquele visto como fio condutor das aventuras. O ator Michael J. Fox também pode ser considerado como importante fator de valorização do produto, tanto pela sua carreira de sucesso antes e depois da franquia, quanto também pela sua luta pessoal contra o Mal de Parkinson, doença anunciada

publicamente em 1998 (MIRANDA, 2009) e que provocou a sua aposentadoria precoce da televisão e do cinema. A valorização da atuação do ator na trilogia, aliada à sua imagem pessoal e sua militância em prol da pesquisa e combate à essa ainda hoje incurável doença, serve tanto como homenagem quanto também como incentivo ao público jovem, que o conhece de seus trabalhos posteriores – principalmente a série de televisão *Spin City* –, a conhecer a trilogia que o tornou famoso no cinema.

Apesar de até hoje a franquia não ter voltado às telas, os personagens e cenários dos filmes continuam vivos na memória do público. E também no mercado, sendo utilizados ou mesmo homenageados em vídeos de fãs, clips musicais, jogos de videogame e outros meios. Recentemente, a loja de brinquedos que detém os direitos da franquia lançou um novo modelo do DeLorean, o carro-máquina-do-tempo do filme, uma réplica fiel da versão do terceiro filme, que alia tecnologia futurista com peças do velho oeste americano (BORGO, 2009); no ano passado, um jogo de videogame de corrida de carros lançou um download de pacotes com novos carros para serem baixados no jogo, sendo que uma dessas séries de carros – chamada de Carros Lendários (*Legendary Cars*) – inclui o *Jansen 88 Special*, um modelo inspirado no DeLorean voador com rodas retráteis, versão do carro apresentada no segundo filme da série (BORGO, 2008b). Também em 2008 o ator Christopher Lloyd retornou ao papel do cientista Doc Brown para participar de um videoclipe do cantor de hip-hop O’Neal McNight, participação que contou também com a presença da famosa máquina do tempo em forma de carro (HESSEL, 2008). A promoção da franquia através de um videoclipe musical não é novidade, já que na época do lançamento do terceiro filme da série, personagens e cenas foram utilizadas para lançar a música *Double Back*, do grupo ZZ Top, vídeo que foi posteriormente incluído como um dos extras do terceiro disco da trilogia.

Nesse sentido, podemos perceber um processo de mudança nas estratégias de promoção da trilogia ao longo da década de 80, observando os extras incluídos em cada disco. No primeiro filme, além do trailer para os cinemas foi produzido um *making of* para televisão, com 14 minutos de duração, mostrando aspectos da produção e dos bastidores do filme, e entrevistas com atores e atrizes, além dos criadores do filme; já no segundo filme, a peça para televisão produzida foi um *featurette*, com duração em torno de 5 minutos, mostrando as cenas de bastidores da primeira sequência da série com um tom mais comercial. É interessante observar nesse caso também que o *trailer* do segundo filme e o *featurette* têm exatamente os mesmos dizeres na abertura e no fechamento de cada peça, e exatamente as mesmas cenas do filme, com o diferencial de que o *featurette* traz entre uma e outra cena, imagens dos bastidores da produção, o que reforça o que discutimos no capítulo anterior sobre

a diferenciação entre esta peça e o *making of* pelo tom mais comercial da primeira. A aproximação deste *featurette* com o trailer do filme evidencia o caráter de promoção pré-lançamento, e o distancia do teor documental mais informativo de um *making of*. Já no terceiro filme, lançado em 1990, a estratégia foi a de cruzar o seu lançamento com um lançamento musical, utilizando as cenas e os personagens do filme em um videoclipe, estratégia voltada totalmente para o universo jovem da época.

### 4.3 Traçando Paralelos

*Matrix: Os segredos da produção* e *De Volta para o Futuro: Fazendo a trilogia* utilizam os mesmos recursos documentais para apresentarem o processo de produção de seus respectivos filmes e franquias: depoimentos de seus criadores, equipe e elenco, interligados de modo a serem o fio condutor de diversas imagens de bastidores e cenas do filme às quais são sobrepostas. No entanto, o foco narrativo do primeiro traz a atenção do espectador ao que está acontecendo no momento em que ocorrem os depoimentos, e instiga a sua curiosidade para o que virá em seguida; no caso do segundo, o espectador é convidado a viajar no tempo, e conhecer o passado no qual a famosa trilogia foi concebida e tomou forma. *Fazendo a trilogia* baseia-se fundamentalmente no olhar dos dois criadores da série, com o apoio do protagonista e personagem condutor dos três filmes, em cenário neutro e fechado dando força à contextualização histórica onde os demais personagens serão vistos, em cenas de bastidores e durante as filmagens. *Os segredos da produção*, por sua vez, ambientaliza os criadores, elenco e toda a equipe de Matrix em um cenário aberto e contemporâneo, mantendo as cenas do passado dentro de um contexto de continuidade e futuro, o que impulsiona o espectador para frente mesmo enquanto assiste aos momentos do passado. Isso se verifica também na apresentação de cada produto, onde *Revisited* é o produto principal, e ponto de partida para diversos outros produtos que ainda serão lançados, e que são promovidos nos extras que o acompanham. Diferente de *Making the Trilogy*, que é coadjuvante entre diversos outros extras de produção de cada um dos filmes, esses sim os protagonistas de cada disco da coleção.

A fragmentação da informação em blocos é nítida nos dois produtos, mesmo que cada um tenha sido lançado com uma estratégia mercadológica bem distinta do outro, o que reforça o parecer de Donnelly a respeito da demanda por informações mais breves. O *making of* de Bouzereau foi fracionado em três capítulos, cuja divisão igualitária em 15 minutos serve muito mais ao propósito de atuar como elo de ligação entre os três discos da franquia do que necessariamente a uma divisão temática de sua narrativa, já que o capítulo 2 não começa no

momento em que se discute o segundo filme. O trabalho de Oreck, por outro lado, devido ao caráter de produto principal de um DVD, reúne em 123 minutos temáticas que poderiam tranquilamente ser fragmentadas em pequenos vídeos, com tempo de duração variando entre cinquenta segundos e dez minutos, sem nenhum prejuízo de seu conteúdo narrativo. Isso fica evidente ao surgirem telas de créditos ao longo do filme abrindo cada um dos tópicos (FIGURA 7), num total de 30 pequenos blocos organizados de forma a contar todo o processo da franquia, como podemos ver na tabela a seguir:

**TABELA 1 – Divisão de em blocos do *making of* de Matrix**

Bloco	Título Original	Título Traduzido	Duração
-	Clip de Abertura		2:45
1	<i>Now &amp; Then</i>	Agora e Antes	3:25
2	<i>Origins of The Matrix</i>	Origens de Matrix	3:05
3	<i>The Screenplay</i>	O Roteiro	5:50
4	<i>The Matrix Storyboards</i>	Os Storyboards de Matrix	4:20
5	<i>The Look of The Matrix</i>	O Estilo Visual de Matrix	2:10
6	<i>The Sets</i>	Os Sets	1:50
7	<i>The Costumes</i>	Os Figurinos	0:50
8	<i>Visual Effects</i>	Efeitos Visuais	4:00
9	<i>Training</i>	Treinamento	10:45
10	<i>Australia</i>	Austrália	1:15
11	<i>Shooting Begins</i>	Começam as Filmagens	2:15
12	<i>Car Ride to the Oracle</i>	Viagem de Carro até o Oráculo	1:35
13	<i>Woman in Red</i>	A Mulher de Vermelho	3:25
14	<i>Interrogation Room</i>	A Sala de Interrogatório	4:10
15	<i>Government Room</i>	No Alto do Prédio	6:25
16	<i>Trinity</i>	Trinity	1:35
17	<i>Government Lobby</i>	No Saguão do Prédio	6:40
18	<i>Construct Kung Fu</i>	Kung Fu Virtual	7:45
19	<i>EL Fight</i>	A Luta no Metrô	6:25
20	<i>Helicopter Rescue</i>	Resgate de Helicóptero	7:05
21	<i>The Nebuchadnezzar</i>	O Nabucodonosor	4:35
22	<i>The Power Plant</i>	A Usina de Força	4:30
23	<i>Post Production</i>	Pós-Produção	0:55
24	<i>The Visual Effects Houses</i>	Os Estúdios de Efeitos Especiais	6:40
25	<i>Sound Effects</i>	Efeitos Sonoros	2:10
26	<i>The Score</i>	A Trilha Sonora	3:45
27	<i>The Finished Film</i>	O Filme Acabado	1:40
28	<i>"The Matrix" in the Real World</i>	"Matrix" na Vida Real	2:05

29	<i>The Academy Awards</i>	Os Oscars	1:50
30	<i>The Matrix 2 &amp; 3</i>	Matrix 2 e 3	3:45
-	Créditos Finais		1:15

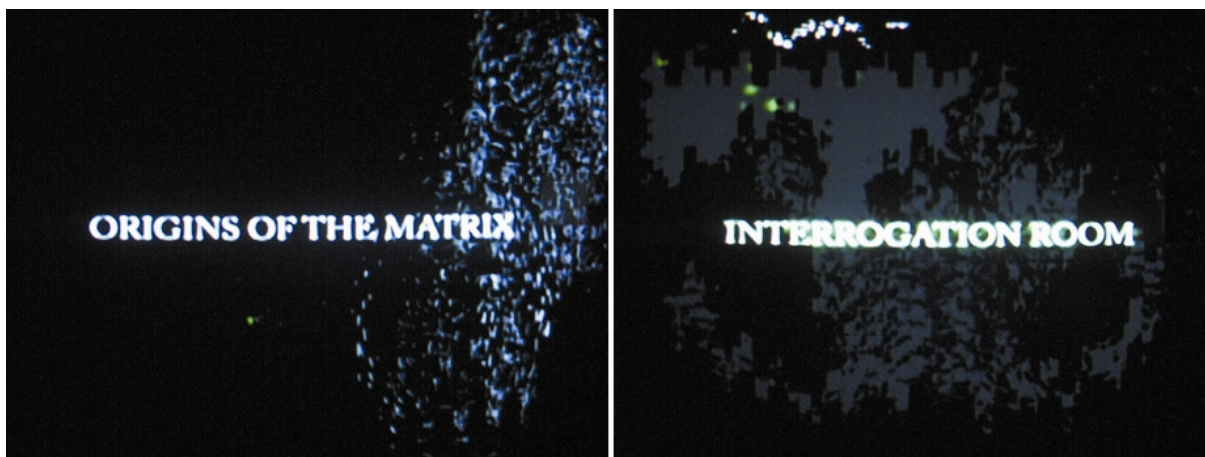


FIGURA 7 – Telas de início de blocos do filme *Matrix Revisited*

A confusão envolvendo a definição do termo *making of* em outros idiomas é percebida na apresentação do Box da trilogia De Volta para o Futuro, ao analisarmos seu título em português, desde a embalagem<sup>32</sup> até a descrição dos itens de menu e legendas de cada um dos discos:

TABELA 2 – Traduções para *Making the Trilogy* no box em DVD

DVD	Disco 1	Disco 2	Disco 3
<b>Embalagem</b>	Fazendo a Trilogia: Capítulo 1	Fazendo a Trilogia: Capítulo 2	Fazendo a Trilogia: Capítulo 3
<b>Opção de Menu</b>	Criando a Trilogia: Capítulo 1	A Criação da Trilogia: capítulo 2	Criação da trilogia: capítulo 3
<b>Legenda no vídeo</b>	Criação da trilogia, capítulo 1	sem legenda	Filmagem da Trilogia – Capítulo III

As diferentes interpretações do título vistas na tabela acima, e conseqüentemente do termo, devem-se, nesse caso específico, ao trabalho de diferentes pessoas no processo de desenvolvimento de cada um dos DVDs da franquia. É visível o fato de que diferentes pessoas desenvolveram as telas de menu de cada disco, as legendas de cada vídeo, e a

<sup>32</sup> A embalagem analisada e descrita neste trabalho corresponde ao box da trilogia que está no mercado atualmente, contendo os 3 discos em um estojo único, sendo que este é o terceiro box da franquia lançado no mercado.

embalagem que contém a coleção completa, sendo que cada um interpretou o idioma original sem acesso ao trabalho dos demais. O mesmo não pôde ser avaliado no caso de *Matrix: Os segredos da produção*, tanto pelo fato de tratar-se de um único disco, quanto também pelo produto ser o principal, o que elimina a necessidade de incluir seu título na tela de menu, que apresenta simplesmente a opção de iniciar o filme ou selecionar cena específica.

Ao longo deste capítulo, apresentamos dois casos de *making of* distintos, suas semelhanças e diferenças tanto quanto a características fílmicas quanto na sua relação com seus filmes-tema e de que forma atuam para adicionar valor comercial a ele ou à franquia a qual estão integrados. Essas relações, no entanto, não são estanques, e o mercado muda e se atualiza constantemente. Novas tecnologias estão surgindo, e com elas virão novas relações de oferta e demanda de produtos, e novas tendências de consumo e estratégias comerciais que poderão talvez influenciar e modificar aquelas que foram aqui discutidas. O produto *making of* é percebido no contexto da produção audiovisual como um dos elementos desse mercado, elemento que, como vimos, não tem um perfil único, e adapta-se às necessidades de marketing as quais está subordinado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, nos propomos a dois objetivos principais. O primeiro, entender como o *making of* se relaciona e integra o conjunto de ações e produtos gerados pela indústria cinematográfica no intuito de lançar um filme em seus diversos ciclos e canais de exibição possíveis, como forma de adicionar valor a este e dar conta de uma nova demanda de mercado surgida a partir das tecnologias digitais de vídeo. O segundo, procurar identificar características comuns ao *making of*, que o aproximam e o diferenciam de outros produtos audiovisuais dentro desse mercado, procurando compreender sua relação com esses produtos e com o filme ao qual se refere. Sem a pretensão de esgotar tais questões ao longo dessas páginas – visto tratar-se de um mercado de relações complexas e em constante processo de transformação e atualização, motivadas, principalmente, por fatores sociais, políticos, econômicos e tecnológicos – abordamos alguns pontos que consideramos mais relevantes, a partir dos quais foi possível alcançar um certo entendimento sobre o tema.

