

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA UFPR
CURSO DE MARKETING EMPRESARIAL**

DANIELE AGAPITO

**COMO A LINGUAGEM CORPORAL INFLUENCIA A
ESCOLHA DO ELENCO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS?**

CURITIBA

2014

DANIELE AGAPITO

**COMO A LINGUAGEM CORPORAL INFLUENCIA A ESCOLHA DO ELENCO DE
CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS?**

Artigo apresentado à disciplina de Pesquisa em Marketing - Produção de Artigo como requisito parcial à conclusão do curso de Marketing Empresarial, Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. José Carlos Korelo

CURITIBA

2014

COMO A LINGUAGEM CORPORAL INFLUENCIA A ESCOLHA DO ELENCO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS?

Daniele Sampaio Agapito Fernandes¹

RESUMO

O artigo teve como objetivo analisar de que forma a linguagem corporal influencia a escolha do elenco de campanhas publicitárias. Para tanto, a metodologia utilizada partiu da triangulação entre: Grupo focal, entrevista em profundidade e observação participante. A população foi composta por seis atores reunidos em grupo. Os procedimentos foram realizados dentro do curso de Interpretação para TV e Cinema GP7, que promove audições dentro do estúdio. Os dados foram coletados por meio de gravação em vídeo, durante a realização dos encontros, e registro diário de campo. Explicitou-se predomínio de rigidez e inconsciência corporal diante das câmeras, mesmo entre atores profissionais de teatro, em consequência de aspectos emocionais. Explicitou-se, também, a preferência dos tomadores de decisão por atores com naturalidade e espontaneidade, dotados de um corpo cotidiano.

Palavras chave: Linguagem corporal. Atores. *Casting*. Teste de elenco.

ABSTRACT

The article aimed to analyze how body language affects advertising casting campaigns. To this end, the methodology departed the triangulation between: focus group, in-depth interviews and participant observation. The population was composed of six actors gathered in groups. The procedures were performed in the Interpretation course for TV and Cinema GP7, which promotes hearings within the Studio. The data were collected by means of video recording, during the meetings, and field journaling. It was noticed a predominance of stiffness and body unconsciousness before the cameras, even among professional actors of theater, as a result of emotional aspects. It was noticed also, the preference of decision makers for actors with naturalness and spontaneity, endowed with a daily body mind.

Key words: Body language. Actors. Casting. Audition.

¹ Graduanda do curso de Marketing Empresarial do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná.

1 INTRODUÇÃO

A linguagem corporal como influenciadora na escolha do elenco de campanhas publicitárias é um assunto pouco explorado pela literatura brasileira. Mas, com os recentes esforços de profissionalização do mercado de *casting*² brasileiro para publicidade e crescimento do mercado audiovisual nacional, tornam-se necessários os investimentos em estudos e publicações de literatura especializada sobre o assunto.

Para tornar esses estudos mais abrangentes, torna-se importante a participação de atores, agências de publicidade e produtoras, bem como especialistas das ciências comportamentais. Isso porque a carência de conhecimento e interdisciplinaridade nesta área contribui para a manutenção de um mercado pouco profissionalizado, sobre o qual Toledo (2014 *apud* ZANELATO, 2014, p.1) declara: “não há um olhar profundo sobre aquilo que está sendo feito”.

No Brasil, as negociações para prestação de serviços de atores para trabalhos publicitários variam de Estado para Estado. Em outras palavras, a defesa dos interesses econômicos e profissionais de artistas com Registro Profissional de ator na Delegacia do Trabalho (DRT) varia conforme as particularidades de cada região. Entre os interesses comuns de atores neste setor, que atuam fora da capital paulista, onde o sistema é mais adequado, estão as melhorias dos cachês-teste.

Segundo o II Fórum da Produção Publicitária-Elenco (2003), o cachê-teste, previsto na Tabela Referencial de Cachês para Mídia Eletrônica, é o valor pago no momento do teste apenas para atores e modelos que estiverem registrados na DRT. Andrey Lopes, ator integrante do movimento pela obrigatoriedade do cachê-teste no Rio de Janeiro, reivindica: “*Porque que em São Paulo na área publicitária os atores recebem um cachê teste de R\$ 80 a R\$120 e no Rio de Janeiro, quando tem, é de no máximo R\$15? Qual a diferença desses atores?*” (informação verbal).