Durante diversas conversas com colegas e amigos, ao longo do processo de definição de um tema para esse trabalho, percebemos diferentes entendimentos a respeito do termo “*making of*”, o que nos trouxe uma outra perspectiva, mais ampla, de seu significado. Partindo deste, e da sua aplicação no idioma de origem, ao longo da pesquisa realizada encontramos um ***making of* / conceito**, que se refere a todo o processo de criação ou fabricação de algo; dentro desse conceito, identificamos o audiovisual como temática, a partir da qual é possível encontrar diferentes produtos. No conjunto dos produtos que têm como tema a realização audiovisual, incluindo aí o cinema, encontramos os diversos derivados de uma produção – os chamados *extras* –, muitos dos quais são atualmente inseridos nos DVDs de filmes, programas de televisão, shows musicais, e tantos outros que podemos encontrar no mercado. O que poderia explicar, em certa medida, esse entendimento do *making of* não somente como um produto derivado de um filme, mas também como o conjunto de informações sobre a produção de um filme.

O ***making of* / produto** encontra-se inserido dentro desse universo de extras sobre a realização audiovisual, e suas características dialogam com aspectos de outros produtos desse meio. Em termos fílmicos, tanto seus elementos narrativos e sua temática, quanto também de montagem e de estética, o fazem pertencer ao gênero dos filmes documentários, definindo-o como *um produto audiovisual que apresenta o processo de concepção e realização de um outro produto, também audiovisual*; no aspecto da relação com o seu objeto-tema, percebe-se que mantém com este um *vínculo mercadológico e promocional* que o distingue de outros

documentários, visto que sua distribuição e exibição atende aos propósitos do planejamento de marketing do filme ao qual se refere, de forma a adicionar valor tanto a este quanto à franquia de produtos e licenciamentos que se origina de sua exploração comercial.

Conforme dito no início do trabalho, não colocamos como objetivo aqui investigar uma origem ou ponto de partida a partir do qual o *making of* surge como produto ou passa a ser entendido enquanto conceito. No entanto, encontramos ao longo do caminho alguns indícios que apontam práticas, ao longo da história do cinema, que podem ter influenciado o surgimento dessa demanda no mercado. Desde a prática do cine-jornal; o *tour* pelos cenários do filme *Psicose*, guiado por seu diretor; passando pelo início da televisão e o surgimento de oportunidades de promoção do cinema dentro dos lares de seu público-alvo; ações foram criadas com intenção de prender a atenção das pessoas no que há por trás das câmeras, como forma de despertar nelas o interesse pelo resultado dessas produções.

O *featurette*, peça surgida como forma de promover o cinema em brechas de programação televisiva, dentre as ações desenvolvidas é a que mais se aproxima do *making of*. Mesmo que se possa perceber diferenças entre seus focos narrativos, o primeiro mais voltado para a promoção de estréia do filme e o segundo mais elucidativo em ciclos posteriores de distribuição, também se observa que a coexistência os aproxima de forma a surgir um outro entendimento entre ambos: a percepção do *featurette* como um fragmento do *making of*, este compreendendo a totalidade do processo, enquanto que o primeiro retrata apenas um recorte dele. Definido por Donnelly, ao apresentar a biografia do diretor Laurent Bouzereau para o site IMDb, como oriunda de uma nova demanda de mercado por informações mais breves, essa tendência à fragmentação do *making of* é percebida tanto quando o produto é distribuído em capítulos, onde cada parte dá continuidade à informação anterior, mantendo com ela uma unidade; quanto no lançamento como um filme de longa-metragem, onde o processo de produção é dividido em blocos de informação que, separados, sustentam seu conteúdo de forma independente.

Semelhanças e diferenças entre os dois casos que analisamos nos permitiram observar algumas características a respeito do *making of* no mercado cinematográfico. A primeira delas é o objetivo de dar continuidade a uma franquia cinematográfica. Nos dois casos há um interesse em manter o público ligado ao universo e aos personagens criados nos filmes, tanto levando ao lançamento de sequências e de produtos posteriores quanto realimentando ou criando novos ciclos de vida comercial aos já existentes. No primeiro, o objetivo principal é de manter o interesse e o vínculo do público para o lançamento dos novos produtos da franquia; já no segundo, o objetivo principal é o de dar nova vida comercial à franquia através



do relançamento dos filmes em um novo mercado – o vídeo digital, inexistente na época em que foram produzidos – e também fidelizar um novo público na marca e nos personagens, possibilitando novos licenciamentos e produtos em mercados paralelos – como os exemplos citados –, de forma a assegurar a possibilidade de uma futura retomada da série no cinema, ou mesmo em vídeo.

Tanto *De Volta para o Futuro* quanto *Matrix* foram filmes inovadores, cada um em uma diferente época na história do cinema. O primeiro utilizou técnicas que hoje são banais na chamada era digital, como a interpretação de diversos personagens por um mesmo ator – Michael J. Fox chega a interpretar três diferentes papéis (Marty McFly mais velho e seus dois filhos) em uma única cena – e o retorno a acontecimentos passados sob uma nova perspectiva; o segundo trouxe novas técnicas digitais que revolucionaram o cinema de ação do novo milênio, como os efeitos *bullet-time* e o giro de 360° de uma cena em movimento. Os dois filmes tiveram um sucesso além do esperado, batendo recordes de bilheteria, e motivaram sequências, sendo que *Back to the Future* antecedeu vários outros – incluindo o próprio *The Matrix* – na prática de produzir dois filmes simultaneamente, o que permite um tempo menor de intervalo entre um lançamento e outro. Fato curioso também é que o segundo filme das duas trilogias apresentam os dizeres “Continua” (*To be continued...*) em sua cena final, preparando o terreno para o lançamento do filme posterior. Essa estratégia tornou-se comum para as superproduções de Hollywood atualmente, e vários filmes são produzidos através desse sistema – alguns exemplos recentes são a trilogia O Senhor dos Anéis (*Lord of the Rings*) e o próximo filme da franquia, O Hobbit (*The Hobbit*), em fase de produção e que será exibido em duas partes, lançadas em um intervalo de meses entre uma e outra.

No contexto narrativo, a principal diferença entre os filmes é o fato de que o universo de *Matrix*, que engloba os enredos de todos os produtos e sequências da franquia, foi todo planejado por seus criadores desde o início, modo de produção condizente com o sistema transmidiático descrito por Jenkins (2008). *De Volta para o Futuro*, por sua vez, foi pensado como um único filme, e posteriormente repensado como franquia, a pedido do estúdio, tendo seu universo ampliado por Bob Gale e Robert Zemeckis a partir do ponto em que haviam parado na cena final de sua estória de origem. Além das duas sequências cinematográficas, uma série de animação nos anos 90, jogos de videogame e outros produtos derivados da série foram criados, o que estimulou o mercado e manteve os fãs ligados a esse universo ao longo dos anos 90, até o relançamento da franquia em DVD, que reacende a possibilidade de novos produtos.

Dentro desse contexto, no caso de *Matrix*, o *making of* serve como um dos elos de ligação dentro da franquia, preenchendo o intervalo de tempo entre o lançamento do primeiro filme e a produção das sequências posteriores. O que foi possível pelo fato de que o mercado hoje em dia, integrado às tecnologias digitais e planejado em função do retorno financeiro do mercado doméstico, prevê a necessidade de produção de conteúdo além do filme desde a concepção de cada roteiro e projeto. No caso do filme de Zemeckis, anterior à tecnologia digital, o *making of* serve como elemento de “reciclagem” da franquia, ou seja, tem o objetivo de oferecer um valor adicional aos antigos fãs da série, assim como também adequar o produto a esse novo mercado.

Nos dois casos, independente das diferenças mercadológicas descritas, os *making ofs* foram produzidos anos depois de seus filmes-tema terem sido lançados, e tiveram ambos um *making of* que os antecedeu. O diretor de *Matrix Revisited*, Josh Oreck, já havia produzido um outro filme, que integrou os extras de sua versão em DVD; o primeiro filme da série *De Volta para o Futuro* teve um *making of* produzido para a televisão, na época de seu lançamento nos cinemas, período anterior ao DVD. Os dois produtos originais enfatizavam enredo e técnicas de apenas um filme, enquanto que seus sucessores, lançados com uma diferença de um ano – o primeiro em 2001 e o outro em 2002 – referem-se à concepção e produção de suas respectivas trilogias, promovendo-as cada um a seu modo.

Esse vínculo promocional dos dois filmes com seus objetos de análise se dá principalmente pela forma de exploração comercial dada a cada um deles, visto que em termos de narrativa e de conteúdo, e pelo distanciamento de tempo entre sua produção e a dos filmes aos quais se referem, poderiam ser considerados simplesmente como documentários sobre a produção dessas trilogias. *Matrix Revisited* chega a ser distribuído individualmente, o que num primeiro momento poderia reforçar essa idéia, não fosse pelos extras promovendo a franquia, e a sua identificação como *making of* (produto) do primeiro filme, ao ser posteriormente lançado em um box conjugado com este, paralelamente ao lançamento dos DVDs duplos de *Matrix Reloaded* e *Matrix Revolutions*. Essas duas sequências também tiveram seus *making ofs* produzidos por Josh Oreck, o que oficializou o DVD de *Revisited* como disco de extras do primeiro filme. A ficha técnica do filme no site IMDb corrobora isso, quando em sua sinopse é descrito como tal (ANEXO A). *Back to the Future: Making the trilogy*, por sua vez, foi distribuído pelos três discos da série, integrando as informações adicionais de cada um deles e também servindo como um elo de ligação entre os DVDs, quando da opção pela compra individual de cada filme. Mesmo na edição de

colecionador, que oferecia um quarto disco de extras, o filme manteve-se fracionado da mesma forma, preservando seu formato de apresentação em três episódios.

Outra característica marcante nos objetos analisados é o fato de que nos dois casos diretores especializados em documentários de produção foram contratados para produzi-los. Tanto Josh Oreck quanto Laurent Bouzereau especializaram-se neste tipo de produto no mercado cinematográfico americano, sendo que o segundo tem em sua filmografia como diretor mais de 240 *making ofs* para TV e DVD (ANEXO D), de grandes sucessos do cinema como Tubarão (*Jaws*, Steven Spielberg, 1975), E.T. (*E.T.: The Extra-Terrestrial*, Steven Spielberg, 1982), Os Intocáveis (*The Untouchables*, Brian de Palma, 1987), Scarface (Scarface, Brian de Palma, 1983), entre muitos outros. Josh Oreck tem uma filmografia mais modesta (ANEXO B), mas é responsável pelos extras de produção de toda a franquia Matrix, e também por *making ofs* de filmes mais recentes como *Speed Racer* (Andy e Larry Wachowski, 2008) e “V” de Vingança (“*V*” for *Vendetta*, James McTeigue, 2005). Podemos notar aqui tanto a organização de relações de produção apresentada no primeiro capítulo, de especialização de profissionais em um determinado segmento de produção, como também a fidelidade na associação desses especialistas junto a diretores e estúdios dentro desse mercado. Bouzereau, mais experiente, tem em sua filmografia diversas produções de diretores como Steven Spielberg, Brian de Palma, Alfred Hitchcock entre outros; Oreck, por sua vez, tem no seu currículo produções de diretores mais recentes, como os irmãos Wachowski e James McTeigue, cujo filme citado foi roteirizado também por Larry e Andy.

Assim como todas as considerações e análises apresentadas neste trabalho nos levam a diferentes percepções e dimensões acerca do *making of*, novas relações e demandas de mercado, bem como o surgimento de novas tecnologias, possivelmente transformarão essas concepções aqui apresentadas. O próprio mercado de vídeo doméstico já não se resume ao que vimos nestas páginas, visto que novos suportes de armazenamento de vídeo de alta capacidade e resolução de imagem – o formato Blue-Ray<sup>33</sup> – atualmente despontam como tendência, trazendo talvez novas mudanças no desenvolvimento de informações e produtos além do filme. Novas práticas de consumo no mercado digital, como o vídeo online (*streaming*) e a venda e aluguel de filmes por download digital – já disponível em alguns sites de compras, como a *Saraiva.com.br*<sup>34</sup>, por exemplo – estão surgindo, o que possibilita alterações nas relações de oferta e demanda de produtos. A possibilidade de adquirir um

---

<sup>33</sup> Novo disco óptico digital desenvolvido para armazenar e reproduzir vídeos em alta definição. O nome *blu-ray* se origina da cor azul-violeta do laser utilizado para leitura e gravação dessa nova mídia, que tem capacidade de armazenamento cinco vezes superior à do DVD. (Fonte: Blu-ray.com, acesso em 29 nov. 2009.)

<sup>34</sup> Disponível em <<http://www.livrariasaraiva.com.br/download-filme-digital/>>. Acesso em 29 nov. 2009.

produto audiovisual sem que esteja previamente gravado em um suporte físico pode, por exemplo, permitir a compra de extras de um filme sem a necessidade de adquiri-lo junto, o que resolveria o problema de colecionadores que frustram-se ao ver o lançamento de um novo box com extras inéditos de um filme que já possui, sendo obrigado a comprá-lo novamente para poder adquiri-los.

O fato de o digital ser uma tecnologia extremamente mutável, e também recente, se considerarmos que transcorre pouco mais de uma década desde que passou a influenciar a indústria cinematográfica, implica também em transformações rápidas nas práticas de consumo e de produção, o que influencia diretamente no entendimento de comportamentos e produtos nesse mercado. O trabalho aqui apresentado, um breve recorte desse processo evolutivo, encerra apenas um pequeno passo de muitos caminhos, questões e perspectivas possíveis para o entendimento dessa nova realidade do audiovisual.

## REFERÊNCIAS

### Livros, artigos e notícias

AUGROS, J. **El Dinero de Hollywood**: Financiación, producción, distribución y nuevos mercados. Barcelona: Paidós, 2000.

BARNES, M. *WB sets stage for 'Matrix' pix*. **Variety**, 2001. Disponível em <<http://www.variety.com/article/VR1117851886.html?categoryid=20&cs=1&query=matrix+rervisited>>. Acesso em 17 nov. 2009.

BLU-Ray Disc. **Blu-ray.com**. Disponível em: < <http://www.blu-ray.com/info/>>. Acesso em 29 nov. 2009.

BORGO, E. De volta para o futuro em DVD!. **Omelete**, 2002a. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/cine/2981/De\\_volta\\_para\\_o\\_futuro\\_em\\_DVD\\_.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/2981/De_volta_para_o_futuro_em_DVD_.aspx)>. Acesso em 20 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. DVD: De volta para o futuro - A trilogia. **Omelete**, 2002b. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/cine/100001072/DVD\\_\\_i\\_De\\_volta\\_para\\_o\\_futuro\\_\\_A\\_trilogia\\_\\_i\\_.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/100001072/DVD__i_De_volta_para_o_futuro__A_trilogia__i_.aspx)>. Acesso em 20 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. Justiceiro é sucesso em DVD. **Omelete**, 2004a. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/cine/10198/\\_i\\_Justiceiro\\_\\_i\\_e\\_sucesso\\_em\\_DVD.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/10198/_i_Justiceiro__i_e_sucesso_em_DVD.aspx)>. Acesso em: 25 out. 2009.

\_\_\_\_\_. Columbia desiste de Justiceiro nos cinemas. **Omelete**, 2004b. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/cine/10253/Columbia\\_desiste\\_de\\_\\_i\\_Justiceiro\\_\\_i\\_nos\\_cinemas.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/10253/Columbia_desiste_de__i_Justiceiro__i_nos_cinemas.aspx)>. Acesso em: 25 out. 2009.

\_\_\_\_\_. Trilogia De volta para o futuro em nova caixa para colecionadores. **Omelete**, 2005. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/cine/14641/Trilogia\\_\\_i\\_De\\_volta\\_para\\_o\\_futuro\\_\\_i\\_em\\_nova\\_caixa\\_para\\_colecionadores.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/14641/Trilogia__i_De_volta_para_o_futuro__i_em_nova_caixa_para_colecionadores.aspx)>. Acesso em: 20 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. Walt Disney compra os estúdios Pixar. **Omelete**, 2006. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/cine/16311/Walt\\_Disney\\_compra\\_os\\_estudios\\_Pixar.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/16311/Walt_Disney_compra_os_estudios_Pixar.aspx)>. Acesso em: 25 out. 2009.

\_\_\_\_\_. Bilheteria USA: Four Christmases. **Omelete**, 2008a. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/cine/100016877/Bilheteria\\_USA\\_\\_Four\\_Christmases.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/100016877/Bilheteria_USA__Four_Christmases.aspx)>. Acesso em: 25 out. 2009.

\_\_\_\_\_. Game de corrida terá carro do filme De Volta Para o Futuro. **Omelete**, 2008b. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/game/100016336/Game\\_de\\_corrida\\_tera\\_carro\\_do\\_filme\\_De\\_Volta\\_Para\\_o\\_Futuro.aspx](http://www.omelete.com.br/game/100016336/Game_de_corrida_tera_carro_do_filme_De_Volta_Para_o_Futuro.aspx)>. Acesso em 21 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. Veja o DeLorean de De Volta para o Futuro 3 produzido pela Diamond Select Toys. **Omelete**, 2009. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/game/100023384/Veja\\_o\\_DeLorean\\_de\\_De\\_Volta\\_para\\_o\\_Futuro\\_3\\_produzido\\_pela\\_Diamond\\_Select\\_Toys.aspx](http://www.omelete.com.br/game/100023384/Veja_o_DeLorean_de_De_Volta_para_o_Futuro_3_produzido_pela_Diamond_Select_Toys.aspx)>. Acesso em 21 nov. 2009.

BURROWES, P. Cinema, entretenimento e consumo: uma história de amor. **Revista FAMECOS** : mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v.35, n. 1, p. 44-50, abr. 2008.

CARREIRO, R. De Volta Para o Futuro – A Trilogia. **Cine Repórter**, 2006. Disponível em: <<http://www.cinereporter.com.br/dvd/de-volta-para-o-futuro-a-trilogia/>>. Acesso em 18 de novembro de 2009.

CARRINGER, R.L. **The making of Citizen Kane**. Revised and updated edition. Berkeley: University of California, 1996.

CHENG, C. *Incredibles tops DVDX winners*. **Video Business**, 2006. Disponível em: <<http://www.videobusiness.com/article/CA6313948.html?q=dvd+exclusive+awards>>. Acesso em: 12 nov. 2009.

DONNELLY, R. *Biography for Laurent Bouzereau*. **Internet Movie Database (IMDb)**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/name/nm0100522/bio>>. Acesso em 9 nov. 2009.

EPSTEIN, E. J. **O Grande Filme**: Dinheiro e poder em Hollywood. São Paulo: Summus, 2008.

FORLANI, M. Spielberg tem idéias para De volta para o futuro 4. **Omelete**, 2003. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/cine/4819/Spielberg\\_tem\\_ideias\\_para\\_\\_i\\_De\\_volta\\_para\\_o\\_futuro\\_4\\_\\_i\\_.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/4819/Spielberg_tem_ideias_para__i_De_volta_para_o_futuro_4__i_.aspx)>. Acesso em 20 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. Novo filme do Justiceiro segue passos do anterior e vai direto para DVD. **Omelete**, 2009. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/cine/100016877/Bilheteria\\_USA\\_\\_Four\\_Christmases.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/100016877/Bilheteria_USA__Four_Christmases.aspx)>. Acesso em: 25 out. 2009.

GALLOWAY, S. *Movies & the media*. **The Hollywood Reporter.com**, 2004. Disponível em <[http://www.hollywoodreporter.com/hr/search/article\\_display.jsp?vnu\\_content\\_id=1000512483](http://www.hollywoodreporter.com/hr/search/article_display.jsp?vnu_content_id=1000512483)>. Acesso em: 29 out. 2009.

GOLDBERG, F. **Motion picture marketing and distribution**: Getting movies into a theatre near you. Boston: Focal, 1991.

HESSEL, M. De volta para o futuro 4 pode sair direto em DVD. **Omelete**, 2005. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/cine/15971/De\\_volta\\_para\\_o\\_futuro\\_4\\_pode\\_sair\\_direto\\_em\\_DVD.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/15971/De_volta_para_o_futuro_4_pode_sair_direto_em_DVD.aspx)>. Acesso em 20 nov 2009.

\_\_\_\_\_. 18 anos depois, Christopher Lloyd está De Volta para o Futuro. **Omelete**, 2008. Disponível em: <[http://www.omelete.com.br/musi/100010959/18\\_anos\\_depois\\_\\_Christopher\\_Lloyd\\_esta\\_De\\_Volta\\_para\\_o\\_Futuro.aspx](http://www.omelete.com.br/musi/100010959/18_anos_depois__Christopher_Lloyd_esta_De_Volta_para_o_Futuro.aspx)>. Acesso em: 20 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. Assista a cenas e making-ofs do filme de O Elo Perdido. **Omelete**, 2009. Disponível em <[http://www.omelete.com.br/cine/100020121/Assista\\_a\\_cenas\\_e\\_making\\_ofs\\_do\\_filme\\_de\\_O\\_Elo\\_Perdido.aspx](http://www.omelete.com.br/cine/100020121/Assista_a_cenas_e_making_ofs_do_filme_de_O_Elo_Perdido.aspx)>. Acesso em: 2 nov. 2009.

HIVE News. *'Matrix Revisted' Spin-off Documentary DVD Keeps the Legend Alive Until the Sequel Arrives*. **Home Media Magazine**, 2001. Disponível em <<http://www.homemediamagazine.com/news/matrix-revisted-spin-documentary-dvd-keeps-legend-alive-until-sequel-arrives-1893>>. Acesso em: 17 nov. 2009.

INDVIK, K. *Universal Blasts 'Back to the Future' With Boxed Set Dec. 17*. **Home Media Magazine**, 2002. Disponível em: <<http://www.homemediamagazine.com/news/universal-blasts-back-future-with-boxed-set-dec-17-3348>>. Acesso em 19 nov. 2009.

IZOD, J. **Hollywood and the box office 1895-1986**. New York: Columbia University, 1988.

JENKINS, H. Em busca do unicórnio de origami. In: \_\_\_\_\_. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. p. 132-179.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10ed. São Paulo: Pearson Education, 2000.

MIRANDA, A. Michael J. Fox conta em livro seus anos com Mal de Parkinson. **O Globo**, 2009. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2009/11/14/michael-fox-conta-em-livro-seus-anos-com-mal-de-parkinson-914761517.asp>>. Acesso em 26 nov. 2009.

NETHERBY, J. *'Matrix' DVD re-release set*. **Variety**, 2003. Disponível em <<http://www.variety.com/article/VR1117879747.html?categoryid=1237&cs=1&query=matrix+revisited>>. Acesso em 17 de nov. 2009.

NICHOLS, B. **Introdução ao documentário**. São Paulo: Papirus, 2005.

VERONEZZI, J. C. **Mídia de A a Z: Os termos de mídia, seus conceitos, critérios e fórmulas, explicados e mostrados em quadros e exemplos, como são utilizados na mídia**. 2ed. São Paulo: Flight Editora, 2005.

### **Fichas técnicas de filmes**

BLAIR Witch Project, The. **Internet Movie Database (IMDb)**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0185937/>>. Acesso em 15 out. 2009.

DARK Knight, The. **Internet Movie Database (IMDb)**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0468569/>> Acesso em 15 out. 2009.

EMPIRE of the Sun. **Internet Movie Database (IMDb)**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0092965/>>. Acesso em 15 out. 2009.

FERRIS Bueller's Day Off. **Internet Movie Database (IMDb)**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0091042/>>. Acesso em 15 set. 2009.

FINDING Nemo. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0266543/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

GODFATHER Family: A look inside, The. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0101961/>>. Acesso em 10 nov. 2009.

INCREDIBLE Hulk, The. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0800080/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

INCREDIBLES, The. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0317705/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

INDIANA Jones and the Temple of Doom. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0087469/>>. Acesso em 15 out. 2009.

IRON Man. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0371746/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

KUNG-Fu Panda. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0441773/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

MAKING 'Saving Private Ryan. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0493766/>>. Acesso em 21 nov. 2009.

NUIT Américaine, La. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em : <<http://www.imdb.com/title/tt0070460/>>. Acesso em 15 set. 2009.

PRAYING with Anger. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em:<<http://www.imdb.com/title/tt0105162/>>. Acesso em 20 set. 2009.

PRINCESS and the Pirate, The. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0037193/>> Acesso em 15 set. 2009.

PSICHO. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0054215/>>. Acesso em 15 set. 2009.

PUNISHER, The. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0330793/>> Acesso em 30 set. 2009.

PUNISHER: War Zone. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0450314/>> Acesso em 30 set. 2009.

RAIDERS of the Lost Ark. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0082971/>>. Acesso em 15 out. 2009.

RESERVOIR Dogs. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0105236/>>. Acesso em 20 set. 2009.

SEN to Chihiro No Kamikakushi. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0245429/>>. Acesso em 10 out. 2009.



SAVING Private Ryan. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0120815/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: An Introduction. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0493492/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: Boot Camp. **Internet Movie database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0431377/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: Looking Into the Past. **Internet Movie database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0493493/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: Miller and His Platoon. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0427818/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: Music and Sound. **Internet Movie database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0493494/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: Parting Thoughts. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0493495/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

‘SAVING Private Ryan’: Re-creating Omaha Beach. **Internet Movie database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0431378/>>. Acesso em 22 nov. 2009.

SINGIN’ in the Rain. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0045152/>> Acesso em 15 set. 2009.

SIXTH Sense, The. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0167404/>>. Acesso em 20 set. 2009.

WIDE Awake. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0120510/>>. Acesso em 20 set. 2009.

X-Men. **Internet Movie Database** (IMDb). Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0120903/>>. Acesso em 20 set. 2009.

## **Audiovisuais**

PSICOSE – Trailer. **YouTube**. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=N8eQ6KTif5U>>. Acesso em 17 out. 2009.

MATRIX. Direção: Andy e Larry Wachowski. Produção: Joel Silver. Atores: Keanu Reeves; Laurence Fishbourne; Carrie-Ann Moss; Hugo Weaven; Joe Pantoliano e outros. Roteiro: Andy e Larry Wachowski. Música: Don Davis. Warner Brothers, c. 1999. 1 DVD (136 min.), widescreen, color. Produzido por Warner Home Video.

MATRIX: Os segredos da produção. Direção: Josh Oreck. Produção: Eric Matthies. Produtores Executivos: Joel silver, Andy Wachowski e Larry Wachowski. Warner Brothers, c. 2001. 1 DVD (123 min.), standard, color. Produzido por Warner Home Video.

DE VOLTA para o futuro – Box de Colecionador. Direção: Robert Zemeckis. Produção: Steven Spielberg. Atores: Michael J. Fox; Christopher Lloyd; Lea Thompson e outros. Roteiro: Robert Zemeckis e Bob Gale. Universal Studios, 1985/1989/1990. 3 DVDs (115min./108 min./118 min.), widescreen, color. Produzido por Universal Pictures.