As reivindicações pelos cachês-testes em diferentes polos de produção publicitária coincidem com o crescimento da produção audiovisual no Brasil. Segundo o FSA (2014), o cenário atual deve-se à entrada da Lei 12.485, Lei da TV Paga, que obriga os canais fechados a incluírem duas mil horas de produção independente nacional dentro de suas grades de programação. Com essas medidas,

² *Casting* no mercado publicitário, consiste na seleção de profissionais para atuar em um determinado evento ou trabalho.

a fatia do mercado nacional (*Market share*) cresceu 18,6% e gerou o maior número de público e lançamentos da história do cinema brasileiro.

O cenário atual, desde a entrada em vigor da Lei 12.485, a Lei da TV Paga, é de crescimento do mercado audiovisual brasileiro, refletido no aquecimento da produção, no aumento exponencial do conteúdo audiovisual brasileiro veiculado na TV paga em relação a 2011 e 2012 - incluindo o aumento do número de obras seriadas registradas na agência – e no incremento da taxa de ocupação de empregos, das receitas e dos salários do setor. A maneira de consumir esse conteúdo também tem mudado: hoje, os serviços não lineares de distribuição de vídeo sob demanda representam 17% do faturamento das operadoras de TV por Assinatura, e a estimativa é a de que até 2017, representem 35%.”(PORTAL DO BRASIL 2013).

As mudanças no mercado refletem também na exigência dos contratantes por atores mais qualificados. Sobre a qualificação, [PASKO] assegura que 90% das pessoas que vão a um teste de elenco diante das câmeras não possuem capacidade de desempenhar o trabalho.

Sabendo que, no mundo dos negócios, a linguagem corporal responde por 60 a 80% das mensagens transmitidas na mesa de negociação (Barbara e Allan 2005), e que os sinais corporais são os que mais revelam o despreparo do ator em testes de elenco; sabendo, ainda, das mudanças do mercado *casting* brasileiro, da busca por atores mais qualificados e da importância da linguagem corporal para sucesso da comunicação interpessoal, este artigo tem por objetivo ampliar o aparato bibliográfico do mercado a partir da demonstração de como a linguagem corporal influencia a escolha do elenco de campanhas publicitárias.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os tópicos seguintes abordam algumas disciplinas dedicadas ao estudo do corpo, bem como outros estudos dedicados exclusivamente ao corpo do ator em diversas linguagens, além da apresentação do mercado *casting* comercial.

2.1 COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL

A comunicação não advém apenas do uso de palavras. Gestos, toques, imagens e sons, sensações olfativas e gustativas fazem parte dos recursos de que se dispõe para a comunicação. Segundo Alcure (1996), assim como as palavras, os sentidos também adaptam o ser humano ao meio socioambiental, constituindo fontes de conhecimentos.

Davis (1979), ao expor em seu livro uma análise sintética sobre comunicação não verbal, apresenta a temática da pesquisa sob os seguintes tópicos: índices de sexo; o mundo silencioso da cinética; o corpo é a mensagem; o rosto humano; o que dizem os olhos; a dança das mãos; mensagens próximas e distantes; interpretando posturas físicas; o ritmo do corpo; os ritmos do encontro humano; comunicação pelo olfato; comunicação pelo tato, entre outros tópicos.

Seguindo essa lógica, os canais de comunicação não verbais podem ser classificados em dois grupos: um que se refere ao corpo e ao movimento do ser humano, e outro que se refere ao produto das ações humanas. O primeiro grupo abrange diferentes unidades expressivas como: face, olhar, odor, paralinguagem, gestos, ações e postura. O segundo grupo abrange unidades de expressão como: moda, objetos do cotidiano e da arte.