## ANEXO A – FICHA TÉCNICA DE *MATRIX REVISITED* (IMDb)

### The Matrix Revisited (2001)

#### Overview

**Director:**

Josh Oreck

**Release Date:**

20 November 2001 (USA)

**Genre:**

Documentary

**Plot:**

An "extras-only" DVD, packed with documentaries and behind-the-scenes footage from the filming of the ground-breaking 1999 movie "The Matrix". Includes a rare interview with the elusive writer/directors, the Wachowski Brothers; insights from the cast and crew into the production process; and a preview of things to come: a series of anime films and two sequels.  
*Written by Alexander Lum*

#### Cast (Credited cast)

Kym Barrett	... Costume Designer
Jason Bentley	... Music Supervisor
Geoffrey Darrow	... Conceptual Designer (as Geof Darrow)
Dane A. Davis	... Sound Designer (as Dane Davis)
Don Davis	... Composer
Lorenzo di Bonaventura	... President, Worldwide Theatrical Production, Warner Bros.
Peter Doyle	... Dfilm
Laurence Fishburne	... Himself / Morpheus
John Gaeta	... Visual Effects Supervisor
Carrie-Anne Moss	... Herself
Owen Paterson	... Production Designer
Bill Pope	... Director of Photography
Keanu Reeves	... Himself / Neo
Joel Silver	... Producer
Janek Sirrs	... Associate VFX Supervisor
Steve Skroce	... Storyboard Artist

Zach Staenberg ... Editor  
 Andy Wachowski ... Himself / Director  
 Larry Wachowski ... Himself / Director  
 Hugo Weaving ... Himself / Agent Smith  
 Woo-ping Yuen ... Kung Fu Choreographer (as Yuen Wo Ping)

**Produced by**

Eric Matthies .... producer  
 Joel Silver .... executive  
 producer  
 Andy Wachowski .... executive  
 producer  
 Larry Wachowski .... executive  
 producer

**Original Music by**

Paul Cooper  
 Adam Locke-Norton  
 Robert Phoenix  
 Aleks Svaensson

**Cinematography by**

Richard Henkels  
 Alan Hereford  
 George Jenne  
 Eric Matthies  
 Phil Oosterhouse  
 Josh Oreck  
 Bill Pope  
 Byron Shah  
 Paul Warren

**Film Editing**

by  
 Peter Byck

**Makeup Department**

Gretchen Davis .... makeup  
 artist

**Production Management**

Paul Hemstreet .... executive in charge of production: Warner Home  
 Video  
 Tricia Todd .... production supervisor

**Art Department**

Lukasz Lysakowski .... lead designer:  
titles

**Sound Department**

Forrest Brakeman .... sound mixer (as Forest  
Brakeman)  
 Brian Emrich .... sound designer: titles  
 Paul Hackner .... sound re-recording engineer  
 David Jackson .... sound mixer  
 Mark Johnston .... sound recordist  
 Claudia Katayanagi .... sound mixer  
 Charles Mehling .... sound mixer  
 Joe Milner .... sound re-recording mixer  
 Saul Rouda .... sound mixer  
 Matthew Sidle .... sound mixer  
 Paul Trautman .... sound mixer  
 Hugh Walton .... sound mixer

**Camera and Electrical Department**

Tobias Baker .... lighting technician  
 James Childers .... lighting technician  
 Bob Finley III .... lighting technician (as Robert  
Finley)  
 Wing Ko .... assistant camera  
 Greg Luntzel .... assistant camera  
 Sean Hunter Moe .... assistant camera (as Sean Moe)  
 John Norman .... assistant camera  
 Adam Swaab .... assistant camera  
 Eric Treml .... assistant camera

**Editorial Department**

Brian 'Crash' Carlucci .... color corrector (as Crash  
Carlucci)  
 Kelly Donnellan .... additional editor  
 Kelly Donnellan .... assistant editor  
 Michael T. Forrest .... on-line editor  
 Sandy Guthrie .... additional editor  
 Gino Panaro .... color corrector (as Gino Panarro)  
 Arnold Ramm .... color corrector

**Music Department**

Jon Huck .... music

supervisor

**Transportation Department**

John R. Lopez .... driver: Laurence  
Fishburne

**Other crew**

Richard Alexander .... layback  
Philip Glau .... transcriptions  
Spencer Lamm .... creative director: titles  
Keping Qui .... translator  
Joe Roddey .... key set production assistant

**Additional Details**

***Runtime:***

123 min

***Country:***

USA

***Language:***

English

***Color:***

Color

***Aspect Ratio:***

1.33 : 1 more

***Sound Mix:***

Dolby Digital

## ANEXO B – FILMOGRAFIA DO DIRETOR JOSH ORECK (IMDb)

### Josh Oreck

#### Overview

#### *Awards:*

2 nominations

DVD Exclusive Awards			
Year	Result	Award	Category/Recipient(s)
2003	Nominated	DVD Premiere Award	Original Retrospective Documentary, New Release <b>for:</b> Spider-Man (2002) Shared with: Eric Matthies For "Spider-Man: Mythology of the 21st Century".
2001	Nominated	Video Premiere Award	Best Original Retrospective Documentary <b>for:</b> The Matrix (1999) For The Matrix Revisited (2001) (V).

#### Filmography

#### *Director:*

- 2000s
  - 1990s
1. Speed Racer: Supercharged (2008) (V)
  2. Speed Racer: Wonderful World of Racing - The Amazing Racer Family (2008) (V)
  3. I Walk the City (2008) (V)
  4. Spritle in the Big Leagues (2008) (V)
  5. Speed Racer: Car Fu (2008) (V)
  6. Speed Racer: Ramping Up (2008) (V)
  7. 'V for Vendetta' Unmasked (2006) (TV)
  8. The Hard Problem: The Science Behind the Fiction (2004) (V)
  9. The Burly Man Chronicles (2004) (V)
  10. Return to Source: Philosophy & 'The Matrix' (2004) (V)
  11. The Matrix Recalibrated (2004) (V)
    - ... aka Revolutions Recalibrated (USA: alternative title)

12. Crash Course (2003) (V)
  - ... aka The Freeway Chase (USA: alternative title)
  - ... aka The Matrix Reloaded: The Freeway Chase (USA: alternative title)
13. Making 'Enter the Matrix' (2003) (V)
14. Scrolls to Screen: A Brief History of Anime (2003) (V)
15. Spider-Man: The Mythology of the 21st Century (2002) (V)
16. The Matrix Revisited (2001) (V)
17. "HBO First Look" (3 episodes, 1999-2001)
  - Making 'Exit Wounds' (2001) TV episode
  - Making 'Romeo Must Die' (2000) TV episode
  - The *Making of 'The Matrix'* (1999) TV episode
18. What Is Bullet-Time? (1999) (V)
19. Making 'The Matrix' (1999) (TV)

### ***Producer:***

1. Ludachristmas (2008) (V) (producer)
2. Meet the Other Claus (2008) (V) (producer)
3. Pause for Claus (2008) (V) (producer)
4. Sibling Rivalry (2008) (V) (producer)
5. Speed Racer: Supercharged (2008) (V) (producer)
6. Lost Boys: The Tribe - Action Junkies (2008) (V) (producer)
7. Speed Racer: Wonderful World of Racing - The Amazing Racer Family (2008) (V) (producer)
8. I Walk the City (2008) (V) (producer)
9. Speed Racer: Car Fu (2008) (V) (producer)
10. Speed Racer: Ramping Up (2008) (V) (producer)
11. Spritle in the Big Leagues (2008) (V) (producer)
12. Character Confessionals (2007) (V) (producer)
13. The Search for an Idol: Dr. Hammer's Quest (2007) (V) (producer)
14. Designing the Near Future (2006) (V) (producer)
15. England Prevails: V for Vendetta and the New Wave in Comics (2006) (V) (producer)
16. Freedom! Forever!: Making 'V for Vendetta' (2006) (V) (producer)
17. Remember, Remember: Guy Fawkes and the Gunpowder Plot (2006) (V) (producer)
18. 'V for Vendetta' Unmasked (2006) (TV) (producer)

### ***Camera and Electrical Department:***

1. The Burly Man Chronicles (2004) (V) (camera operator)
2. The Matrix Recalibrated (2004) (V) (additional camera operator)
  - ... aka Revolutions Recalibrated (USA: alternative title)
3. "HBO First Look" (additional camera operator) (1 episode, 2003)
  - The Matrix Revolutions (2003) TV episode (additional camera operator)
4. Crash Course (2003) (V) (additional camera operator)
  - ... aka The Freeway Chase (USA: alternative title)
  - ... aka The Matrix Reloaded: The Freeway Chase (USA: alternative title)
5. Scrolls to Screen: A Brief History of Anime (2003) (V) (camera operator)



***Miscellaneous Crew:***

1. The Hard Problem: The Science Behind the Fiction (2004) (V) (concept)
2. The Burly Man Chronicles (2004) (V) (story editor)
3. Return to Source: Philosophy & 'The Matrix' (2004) (V) (concept)
4. "HBO First Look" (behind-the-scenes footage) (1 episode, 2002)
  - Behind the Ultimate Spin: The *Making of* 'Spider-Man' (2002) TV episode (behind-the-scenes footage)

***Editor:***

1. Return to Source: Philosophy & 'The Matrix' (2004) (V)
2. "HBO First Look" (1 episode, 2000)
  - Making 'Romeo Must Die' (2000) TV episode

***Writer:***

1. Speed Racer: Wonderful World of Racing - The Amazing Racer Family (2008) (V) (dialogue)

***Cinematographer:***

1. The Matrix Revisited (2001) (V)

***Thanks:***

1. Spine Tingler! The William Castle Story (2007) (special thanks)

**ANEXO C – FICHA TÉCNICA DE MAKING THE TRILOGY (IMDb)****Back to the Future: Making the Trilogy (2002)****Overview*****Director:***

Laurent Bouzereau

***Writer:***

Laurent Bouzereau (writer)

***Genre:***

Documentary

***Plot:***

This is the *making of* the Back to the Future Trilogy by acclaimed documentary maker Laurent Bouzereau and appears on the Back to the Future DVD set.

**Cast (Credited cast)**

Michael J. Fox ... Himself

Bob Gale ... Himself

Robert Zemeckis ... Himself

***Produced by***

Laurent Bouzereau .... producer

***Film Editing by***

Jeffrey Gross

***Production Management***

Colleen A. Benn .... executive in charge of production

Marian Mansi .... production manager: Universal Studios

***Sound Department***

Brett Brooke .... location sound

David Martin .... sound

***Editorial Department***

Bill Admans .... on-line editor

**Additional Details*****Runtime:***

45 min

***Country:***

USA

***Language:***

English

***Color:***

Black and White | Color

## ANEXO D – FILMOGRAFIA DO DIRETOR LAURENT BOUZEREAU (IMDb)

### Laurent Bouzereau

#### Overview

#### *Date of Birth:*

c. 1962, France

#### *Mini Biography:*

Currently, Laurent Bouzereau is the best-known home video/movie documentary filmmaker. His name has appeared in the closing credits for over 150 "making-of" documentaries and featurettes thus far, and he has only been in the business for 10 years as of 2005. It all started when he collected film memorabilia for classic Steven Spielberg and Brian De Palma films at the time of their release. It was clear that he loved films, and would hopefully get to make them in the future. He first started in the "film business" when he came over to the United States from France to work in film distribution. This was then followed up by several writing gigs for French magazines including 'L'Ecran Fantastique' and 'Globe'. On top of writing for these magazines, he wrote the book "The De Palma Cut" in 1988 about Brian De Palma's visual style and controversial films.

Once Bouzereau heard that The Criterion Collection, a Laserdisc distributor for classic film, was making a Laserdisc for Brian De Palma's *Carrie* (1976), he called them up and told them he had some collectibles they may be interested in. As it turns out, some of those at Criterion had already read his book and wanted his input on the Laserdisc, so he recorded a very informative audio commentary track to be included on the Laserdisc. This was his first foray into the home video circuit. Bouzereau then produced another Laserdisc (LD) for Criterion, Alfred Hitchcock's *Blackmail* (1929). Universal Studios then contacted Bouzereau to produce Laserdiscs for Spielberg's *1941* (1979) and *Jaws* (1975). While the LD for *1941* (1979) was on hiatus, he then edited the EPK interviews for the film *Alive* (1993) and worked in feature development for ZM Productions.

From here on in, he would produce some of the best making-of documentaries for home video, DVDs especially. Almost all of his first films were of feature-length, this includes *The Making of '1941'* (1996) (V), *The Last Picture Show: A Look Back* (1999) (V) and *The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'* (1995) (V) to name a few. Unfortunately, the DVD format changes, and there is more demand for shorter documentaries to appeal to the masses. This resulted in having to personally cut down the *The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'* (1995) (V) for the 25th Anniversary *Jaws* (1975) DVD. Now, the majority of his work is split up into three or so featurettes rather than one documentary. As for *The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'* (1995) (V), it's finally being released onto DVD uncut, with the release of the 30th Anniversary DVD for *Jaws* (1975) in 2005.

By: **Rhyl Donnelly**

**Awards:**

1 win &amp; 9 nominations

DVD Exclusive Awards			
Year	Result	Award	Category/Recipient(s)
2003	<b>Nominated</b>	DVDX Award	Best Behind-the-Scenes Program (New for DVD) <b>for:</b> Raiders of the Lost Ark (1981) For "Indiana Jones: Making the Trilogy" (The Adventures of Indiana Jones - The Complete DVD Movie Collection). Also for Indiana Jones and the Temple of Doom (1984) and Indiana Jones and the Last Crusade (1989).
			Best Overall DVD, Classic Movie (Including All Extra Features) <b>for:</b> Raiders of the Lost Ark (1981) Shared with: <b>Jim Ward</b> <b>John Lowry</b> Also for Indiana Jones and the Temple of Doom (1984) and Indiana Jones and the Last Crusade (1989). (The Adventures of Indiana Jones - The Complete DVD Movie Collection).
2003	<b>Nominated</b>	DVD Premiere Award	Best Overall New Extra Features, New Release <b>for:</b> Artificial Intelligence: AI (2001)
			Original Retrospective Documentary, Library Release <b>for:</b> Back to the Future (1985) For Back to the Future: Making the Trilogy (2002) (V), parts 1, 2 and 3. For the Trilogy. Also for Back to the Future Part II (1989) and Back to the Future Part III (1990).
			Original Retrospective Documentary, New Release <b>for:</b> Artificial Intelligence: AI (2001) For "Creating A.I.".
2001	<b>Nominated</b>	Video Premiere Award	Best Original Retrospective Documentary <b>for:</b> Rear Window (1954) For 'Rear Window' Ethics: Remembering and Restoring a Hitchcock Classic (2000) (V).
2001	<b>Won</b>	Video Premiere Award	Best DVD Original Retrospective Documentary/Featurette <b>for:</b> The Birds (1963) For All About 'The Birds' (2000) (V).  For the Collector's Edition.

	<b>Nominated</b>	Video Premiere Award	Best DVD Original Retrospective Documentary/Featurette <b>for:</b> Conan the Barbarian (1982) For "Conan the Barbarian: Unchained". For Collector's Edition.
Best DVD Original Retrospective Documentary/Featurette <b>for:</b> The Bridge on the River Kwai (1957) For "The <i>Making of</i> 'The Bridge on the River Kwai'".			
Best DVD Overall Original Supplemental Material <b>for:</b> The Birds (1963) Shared with: Colleen A. Benn (executive in charge of production) For the Collector's Edition.			

## Filmography

### Producer:

1. A Night at the Movies: The Suspenseful World of Thrillers (2009) (TV) (producer)
2. Doubt: Stage to Screen (2009) (V) (producer)
3. Scoring 'Doubt' (2009) (V) (producer)
4. The Sisters of Charity (2009) (V) (producer)
5. Memories from 'Being There' (2009) (V) (producer)
6. Making 'Ghost Town' (2008) (V) (producer)
7. Indiana Jones 4: Pre-production (2008) (V) (producer)  
... aka Pre-production (USA: short title)
8. Adventures in Post Production (2008) (V) (producer)
9. Indiana Jones 4: The Return of a Legend (2008) (V) (producer)  
... aka The Return of a Legend (USA: short title)
10. Warrior Make-up (2008) (V) (producer)
11. Production Diary: *Making of* 'The Kingdom of the Crystal Skull' (2008) (V) (producer)
12. Iconic Props (2008) (V) (producer)
13. The Crystal Skulls (2008) (V) (producer)
14. The Effects of Indy (2008) (V) (producer)
15. Indiana Jones and the Creepy Crawlies (2008) (V) (producer)
16. Raiders: The Melting Face! (2008) (V) (producer)
17. Indiana Jones: An Appreciation (2008) (V) (producer)
18. Revolution! The *Making of* 'Bonnie and Clyde' (2008) (V) (producer)
19. A Discussion About 'Things We Lost in the Fire' (2008) (V) (producer)
20. Into the Wild: The Story, the Characters (2008) (V) (producer)
21. Into the Wild: The Experience (2008) (V) (producer)
22. Closing: Team Indy (2008) (V) (producer)
23. Making 'Rush Hour 3' (2007) (V) (producer)
24. Chinatown: Filming (2007) (V) (producer)
25. Chinatown: The Legacy (2007) (V) (producer)
26. Chinatown: The Beginning and the End (2007) (V) (producer)

27. Deliverance: Delivered (2007) (V) (producer)
28. Flashdance: Music and Songs (2007) (V) (producer)
29. The History of 'Flashdance' (2007) (V) (producer)
30. Deliverance: The Journey (2007) (V) (producer)
31. Deliverance: The Beginning (2007) (V) (producer)
32. Releasing the 'Flashdance' Phenomenon (2007) (V) (producer)
33. The Look of 'Flashdance' (2007) (V) (producer)
34. Deliverance: Betraying the River (2007) (V) (producer)
35. Flashdance: The Choreography (2007) (V) (producer)
36. Mars: Past, Present, and Future (2007) (V) (producer)
37. The Story of 'Perfume' (2007) (V) (producer)
38. Rise of 'The Conformist': The Story, the Cast (2006) (V) (producer)
39. 1900: Creating an Epic (2006) (V) (producer)
40. Shadow and Light: Filming 'The Conformist' (2006) (V) (producer)
41. 1900: The Story, the Cast (2006) (V) (producer)
42. Witness to 'Reds' (2006) (V) (producer)
43. Black Rain: Making the Film - Part 1 (2006) (V) (producer)
44. Black Rain: The Script, the Cast (2006) (V) (producer)
45. Black Rain: Making the Film - Part 2 (2006) (V) (producer)
46. Black Rain: Post-Production (2006) (V) (producer)
47. The Look of 'The Dead Zone' (2006) (V) (producer)
48. Stephen King's 'Pet Sematary': Filming the Horror (2006) (V) (producer)
49. Visions and Horror from 'The Dead Zone' (2006) (V) (producer)
50. Memories from 'The Dead Zone' (2006) (V) (producer)
51. Stephen King's 'Pet Sematary': Stephen King Territory (2006) (V) (producer)
52. The Politics of 'The Dead Zone' (2006) (V) (producer)
53. Stephen King's 'Pet Sematary': The Characters (2006) (V) (producer)
54. Munich: The On-Set Experience (2006) (V) (producer)
55. Munich: Memories of the Event (2006) (V) (producer)
56. Munich: Portrait of an Era (2006) (V) (producer)
57. Munich: The International Cast (2006) (V) (producer)
58. Munich: Editing, Sound and Music (2006) (V) (producer)
59. Munich: The Mission - The Team (2006) (V) (producer)
60. Munich: The Experience (2006) (V) (producer)
61. North and the Music of the South (2006) (V) (producer)
62. The Thing Called Love: A Look Back (2006) (V) (producer)
63. Our Friend River (2006) (V) (producer)
64. The Look of the Film (2006) (V) (producer)
65. 'Network': By Walter Cronkite (2006) (V) (producer)
66. 'Network': The Experience (2006) (V) (producer)
67. 'Network': The World and Words of Paddy Chayefsky (2006) (V) (producer)
68. 'Dog Day Afternoon': After the Filming (2006) (V) (producer)
69. 'Network': The Cast, the Characters (2006) (V) (producer)
70. 'Dog Day Afternoon': Casting the Controversy (2006) (V) (producer)
71. 'Network': The Style (2006) (V) (producer)
72. 'Network': Mad as Hell - The Creation of a Movie Moment (2006) (V) (producer)
73. 'Dog Day Afternoon': The Story (2006) (V) (producer)
74. 'Dog Day Afternoon': Recreating the Facts (2006) (V) (producer)
75. Twist by Polanski (2006) (V) (producer)
76. Jonathan Demme & Jodie Foster: Breaking the Silence (2005) (V) (producer)

77. Jonathan Demme & Jodie Foster: Making 'The Silence of the Lambs' (2005) (V) (producer)
78. Jonathan Demme & Jodie Foster: The Beginning (2005) (V) (producer)
79. 'War of the Worlds': Production Diaries, East Coast - Exile (2005) (V) (producer)
80. The H.G. Wells Legacy (2005) (V) (producer)
81. 'War of the Worlds': Production Diaries, East Coast - Beginning (2005) (V) (producer)
82. 'War of the Worlds': Revisiting the Invasion (2005) (V) (producer)
83. Scoring 'War of the Worlds' (2005) (V) (producer)
84. 'War of the Worlds': Previsualization (2005) (V) (producer)
85. Steven Spielberg and the Original 'War of the Worlds' (2005) (V) (producer)
86. Designing the Enemy: Tripods and Aliens (2005) (V) (producer)
87. 'War of the Worlds': Characters - The Family Unit (2005) (V) (producer)
88. 'War of the Worlds': Production Diaries, West Coast - Destruction (2005) (V) (producer)
89. 'War of the Worlds': Production Diaries, West Coast - War (2005) (V) (producer)
90. We Are Not Alone (2005) (V) (producer)
91. Casino: The Story (2005) (V) (producer)
92. Casino: After the Filming (2005) (V) (producer)
93. Casino: The Look (2005) (V) (producer)
94. Casino: The Cast and Characters (2005) (V) (producer)
95. Burt Lancaster: A Portrait (2005) (V) (producer)
96. Memories from 'The Professionals' (2005) (V) (producer)
97. The Professionals: A Classic (2005) (V) (producer)
98. The Warriors: The Phenomenon (2005) (V) (producer)
99. Boarding: The People of 'The Terminal' (2004) (V) (producer)
100. In Flight Service: The Music of 'The Terminal' (2004) (V) (producer)
101. Booking the Flight: The Script, the Story (2004) (V) (producer)
102. Waiting for the Flight: Building 'The Terminal' (2004) (V) (producer)
103. Take Off: Making 'The Terminal' (2004) (V) (producer)
104. Landing: Airport Stories (2004) (V) (producer)
105. The Stepford Wives (2004) (V) (producer)
106. The Stepford Husbands (2004) (V) (producer)
107. Stepford: A Definition (2004) (V) (producer)
108. Stepford: The Architects (2004) (V) (producer)
109. A Perfect World: The *Making of* 'The Stepford Wives' (2004) (V) (producer)
110. The China Syndrome: Creating a Controversy (2004) (V) (producer)
111. The China Syndrome: A Fusion of Talent (2004) (V) (producer)
112. The Untouchables: Production Stories (2004) (V) (producer)
113. The Untouchables: Re-Inventing the Genre (2004) (V) (producer)
114. The Untouchables: The Classic (2004) (V) (producer)
115. The Untouchables: The Script, the Cast (2004) (V) (producer)
116. Christine: Fast and Furious (2004) (V) (producer)
117. 'Tess': From Novel to Screen (2004) (V) (producer)
118. Christine: Finish Line (2004) (V) (producer)
119. 'Tess': The Experience (2004) (V) (producer)
120. Christine: Ignition (2004) (V) (producer)
121. Filming 'Tess' (2004) (V) (producer)
122. Personal History: Foreign Hitchcock (2004) (V) (producer: Blue Collar Productions)
123. Before the Fact: Suspicious Hitchcock (2004) (V) (producer: Blue Collar Productions)
124. Hitchcock's Confession: A Look at 'I Confess' (2004) (V) (producer)



125. Guilt Trip: Hitchcock and 'The Wrong Man' (2004) (V) (producer)
126. 3D: A Brief History (2004) (V) (producer)
127. Strangers on a Train: The Victim's P.O.V. (2004) (V) (producer)
128. Hitchcock and 'Stage Fright' (2004) (V) (producer)
129. Mr. Hitchcock Meets the Smiths (2004) (V) (producer)
130. Hitchcock and Dial M (2004) (V) (producer)  
... aka Hitchcock and Dial M for Murder (USA: alternative title)
131. The Hitchcocks on Hitch (2004) (V) (producer)
132. Richard Matheson: The Writing of 'Duel' (2004) (V) (producer)
133. 'Duel': A Conversation with Director Steven Spielberg (2004) (V) (producer)
134. Steven Spielberg and the Small Screen (2004) (V) (producer)
135. Secret Window: Secrets Revealed (2004) (V) (producer)
136. Secret Window: From Book to Film (2004) (V) (producer)
137. Secret Window: A Look Through It (2004) (V) (producer)
138. Making 'Saving Private Ryan' (2004) (V) (producer)
139. 'Saving Private Ryan': Miller and His Platoon (2004) (V) (producer)
140. 'Saving Private Ryan': Parting Thoughts (2004) (V) (producer)
141. 'Saving Private Ryan': An Introduction (2004) (V) (producer)
142. 'Saving Private Ryan': Boot Camp (2004) (V) (producer)
143. 'Saving Private Ryan': Looking Into the Past (2004) (V) (producer)
144. 'Saving Private Ryan': Music and Sound (2004) (V) (producer)
145. 'Saving Private Ryan': Re-Creating Omaha Beach (2004) (V) (producer)
146. Raging Bull: Before the Fight (2004) (V) (producer)
147. The Revamping of Dracula (2004) (V) (producer)
148. Making 'Murder on the Orient Express' (2004) (V) (producer)
149. The *Making of* 'Seabiscuit' (2003) (V) (producer)  
... aka Bringing the Legend to Life: The *Making of* 'Seabiscuit' (USA: alternative title)
150. Seabiscuit: The *Making of* a Legend (2003) (TV) (executive producer)
151. Seabiscuit: Racing Through History (2003) (V) (producer)
152. Indiana Jones: Making the Trilogy (2003) (V) (producer)
153. Scarface: Creating (2003) (V) (producer)
154. Scarface: The Rebirth (2003) (V) (producer)
155. Scarface: Acting (2003) (V) (producer)
156. The *Making of* 'Carlito's Way' (2003) (V) (producer)
157. 'Targets': An Introduction by Peter Bogdanovich (2003) (V) (producer)
158. "HBO First Look" (executive producer) (2 episodes, 2003)  
- 'Seabiscuit': The *Making of* a Legend (2003) TV episode (executive producer)  
- 'Dreamcatcher': Unraveling the Nightmare (2003) TV episode (executive producer)
159. Cultivating a Classic: The *Making of* 'The Color Purple' (2003) (V) (producer)
160. Conversations with the Ancestors: 'The Color Purple' from Book to Screen (2003) (V) (producer)
161. The Color Purple: The 'Musical' (2003) (V) (producer)
162. A Collaboration of Spirits: Casting and Acting 'The Color Purple' (2003) (V) (producer)
163. Narc: The Friedkin Connection (2003) (V) (producer)  
... aka The Friedkin Connection (USA: alternative title)
164. Narc: Shooting Up (2003) (V) (producer)
165. The FBI Perspective (2003) (V) (producer)
166. 'Catch Me If You Can': In Closing (2003) (V) (producer)
167. 'Catch Me If You Can': The Casting of the Film (2003) (V) (producer)  
... aka Cast Me If You Can (USA: DVD box title)