Resultados de diversos estudos demonstram que as relações interpessoais são mais influenciadas por canais de comunicação não verbais do que verbais. Isto é indicativo de que o discurso não verbal assume relevância nos processos de comunicação humana. Fica, então, evidente que em determinadas profissões os sinais não verbais são de capital importância, principalmente, para aqueles profissionais cuja ação está mais diretamente relacionada ao corpo e ao movimento, na medida em que contribuem de forma relevante para melhor percepção de outras pessoas - os clientes (MESQUITA 1998, p.155).

A respeito das comunicações não verbais, Pease e Barbara (2005) afirmam que a maioria das pessoas acredita na fala como principal forma de comunicação humana. Entretanto, historicamente, a comunicação por meio da fala seria um evento recente, usado essencialmente para transmitir fatos e dados. Antes disso, as principais formas de transmissão de emoções e sentimentos humanos seriam a linguagem corporal e os sons produzidos pela garganta.

Joan (1998) ressalta que a comunicação não verbal ocorre sem o uso de palavras, mas não sem o uso do som. Isto é, palavras são feitas de som, e som é o

resultado da maneira como se comporta o corpo físico. A comunicação não verbal inicia-se, portanto, no momento em que o corpo responde conscientemente aos pensamentos. O que acontece na mente é denunciado para as pessoas ao redor, pelo comportamento do corpo (movimentos dos olhos, linguagem corporal e as demais expressões faciais).

2.1.1 Linguagem corporal

A linguagem corporal é uma forma de comunicação não verbal que abrange diversas ciências e estudos específicos para cada região do corpo humano. Estudos de Silva (2000) explicam que, além da postura, gestos, expressões faciais, movimento dos olhos e proxêmica (proximidade entre locutor e interlocutor), contribuem para o estudo da linguagem corporal, a cinesiologia (ciência que analisa o movimento corporal), a paralinguagem, a Programação Neurolinguística (PNL), a neurociência, a psicologia e a oratória.

“Pela linguagem do corpo, você diz muitas coisas aos outros. E eles têm muitas coisas a dizer para você. Também nosso corpo é antes de tudo um centro de informações para nós mesmos” (WEIL; TOMPAKOW, 2009, p.2).

A linguagem corporal trata, portanto, de aspectos do comportamento humano que não podem ser traduzidos por palavras, mas estão intimamente ligados com o sucesso da comunicação interpessoal e revelações particulares sobre o sujeito. Em seus estudos acerca dessa linguagem, Viera (2009) afirma que ações físicas do indivíduo como: olhar, andar, ficar em pé e sentar, revelam muitos aspectos de sua personalidade e, sobretudo, de seu profissionalismo. Esta mesma autora assegura que se a mensagem projetada não for a verdadeira, o indivíduo dificilmente conseguirá reverter a situação a seu favor.

2.1.2 Psicologia corporal

Sandra e Volpi (2005) explicam a psicologia corporal como abordagem humana dedicada à compreensão dos seres vivos enquanto unidade de energia que contém em si dois processos: O psiquismo (mente) e o soma (corpo). Essa disciplina, de acordo com Sandra e Volpi (2005) dedica-se aos estudos das manifestações comportamentais e energéticas da mente sobre o corpo e do corpo

sobre a mente. Os mesmos autores afirmam que a psicologia corporal, baseada nos estudos de Wilhem Reich, dedica-se ao reencontro da capacidade do ser humano de regular a própria energia, e, por consequência, seus pensamentos e emoções.

2.1.2.1 A consciência do corpo

“O grande homem é, pois, aquele que reconhece quando e em que é pequeno. O homem pequeno é aquele que não reconhece a sua pequenez e teme ,reconhecê-la” (REICH, 2008, p.13).

Fadiman e Frager (2002) apresentam Wilhelm Reich como criador da psicologia somática e da psicoterapia orientada ao corpo e, também, padrinho de todas as atuais terapias que trabalham com a vida emocional do corpo. Os autores afirmam que em seu trabalho terapêutico, Reich, gradualmente destacou a importância de lidar com as manifestações físicas do caráter de um indivíduo, especialmente os padrões de tensão muscular crônica, os quais ele chamava de couraça corporal.