168. Frank Abagnale: *Between Reality and Fiction* (2003) (V) (producer)
169. 'Catch Me If You Can': *Behind the Camera* (2003) (V) (producer)
170. Scoring 'Catch Me If You Can' (2003) (V) (producer)
171. *Femme Fatale: Dream Within a Dream* (2003) (V) (producer)
172. *Who Made Roger Rabbit* (2003) (V) (executive producer)
173. *Day for Night: Truffaut in the USA* (2003) (V) (producer)
174. *Day for Night: A Conversation with Jaqueline Bisset* (2003) (V) (producer)
175. *Day for Night: An Appreciation* (2003) (V) (producer)
176. *Making 'Signs'* (2003) (V) (producer)
177. *The Making of 'Fahrenheit 451'* (2003) (V) (producer)
178. *Fahrenheit 451, the Novel: A Discussion with Author Ray Bradbury* (2003) (V) (producer)
179. *The Music of 'Fahrenheit 451'* (2003) (V) (producer)
180. 'Minority Report': *The Players* (2002) (V) (executive producer)
181. *The World of 'Minority Report': An Introduction* (2002) (V) (producer)
182. *ILM and 'Minority Report'* (2002) (V) (producer)
183. *Deconstructing Precog Visions* (2002) (V) (producer)
184. *Deconstructing Vehicles of the Future* (2002) (V) (producer)
185. *Final Report* (2002) (V) (producer)
186. 'Minority Report': *The Story, the Debate* (2002) (V) (producer)
187. *Deconstructing the Spyder Sequence* (2002) (V) (producer)
188. *Deconstructing Precrime and Precogs* (2002) (V) (producer)
189. 'Serpico': *From Real to Reel* (2002) (V) (producer)
190. *Inside 'Serpico'* (2002) (V) (producer)
191. 'Serpico': *Favorite Moments* (2002) (V) (producer)
192. *The Making of 'The Producers'* (2002) (V) (producer)
193. *Writing and Casting 'To Catch a Thief'* (2002) (V) (producer)
194. *Making of 'To Catch a Thief'* (2002) (V) (producer)
195. *E.T. the Extra-Terrestrial: 20th Anniversary Celebration* (2002) (V) (producer)
196. *Cat People: An Intimate Portrait by Paul Schrader* (2002) (V) (producer)
197. 'Silent Running': *A Conversation with Bruce Dern, 'Lowell Freeman'* (2002) (V) (producer)
198. 'Silent Running': *By Director Douglas Trumbull* (2002) (V) (producer)
199. *Douglas Trumbull: Then and Now* (2002) (V) (producer)
200. *Lighting AI* (2002) (V) (producer)
201. *Acting A.I.: A Portrait of David* (2002) (V) (producer)
202. *Acting A.I.: A Portrait of Gigolo Joe* (2002) (V) (producer)
203. *Creating A.I.* (2002) (V) (producer)
204. *Special Visual Effects and Animation: ILM* (2002) (V) (producer)
205. *The Robots of 'AI'* (2002) (V) (producer)
206. *The Sound of 'A.I.'* (2002) (V) (producer)
207. *Live at the Shrine! John Williams and the World Premiere of 'E.T.: The Extra Terrestrial': The 20th Anniversary* (2002) (V) (producer)
208. *The Music of 'A.I.'* (2002) (V) (producer)
209. *Back to the Future: Making the Trilogy* (2002) (V) (producer)
210. *The Dinosaurs of 'Jurassic Park III'* (2001) (V) (producer)  
... aka *The New Dinosaurs of 'Jurassic Park III'* (USA: DVD box title)
211. *The Art of 'Jurassic Park III'* (2001) (V) (producer)
212. *The Sound and Music of 'Jurassic Park III'* (2001) (V) (producer)
213. *The Making of 'Jurassic Park III'* (2001) (V) (producer)

214. The Jurassic Park Phenomenon: A Discussion with Author Michael Crichton (2001) (V) (producer)
215. The Special Effects of 'Jurassic Park III' (2001) (V) (producer)
216. The *Making of* 'Midway' (2001) (V) (executive producer in charge of production)
217. Sensurround: The Sounds of Midway (2001) (V) (producer)
218. Play It Again: A Look Back at 'Play Misty for Me' (2001) (V) (producer)
219. The *Making of* 'Cape Fear' (2001) (V) (producer)
220. Slashing 'Dressed to Kill' (2001) (V) (producer)
221. Visualizing 'Carrie' (2001) (V) (producer)
222. Dressed to Kill: An Appreciation by Keith Gordon (2001) (V) (producer)
223. Acting 'Carrie' (2001) (V) (producer)
224. The *Making of* 'Dressed to Kill' (2001) (V) (producer)
225. The *Making of* 'Close Encounters of the Third Kind' (2001) (V) (producer)
226. Jaws 2: A Portrait by Actor Keith Gordon (2001) (V) (producer)
227. John Williams: The Music of 'Jaws 2' (2001) (V) (producer)
228. 'Obsession' Revisited (2001) (V) (producer)
229. The *Making of* 'Jaws 2' (2001) (V) (producer)
230. Screenwriter John Michael Hayes on 'Rear Window' (2001) (V) (producer)
231. 'Topaz': An Appreciation by Film Critic/Historian Leonard Maltin (2001) (V) (producer)
232. The Story of 'Frenzy' (2001) (V) (producer)
233. Plotting 'Family Plot' (2001) (V) (producer)
234. The Trouble with Harry Isn't Over (2001) (V) (producer)
235. 'Rope' Unleashed (2001) (V) (producer)
236. A Portrait of Michael Crichton (2001) (V) (producer)
237. Beyond Jurassic Park (2001) (V) (producer)
238. The Andromeda Strain: Making the Film (2001) (V) (producer)
239. Conan Unchained: The *Making of* 'Conan' (2000) (V) (producer)  
... aka Conan Unchained: The *Making of* 'Conan the Barbarian' (USA: alternative title)
240. The Trouble with Marnie (2000) (TV) (producer)
241. The *Making of* 'The Man Who Knew Too Much' (2000) (V) (producer)
242. Beyond Doubt: The *Making of* Hitchcock's Favorite Film (2000) (V) (producer)
243. The Bridge on the River Kwai: An Appreciation by Filmmaker John Milius (2000) (V) (producer)
244. The *Making of* 'The Bridge on the River Kwai' (2000) (V) (producer)
245. The *Making of* 'Lawrence of Arabia' (2000) (V) (producer)
246. Back to 'Somewhere in Time' (2000) (V) (producer)
247. 'Rear Window' Ethics: Remembering and Restoring a Hitchcock Classic (2000) (V) (producer)
248. 'Torn Curtain' Rising (2000) (V) (producer)
249. Saboteur: A Closer Look (2000) (V) (producer)
250. Spotlight on Location: Snow Falling on Cedars (2000) (TV) (producer)
251. The Lady from Shanghai: A Discussion with Peter Bogdanovich (2000) (V) (producer)
252. Lawrence of Arabia: A Conversation with Steven Spielberg (2000) (V) (producer)
253. All About 'The Birds' (2000) (V) (producer)
  
254. The *Making of* 'Silverado' (1999) (V) (producer)
255. Making 'Taxi Driver' (1999) (V) (producer)
256. The Big Chill: A Reunion (1999) (V) (producer)
257. The Last Picture Show: A Look Back (1999) (V) (producer)

- 258. The *Making of* 'American Graffiti' (1998) (TV) (producer)
- 259. The *Making of* 'Scarface' (1998) (V) (producer)
- 260. The *Making of* 'Dragonheart' (1997) (V) (producer)
- 261. The *Making of* 'Lost World' (1997) (V) (producer)
- 262. The *Making of* 'Psycho' (1997) (V) (producer)
- 263. The *Making of* '1941' (1996) (V) (producer)
- 264. The *Making of* 'E.T. The Extra-Terrestrial' (1996) (V) (producer)  
... aka E.T.: The Extra-Terrestrial - A Look Back (USA: cut version)
- 265. The *Making of* Steven Spielberg's 'Jaws' (1995) (V) (producer)
  
- 266. The Warriors (1979) (producer) (Ultimate Director's Cut)

**Director:**

- 1. A Night at the Movies: The Suspenseful World of Thrillers (2009) (TV)
- 2. Memories from 'Being There' (2009) (V)
- 3. Making 'Ghost Town' (2008) (V)
- 4. Indiana Jones 4: Pre-production (2008) (V)  
... aka Pre-production (USA: short title)
- 5. Adventures in Post Production (2008) (V)
- 6. Indiana Jones 4: The Return of a Legend (2008) (V)  
... aka The Return of a Legend (USA: short title)
- 7. Warrior Make-up (2008) (V)
- 8. Production Diary: *Making of* 'The Kingdom of the Crystal Skull' (2008) (V)
- 9. Iconic Props (2008) (V)
- 10. The Crystal Skulls (2008) (V)
- 11. The Effects of Indy (2008) (V)
- 12. Indiana Jones and the Creepy Crawlies (2008) (V)
- 13. Raiders: The Melting Face! (2008) (V)
- 14. Indiana Jones: An Appreciation (2008) (V)
- 15. Revolution! The *Making of* 'Bonnie and Clyde' (2008) (V)
- 16. Into the Wild: The Story, the Characters (2008) (V)
- 17. Into the Wild: The Experience (2008) (V)
- 18. Closing: Team Indy (2008) (V)
- 19. Making 'Rush Hour 3' (2007) (V)
- 20. Chinatown: Filming (2007) (V)
- 21. Chinatown: The Legacy (2007) (V)
- 22. Chinatown: The Beginning and the End (2007) (V)
- 23. Deliverance: Delivered (2007) (V)
- 24. Flashdance: Music and Songs (2007) (V)
- 25. The History of 'Flashdance' (2007) (V)
- 26. Deliverance: The Journey (2007) (V)
- 27. Deliverance: The Beginning (2007) (V)
- 28. Releasing the 'Flashdance' Phenomenon (2007) (V)
- 29. The Look of 'Flashdance' (2007) (V)
- 30. Deliverance: Betraying the River (2007) (V)
- 31. Flashdance: The Choreography (2007) (V)
- 32. The Story of 'Perfume' (2007) (V)
- 33. Rise of 'The Conformist': The Story, the Cast (2006) (V)
- 34. 'The Conformist': Breaking New Ground (2006) (V)

35. Shadow and Light: Filming 'The Conformist' (2006) (V)
36. Witness to 'Reds' (2006) (V)
37. Black Rain: Making the Film - Part 1 (2006) (V)
38. Black Rain: The Script, the Cast (2006) (V)
39. Black Rain: Making the Film - Part 2 (2006) (V)
40. Black Rain: Post-Production (2006) (V)
41. The Look of 'The Dead Zone' (2006) (V)
42. Stephen King's 'Pet Sematary': Filming the Horror (2006) (V)
43. Visions and Horror from 'The Dead Zone' (2006) (V)
44. Memories from 'The Dead Zone' (2006) (V)
45. Stephen King's 'Pet Sematary': Stephen King Territory (2006) (V)
46. The Politics of 'The Dead Zone' (2006) (V)
47. Stephen King's 'Pet Sematary': The Characters (2006) (V)
48. North and the Music of the South (2006) (V)
49. The Thing Called Love: A Look Back (2006) (V)
50. Our Friend River (2006) (V)
51. The Look of the Film (2006) (V)
52. 'Network': By Walter Cronkite (2006) (V)
53. 'Network': The Experience (2006) (V)
54. 'Network': The World and Words of Paddy Chayefsky (2006) (V)
55. 'Dog Day Afternoon': After the Filming (2006) (V)
56. 'Network': The Cast, the Characters (2006) (V)
57. 'Dog Day Afternoon': Casting the Controversy (2006) (V)
58. 'Network': The Style (2006) (V)
59. 'Network': Mad as Hell - The Creation of a Movie Moment (2006) (V)
60. 'Dog Day Afternoon': The Story (2006) (V)
61. 'Dog Day Afternoon': Recreating the Facts (2006) (V)
62. Twist by Polanski (2006) (V)
63. Jonathan Demme & Jodie Foster: Breaking the Silence (2005) (V)
64. Jonathan Demme & Jodie Foster: Making 'The Silence of the Lambs' (2005) (V)
65. Jonathan Demme & Jodie Foster: The Beginning (2005) (V)
66. 'War of the Worlds': Production Diaries, East Coast - Exile (2005) (V)
67. The H.G. Wells Legacy (2005) (V)
68. 'War of the Worlds': Production Diaries, East Coast - Beginning (2005) (V)
69. 'War of the Worlds': Revisiting the Invasion (2005) (V)
70. Scoring 'War of the Worlds' (2005) (V)
71. 'War of the Worlds': Previsualization (2005) (V)
72. Steven Spielberg and the Original 'War of the Worlds' (2005) (V)
73. Designing the Enemy: Tripods and Aliens (2005) (V)
74. 'War of the Worlds': Characters - The Family Unit (2005) (V)
75. 'War of the Worlds': Production Diaries, West Coast - Destruction (2005) (V)
76. 'War of the Worlds': Production Diaries, West Coast - War (2005) (V)
77. We Are Not Alone (2005) (V)
78. "HBO First Look" (1 episode, 2005)
  - War of the Worlds: The Final Invasion (2005) TV episode
79. Burt Lancaster: A Portrait (2005) (V)
80. Memories from 'The Professionals' (2005) (V)
81. The Professionals: A Classic (2005) (V)
82. The Warriors: The Phenomenon (2005) (V)
83. Boarding: The People of 'The Terminal' (2004) (V)

84. In Flight Service: The Music of 'The Terminal' (2004) (V)
85. Booking the Flight: The Script, the Story (2004) (V)
86. Waiting for the Flight: Building 'The Terminal' (2004) (V)
87. Take Off: Making 'The Terminal' (2004) (V)
88. Landing: Airport Stories (2004) (V)
89. The China Syndrome: Creating a Controversy (2004) (V)
90. The China Syndrome: A Fusion of Talent (2004) (V)
91. The Untouchables: Production Stories (2004) (V)
92. The Untouchables: Re-Inventing the Genre (2004) (V)
93. The Untouchables: The Classic (2004) (V)
94. The Untouchables: The Script, the Cast (2004) (V)
95. Christine: Fast and Furious (2004) (V)
96. 'Tess': From Novel to Screen (2004) (V)
97. Christine: Finish Line (2004) (V)
98. 'Tess': The Experience (2004) (V)
99. Christine: Ignition (2004) (V)
100. Filming 'Tess' (2004) (V)
101. Personal History: Foreign Hitchcock (2004) (V)
102. Before the Fact: Suspicious Hitchcock (2004) (V)
103. Hitchcock's Confession: A Look at 'I Confess' (2004) (V)
104. Guilt Trip: Hitchcock and 'The Wrong Man' (2004) (V)
105. 3D: A Brief History (2004) (V)
106. Strangers on a Train: The Victim's P.O.V. (2004) (V)
107. Hitchcock and 'Stage Fright' (2004) (V)
108. Mr. Hitchcock Meets the Smiths (2004) (V)
109. Hitchcock and Dial M (2004) (V)  
... aka Hitchcock and Dial M for Murder (USA: alternative title)
110. The Hitchcocks on Hitch (2004) (V)
111. Richard Matheson: The Writing of 'Duel' (2004) (V)
112. 'Duel': A Conversation with Director Steven Spielberg (2004) (V)
113. Steven Spielberg and the Small Screen (2004) (V)
114. Secret Window: Secrets Revealed (2004) (V)
115. Secret Window: From Book to Film (2004) (V)
116. Secret Window: A Look Through It (2004) (V)
117. Inside 'The Terminal' (2004) (TV)
118. Raging Bull: Before the Fight (2004) (V)
119. The Revamping of Dracula (2004) (V)
120. Making 'Murder on the Orient Express' (2004) (V)
121. The *Making of* 'Seabiscuit' (2003) (V)  
... aka Bringing the Legend to Life: The *Making of* 'Seabiscuit' (USA: alternative title)
122. Seabiscuit: Racing Through History (2003) (V)
123. Indiana Jones: Making the Trilogy (2003) (V)
124. The Light and Magic of 'Indiana Jones' (2003) (V)
125. The Sound of 'Indiana Jones' (2003) (V)
126. The Stunts of 'Indiana Jones' (2003) (V)
127. The Music of 'Indiana Jones' (2003) (V)
128. Scarface: Creating (2003) (V)
129. Scarface: The Rebirth (2003) (V)
130. Scarface: Acting (2003) (V)
131. Scarface: TV Version (2003) (V)

132. The *Making of 'Carlito's Way'* (2003) (V)
133. 'Targets': An Introduction by Peter Bogdanovich (2003) (V)
134. Cultivating a Classic: The *Making of 'The Color Purple'* (2003) (V)
135. Conversations with the Ancestors: 'The Color Purple' from Book to Screen (2003) (V)
136. The Color Purple: The 'Musical' (2003) (V)
137. A Collaboration of Spirits: Casting and Acting 'The Color Purple' (2003) (V)
138. The FBI Perspective (2003) (V)
139. 'Catch Me If You Can': In Closing (2003) (V)
140. 'Catch Me If You Can': The Casting of the Film (2003) (V)  
... aka Cast Me If You Can (USA: DVD box title)
141. Frank Abagnale: Between Reality and Fiction (2003) (V)
142. 'Catch Me If You Can': Behind the Camera (2003) (V)
143. Scoring 'Catch Me If You Can' (2003) (V)
144. *Femme Fatale: Dream Within a Dream* (2003) (V)
145. Day for Night: Truffaut in the USA (2003) (V)
146. Day for Night: A Conversation with Jaqueline Bisset (2003) (V)
147. Day for Night: An Appreciation (2003) (V)
148. Making 'Signs' (2003) (V)
149. The *Making of 'Fahrenheit 451'* (2003) (V)
150. Fahrenheit 451, the Novel: A Discussion with Author Ray Bradbury (2003) (V)
151. The Music of 'Fahrenheit 451' (2003) (V)
152. 'Minority Report': The Players (2002) (V)
153. The World of 'Minority Report': An Introduction (2002) (V)
154. ILM and 'Minority Report' (2002) (V)
155. Deconstructing Precog Visions (2002) (V)
156. Deconstructing Vehicles of the Future (2002) (V)
157. Final Report (2002) (V)
158. 'Minority Report': The Story, the Debate (2002) (V)
159. Deconstructing the Spyder Sequence (2002) (V)
160. Deconstructing Precrime and Precogs (2002) (V)
161. 'Serpico': From Real to Reel (2002) (V)
162. Inside 'Serpico' (2002) (V)
163. 'Serpico': Favorite Moments (2002) (V)
164. The *Making of 'The Producers'* (2002) (V)
165. Writing and Casting 'To Catch a Thief' (2002) (V)
166. *Making of 'To Catch a Thief'* (2002) (V)
167. E.T. the Extra-Terrestrial: 20th Anniversary Celebration (2002) (V)
168. Cat People: An Intimate Portrait by Paul Schrader (2002) (V)
169. 'Silent Running': A Conversation with Bruce Dern, 'Lowell Freeman' (2002) (V)
170. 'Silent Running': By Director Douglas Trumbull (2002) (V)
171. Douglas Trumbull: Then and Now (2002) (V)
172. Lighting AI (2002) (V)
173. Acting A.I.: A Portrait of David (2002) (V)
174. Acting A.I.: A Portrait of Gigolo Joe (2002) (V)
175. Steven Spielberg: Our Responsibility to Artificial Intelligence (2002) (V)
176. Creating A.I. (2002) (V)
177. Special Visual Effects and Animation: ILM (2002) (V)
178. Animating 'A.I.' (2002) (V)
179. A.I.: From Drawings to Sets (2002) (V)
180. The Robots of 'AI' (2002) (V)

181. The E.T. Reunion (2002) (V)
182. The Sound of 'A.I.' (2002) (V)
183. Dressing 'A.I.' (2002) (V)
184. Live at the Shrine! John Williams and the World Premiere of 'E.T.: The Extra Terrestrial': The 20th Anniversary (2002) (V)
185. The Music of 'A.I.' (2002) (V)
186. Back to the Future: Making the Trilogy (2002) (V)
187. AI/FX (2002) (V)
188. The Dinosaurs of 'Jurassic Park III' (2001) (V)  
... aka The New Dinosaurs of 'Jurassic Park III' (USA: DVD box title)
189. The Art of 'Jurassic Park III' (2001) (V)
190. The Sound and Music of 'Jurassic Park III' (2001) (V)
191. The *Making of* 'Jurassic Park III' (2001) (V)
192. The Jurassic Park Phenomenon: A Discussion with Author Michael Crichton (2001) (V)
193. The Special Effects of 'Jurassic Park III' (2001) (V)
194. The *Making of* 'Midway' (2001) (V)
195. Sensurround: The Sounds of Midway (2001) (V)
196. Play It Again: A Look Back at 'Play Misty for Me' (2001) (V)
197. The *Making of* 'Cape Fear' (2001) (V)
198. Slashing 'Dressed to Kill' (2001) (V)
199. Visualizing 'Carrie' (2001) (V)
200. Dressed to Kill: An Appreciation by Keith Gordon (2001) (V)
201. Acting 'Carrie' (2001) (V)
202. Singing 'Carrie': Carrie - The Musical (2001) (V)
203. The *Making of* 'Dressed to Kill' (2001) (V)
204. The *Making of* 'Close Encounters of the Third Kind' (2001) (V)
205. Jaws 2: A Portrait by Actor Keith Gordon (2001) (V)
206. John Williams: The Music of 'Jaws 2' (2001) (V)
207. 'Obsession' Revisited (2001) (V)
208. The *Making of* 'Jaws 2' (2001) (V)
209. Screenwriter John Michael Hayes on 'Rear Window' (2001) (V) (uncredited)
210. 'Topaz': An Appreciation by Film Critic/Historian Leonard Maltin (2001) (V)
211. The Story of 'Frenzy' (2001) (V)
212. Plotting 'Family Plot' (2001) (V)
213. The Trouble with Harry Isn't Over (2001) (V)
214. 'Rope' Unleashed (2001) (V)
215. A Portrait of Michael Crichton (2001) (V)
216. Beyond Jurassic Park (2001) (V)
217. The Andromeda Strain: Making the Film (2001) (V)
218. Conan Unchained: The *Making of* 'Conan' (2000) (V)  
... aka Conan Unchained: The *Making of* 'Conan the Barbarian' (USA: alternative title)
219. The Trouble with Marnie (2000) (TV)
220. The *Making of* 'The Man Who Knew Too Much' (2000) (V)
221. Beyond Doubt: The *Making of* Hitchcock's Favorite Film (2000) (V)
222. The Bridge on the River Kwai: An Appreciation by Filmmaker John Milius (2000) (V)
223. The *Making of* 'The Bridge on the River Kwai' (2000) (V)
224. The *Making of* 'Lawrence of Arabia' (2000) (V)
225. Back to 'Somewhere in Time' (2000) (V)
226. 'Rear Window' Ethics: Remembering and Restoring a Hitchcock Classic (2000) (V)
227. 'Torn Curtain' Rising (2000) (V)



- 228. Saboteur: A Closer Look (2000) (V)
- 229. Spotlight on Location: Snow Falling on Cedars (2000) (TV)
- 230. The Lady from Shanghai: A Discussion with Peter Bogdanovich (2000) (V)
- 231. Lawrence of Arabia: A Conversation with Steven Spielberg (2000) (V)
- 232. All About 'The Birds' (2000) (V)
  
- 233. The *Making of* 'Silverado' (1999) (V)
- 234. Making 'Taxi Driver' (1999) (V)
- 235. The Big Chill: A Reunion (1999) (V)
- 236. The Last Picture Show: A Look Back (1999) (V)
- 237. The *Making of* 'American Graffiti' (1998) (TV)
- 238. The *Making of* 'Scarface' (1998) (V)
- 239. The *Making of* 'Dragonheart' (1997) (V)
- 240. The *Making of* 'Lost World' (1997) (V)
- 241. The *Making of* 'Psycho' (1997) (V)
- 242. The *Making of* '1941' (1996) (V)
- 243. The *Making of* 'E.T. The Extra-Terrestrial' (1996) (V)  
... aka E.T.: The Extra-Terrestrial - A Look Back (USA: cut version)
- 244. The *Making of* Steven Spielberg's 'Jaws' (1995) (V)

#### **Writer:**

- 1. A Night at the Movies: The Suspenseful World of Thrillers (2009) (TV) (written by)
- 2. Indiana Jones 4: Pre-production (2008) (V) (written by)  
... aka Pre-production (USA: short title)
- 3. Adventures in Post Production (2008) (V) (writer)
- 4. Iconic Props (2008) (V) (writer)
- 5. The Crystal Skulls (2008) (V) (writer)
- 6. The Effects of Indy (2008) (V) (writer)
- 7. Warrior Make-up (2008) (V) (writer)
- 8. Closing: Team Indy (2008) (V) (written by)
- 9. Chinatown: Filming (2007) (V) (writer)
- 10. Chinatown: The Beginning and the End (2007) (V) (writer)
- 11. Chinatown: The Legacy (2007) (V) (writer)
- 12. Flashdance: Music and Songs (2007) (V) (writer)
- 13. Flashdance: The Choreography (2007) (V) (writer)
- 14. Releasing the 'Flashdance' Phenomenon (2007) (V) (writer)
- 15. The History of 'Flashdance' (2007) (V) (writer)
- 16. The Look of 'Flashdance' (2007) (V) (writer)
- 17. Rise of 'The Conformist': The Story, the Cast (2006) (V) (writer)
- 18. Shadow and Light: Filming 'The Conformist' (2006) (V) (writer)
- 19. Witness to 'Reds' (2006) (V) (writer)
- 20. Black Rain: Making the Film - Part 1 (2006) (V) (writer)
- 21. Black Rain: Making the Film - Part 2 (2006) (V) (writer)
- 22. Black Rain: Post-Production (2006) (V) (writer)
- 23. Black Rain: The Script, the Cast (2006) (V) (writer)
- 24. Memories from 'The Dead Zone' (2006) (V) (writer)
- 25. Stephen King's 'Pet Sematary': Filming the Horror (2006) (V) (writer)
- 26. Stephen King's 'Pet Sematary': Stephen King Territory (2006) (V) (writer)
- 27. Stephen King's 'Pet Sematary': The Characters (2006) (V) (writer)

28. The Look of 'The Dead Zone' (2006) (V) (writer)
29. The Politics of 'The Dead Zone' (2006) (V) (writer)
30. Visions and Horror from 'The Dead Zone' (2006) (V) (writer)
31. North and the Music of the South (2006) (V) (writer)
32. Our Friend River (2006) (V) (writer)
33. The Look of the Film (2006) (V) (writer)
34. The Thing Called Love: A Look Back (2006) (V) (writer)
35. 'Dog Day Afternoon': After the Filming (2006) (V) (writer)
36. 'Dog Day Afternoon': Casting the Controversy (2006) (V) (writer)
37. 'Dog Day Afternoon': Recreating the Facts (2006) (V) (writer)
38. 'Dog Day Afternoon': The Story (2006) (V) (writer)
39. 'Network': By Walter Cronkite (2006) (V) (writer)
40. 'Network': Mad as Hell - The Creation of a Movie Moment (2006) (V) (writer)
41. 'Network': The Cast, the Characters (2006) (V) (writer)
42. 'Network': The Experience (2006) (V) (writer)
43. 'Network': The Style (2006) (V) (writer)
44. 'Network': The World and Words of Paddy Chayefsky (2006) (V) (writer)
45. Twist by Polanski (2006) (V) (writer)
46. The H.G. Wells Legacy (2005) (V) (writer)
47. 'War of the Worlds': Production Diaries, East Coast - Exile (2005) (V) (writer)
48. Designing the Enemy: Tripods and Aliens (2005) (V) (writer)
49. Scoring 'War of the Worlds' (2005) (V) (writer)
50. Steven Spielberg and the Original 'War of the Worlds' (2005) (V) (writer)
51. 'War of the Worlds': Characters - The Family Unit (2005) (V) (writer)
52. 'War of the Worlds': Previsualization (2005) (V) (writer)
53. 'War of the Worlds': Production Diaries, East Coast - Beginning (2005) (V) (writer)
54. 'War of the Worlds': Production Diaries, West Coast - Destruction (2005) (V) (writer)
55. 'War of the Worlds': Production Diaries, West Coast - War (2005) (V) (writer)
56. 'War of the Worlds': Revisiting the Invasion (2005) (V) (writer)
57. We Are Not Alone (2005) (V) (writer)
58. Burt Lancaster: A Portrait (2005) (V) (writer)
59. Memories from 'The Professionals' (2005) (V) (writer)
60. The Professionals: A Classic (2005) (V) (writer)
61. The Warriors: The Phenomenon (2005) (V) (writer)
62. Boarding: The People of 'The Terminal' (2004) (V) (writer)
63. Booking the Flight: The Script, the Story (2004) (V) (writer)
64. In Flight Service: The Music of 'The Terminal' (2004) (V) (writer)
65. Landing: Airport Stories (2004) (V) (writer)
66. Take Off: Making 'The Terminal' (2004) (V) (writer)
67. Waiting for the Flight: Building 'The Terminal' (2004) (V) (writer)
68. The China Syndrome: A Fusion of Talent (2004) (V) (writer)
69. The Untouchables: Production Stories (2004) (V) (writer)
70. The Untouchables: Re-Inventing the Genre (2004) (V) (writer)
71. The Untouchables: The Classic (2004) (V) (writer)
72. The Untouchables: The Script, the Cast (2004) (V) (writer)
73. Christine: Fast and Furious (2004) (V) (writer)
74. Christine: Finish Line (2004) (V) (writer)
75. Christine: Ignition (2004) (V) (writer)
76. Filming 'Tess' (2004) (V) (writer)
77. 'Tess': From Novel to Screen (2004) (V) (writer)

78. 'Tess': The Experience (2004) (V) (writer)
79. 3D: A Brief History (2004) (V) (writer)
80. Before the Fact: Suspicious Hitchcock (2004) (V) (writer)
81. Guilt Trip: Hitchcock and 'The Wrong Man' (2004) (V) (writer)
82. Hitchcock and Dial M (2004) (V) (writer)  
... aka Hitchcock and Dial M for Murder (USA: alternative title)
83. Hitchcock and 'Stage Fright' (2004) (V) (writer)
84. Hitchcock's Confession: A Look at 'I Confess' (2004) (V) (writer)
85. Mr. Hitchcock Meets the Smiths (2004) (V) (writer)
86. Personal History: Foreign Hitchcock (2004) (V) (writer)
87. Strangers on a Train: The Victim's P.O.V. (2004) (V) (writer)
88. The Hitchcocks on Hitch (2004) (V) (writer)
89. 'Duel': A Conversation with Director Steven Spielberg (2004) (V) (written by)
90. Richard Matheson: The Writing of 'Duel' (2004) (V) (writer)
91. Steven Spielberg and the Small Screen (2004) (V) (writer)
92. Secret Window: A Look Through It (2004) (V) (writer)
93. Secret Window: From Book to Film (2004) (V) (writer)
94. Secret Window: Secrets Revealed (2004) (V) (writer)
95. Making 'Saving Private Ryan' (2004) (V) (writer)
96. 'Saving Private Ryan': An Introduction (2004) (V) (writer)
97. 'Saving Private Ryan': Looking Into the Past (2004) (V) (writer)
98. 'Saving Private Ryan': Miller and His Platoon (2004) (V) (writer)
99. 'Saving Private Ryan': Music and Sound (2004) (V) (writer)
100. 'Saving Private Ryan': Parting Thoughts (2004) (V) (writer)
101. Raging Bull: Before the Fight (2004) (V) (writer)
102. Making 'Murder on the Orient Express' (2004) (V) (writer)
103. The Revamping of Dracula (2004) (V) (writer)
104. Seabiscuit: Racing Through History (2003) (V) (writer)
105. The *Making of* 'Seabiscuit' (2003) (V) (writer)  
... aka Bringing the Legend to Life: The *Making of* 'Seabiscuit' (USA: alternative title)
106. Indiana Jones: Making the Trilogy (2003) (V) (writer)
107. Scarface: Acting (2003) (V) (writer)
108. Scarface: Creating (2003) (V) (writer)
109. Scarface: The Rebirth (2003) (V) (writer)
110. Scarface: TV Version (2003) (V) (writer)
111. The *Making of* 'Carlito's Way' (2003) (V) (writer)
112. 'Targets': An Introduction by Peter Bogdanovich (2003) (V) (writer)
113. A Collaboration of Spirits: Casting and Acting 'The Color Purple' (2003) (V) (writer)
114. Conversations with the Ancestors: 'The Color Purple' from Book to Screen (2003) (V) (writer)
115. Cultivating a Classic: The *Making of* 'The Color Purple' (2003) (V) (writer)
116. The Color Purple: The 'Musical' (2003) (V) (writer)
117. 'Catch Me If You Can': Behind the Camera (2003) (V) (writer)
118. 'Catch Me If You Can': In Closing (2003) (V) (writer)
119. 'Catch Me If You Can': The Casting of the Film (2003) (V) (writer)  
... aka Cast Me If You Can (USA: DVD box title)
120. Frank Abagnale: Between Reality and Fiction (2003) (V) (writer)
121. Scoring 'Catch Me If You Can' (2003) (V) (writer)
122. The FBI Perspective (2003) (V) (writer)
123. Femme Fatale: Dream Within a Dream (2003) (V) (writer)

124. Day for Night: A Conversation with Jaqueline Bisset (2003) (V) (writer)
125. Day for Night: An Appreciation (2003) (V) (writer)
126. Day for Night: Truffaut in the USA (2003) (V) (writer)
127. Making 'Signs' (2003) (V) (writer)
128. Fahrenheit 451, the Novel: A Discussion with Author Ray Bradbury (2003) (V) (writer)
129. The *Making of* 'Fahrenheit 451' (2003) (V) (writer)
130. The Music of 'Fahrenheit 451' (2003) (V) (writer)
131. Deconstructing Precog Visions (2002) (V) (writer)
132. Deconstructing Precrime and Precogs (2002) (V) (writer)
133. Deconstructing the Spyder Sequence (2002) (V) (writer)
134. Deconstructing Vehicles of the Future (2002) (V) (writer)
135. Final Report (2002) (V) (writer)
136. ILM and 'Minority Report' (2002) (V) (writer)
137. 'Minority Report': The Players (2002) (V) (writer)
138. 'Minority Report': The Story, the Debate (2002) (V) (writer)
139. The World of 'Minority Report': An Introduction (2002) (V) (writer)
140. Inside 'Serpico' (2002) (V) (writer)
141. 'Serpico': Favorite Moments (2002) (V) (writer)
142. 'Serpico': From Real to Reel (2002) (V) (writer)
143. The *Making of* 'The Producers' (2002) (V) (writer)
144. *Making of* 'To Catch a Thief' (2002) (V) (writer)
145. Writing and Casting 'To Catch a Thief' (2002) (V) (writer)
146. E.T. the Extra-Terrestrial: 20th Anniversary Celebration (2002) (V) (writer)
147. Cat People: An Intimate Portrait by Paul Schrader (2002) (V) (writer)
148. Douglas Trumbull: Then and Now (2002) (V) (writer)
149. 'Silent Running': A Conversation with Bruce Dern, 'Lowell Freeman' (2002) (V) (writer)
150. 'Silent Running': By Director Douglas Trumbull (2002) (V) (writer)
151. Acting A.I.: A Portrait of David (2002) (V) (writer)
152. Acting A.I.: A Portrait of Gigolo Joe (2002) (V) (writer)
153. Creating A.I. (2002) (V) (writer)
154. Lighting AI (2002) (V) (writer)
155. Special Visual Effects and Animation: ILM (2002) (V) (writer)
156. Steven Spielberg: Our Responsibility to Artificial Intelligence (2002) (V) (writer)
157. Back to the Future: Making the Trilogy (2002) (V) (writer)
158. Live at the Shrine! John Williams and the World Premiere of 'E.T.: The Extra Terrestrial': The 20th Anniversary (2002) (V) (writer)
159. The Music of 'A.I.' (2002) (V) (writer)
160. The Robots of 'AI' (2002) (V) (writer)
161. The Sound of 'A.I.' (2002) (V) (writer)
162. The Dinosaurs of 'Jurassic Park III' (2001) (V) (writer)  
... aka The New Dinosaurs of 'Jurassic Park III' (USA: DVD box title)
163. The Art of 'Jurassic Park III' (2001) (V) (writer)
164. The *Making of* 'Jurassic Park III' (2001) (V) (writer)
165. The Sound and Music of 'Jurassic Park III' (2001) (V) (writer)
166. The Special Effects of 'Jurassic Park III' (2001) (V) (writer)
167. Sensurround: The Sounds of Midway (2001) (V) (writer)
168. The *Making of* 'Midway' (2001) (V) (writer)
169. Play It Again: A Look Back at 'Play Misty for Me' (2001) (V) (writer)
170. The *Making of* 'Cape Fear' (2001) (V) (written by)

171. Acting 'Carrie' (2001) (V) (writer)
172. Dressed to Kill: An Appreciation by Keith Gordon (2001) (V) (writer)
173. Slashing 'Dressed to Kill' (2001) (V) (writer)
174. The *Making of* 'Dressed to Kill' (2001) (V) (writer)
175. Visualizing 'Carrie' (2001) (V) (writer)
176. The *Making of* 'Close Encounters of the Third Kind' (2001) (V) (writer)
177. Jaws 2: A Portrait by Actor Keith Gordon (2001) (V) (writer)
178. John Williams: The Music of 'Jaws 2' (2001) (V) (writer)
179. 'Obsession' Revisited (2001) (V) (writer)
180. The *Making of* 'Jaws 2' (2001) (V) (writer)
181. Plotting 'Family Plot' (2001) (V) (writer)
182. Screenwriter John Michael Hayes on 'Rear Window' (2001) (V) (writer)
183. The Story of 'Frenzy' (2001) (V) (writer)
184. The Trouble with Harry Isn't Over (2001) (V) (written by)
185. 'Topaz': An Appreciation by Film Critic/Historian Leonard Maltin (2001) (V) (writer)
186. 'Rope' Unleashed (2001) (V) (writer)
187. A Portrait of Michael Crichton (2001) (V) (writer)
188. Beyond Jurassic Park (2001) (V) (writer)
189. The Andromeda Strain: Making the Film (2001) (V) (writer)
190. Conan Unchained: The *Making of* 'Conan' (2000) (V) (writer)  
... aka Conan Unchained: The *Making of* 'Conan the Barbarian' (USA: alternative title)
191. The Trouble with Marnie (2000) (TV) (writer)
192. All About 'The Birds' (2000) (V) (writer)
193. Back to 'Somewhere in Time' (2000) (V) (writer)
194. Beyond Doubt: The *Making of* Hitchcock's Favorite Film (2000) (V) (writer)
195. Lawrence of Arabia: A Conversation with Steven Spielberg (2000) (V) (writer)
196. 'Rear Window' Ethics: Remembering and Restoring a Hitchcock Classic (2000) (V) (writer)
197. Saboteur: A Closer Look (2000) (V) (writer)
198. Spotlight on Location: Snow Falling on Cedars (2000) (TV) (writer)
199. The Bridge on the River Kwai: An Appreciation by Filmmaker John Milius (2000) (V) (writer)
200. The Lady from Shanghai: A Discussion with Peter Bogdanovich (2000) (V) (writer)
201. The *Making of* 'The Bridge on the River Kwai' (2000) (V) (writer)
202. The *Making of* 'The Man Who Knew Too Much' (2000) (V) (writer)
203. 'Torn Curtain' Rising (2000) (V) (writer)
  
204. The *Making of* 'Silverado' (1999) (V) (writer)
205. Making 'Taxi Driver' (1999) (V) (written by)
206. The Big Chill: A Reunion (1999) (V) (writer)
207. The Last Picture Show: A Look Back (1999) (V) (writer)
208. The *Making of* 'American Graffiti' (1998) (TV) (writer)
209. The *Making of* 'Scarface' (1998) (V) (writer)
210. The *Making of* 'Dragonheart' (1997) (V) (writer)
211. The *Making of* 'Lost World' (1997) (V) (writer)
212. The *Making of* 'Psycho' (1997) (V) (writer)
213. The *Making of* '1941' (1996) (V) (writer)
214. The *Making of* 'E.T. The Extra-Terrestrial' (1996) (V) (writer)  
... aka E.T.: The Extra-Terrestrial - A Look Back (USA: cut version)
215. The *Making of* Steven Spielberg's 'Jaws' (1995) (V) (writer)

**Miscellaneous Crew:**

1. "HBO First Look" (behind-the-scenes footage) (1 episode, 2004)  
- Inside 'The Terminal' (2004) TV episode (behind-the-scenes footage)
2. The *Making of* 'The Frighteners' (1998) (V) (coordinator: USA)
3. Inside 'Out of Sight' (1998) (V) (press junket interviews)

**Thanks:**

1. Starz Inside: Sex and the Cinema (2009) (TV) (special thanks)
2. Spine Tingler! The William Castle Story (2007) (special thanks)
3. Their War (2007) (V) (special thanks)
4. Our World (2007) (V) (special thanks)
5. From Script to Sand: The Skorponok Desert Attack (2007) (V) (special thanks)
6. "HBO First Look" (special thanks) (1 episode, 2007)  
- 'Transformers': Their War. Our World (2007) TV episode (special thanks)
7. Unleashing the Beast: Making 'The Howling' (2003) (V) (special thanks)
8. Blonde Poison: The *Making of* 'Basic Instinct' (2001) (V) (special thanks)
9. Inside the Labyrinth: The *Making of* 'The Silence of the Lambs' (2001) (V) (special thanks)
  
10. Patton: A Tribute to Franklin J. Schaffner (1997) (V) (special thanks)

**Self:**

1. The Shark Is Still Working (2006) (V) .... Himself
2. The Story of 'Frenzy' (2001) (V) .... Presenter