Jahara (1991) afirma que conscientes e atentos, o corpo do homem se expande; inconscientes e desatentos, o corpo se contrai. Em concordância com Reich acerca da tomada de consciência corporal, o autor, teórico do Tao Shiatsu, argumenta que a expansão corporal é consequência da presença do indivíduo e de sua “com-ciência” incessante do que acontece ao próprio corpo. Consequentemente, este estado de presença às sensações do corpo, geraria um estado de responsabilidade corporal. O autor avalia ainda que, em linhas gerais, as pessoas vivem desatentas ao corpo, sem ciência do seu funcionamento, ritmos vitais e transformações.

Segundo Fadiman e Frager (2002), a maior parte dos exercícios de consciência sensorial advém de uma orientação interior e meditativa. Jahara (1991), por sua vez, constata que o estado de contração física muscular habitual é consequência de três atos: a não consciência corporal, a falta de contato com o corpo e a obsessão pelo ego.

Quantas vezes nos surpreendemos com os ombros presos, com os ombros erguidos desnecessariamente? Esses ombros tensos são nosso fazer inconsciente, se nos damos conta, se tomamos consciência, eles se soltam, se abaixam naturalmente, espontaneamente. Quem já sentiu isso, quem já viveu essa experiência sabe o que é insight corporal. (JAHARA. 1991, p.31).

Ainda segundo os estudos de Jahara (1991), a partir da investigação do próprio corpo, o indivíduo encontra-se e expõe-se ao próprio ego, o qual, mediante as contrações musculares reflexas ao seu funcionamento, determina a postura e as marcas de expressão facial.

2.2 CORPO DO ATOR: AÇÕES FÍSICAS

Guimarães (2011) esclarece que, ao criar com o próprio corpo, o ator modela-se a si mesmo, isto é, seu corpo é tanto um corpo criador quanto um corpo sujeito. Em outras palavras, o corpo do ator é, não só seu instrumento de trabalho, mas também o resultado desse trabalho, expressão e manifestação, sua obra.

Teóricos teatrais debruçaram-se sobre estudos acerca das ações psicofísicas como desencadeadoras dos processos interiores do ator. O autor descreve que, dentro do método de ações físicas, ou, mais precisamente, método de análise por meio de ação física, o ator passa a criar detalhadamente, baseado em sua própria pessoa, uma sequência lógica de ações motivada por uma questão: “O que eu faria se [...]”.

Carreira e Napolini (2007) destacam as teorias Meyerholdianas que, ao contrário do método proposto por Stanislavski, não considera objetivo do teatro retratar o fenômeno da realidade. Assim sendo, Meyerhold se opôs ao naturalismo a partir do conceito da biomecânica, um conjunto de exercícios expressivos não naturalistas, influenciados pelo futurismo.

Outro grande estudioso do corpo cênico, de acordo com Watson (2005), foi Eugênio Barba. Segundo o autor, Barba dedicou parte dos seus estudos sobre as lógicas cotidianas do corpo focadas na distinção entre o comportamento cotidiano e o comportamento extra cotidiano. O primeiro refere-se ao processo inconsciente dentro do qual corpos e vozes absorvem e refletem a cultura na qual o indivíduo está inserido. O segundo refere-se à técnica corporal que vislumbra eliminar os dados cotidianos presentes nas formas performáticas como: danças, mímicas e o próprio fazer teatral. Assim sendo, o discurso de Barba estaria mais próximo do espírito da biomecânica de Meyerhold que o realismo psicológico de Stanislavsky.

2.3 LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA

Bellarini (2012) afirma que a linguagem clássica desenvolvida por *Hollywood* exerce uma influência avassaladora no cinema do mundo inteiro e ainda predomina no chamado cinema comercial. Essas referências, em sua maioria naturalistas, contribuem para formação de um corpo cotidiano de ator.

Para Caine (2000), uma das coisas mais importantes que o ator pode fazer em um filme é aprender a ouvir e reagir a uma ação conhecida como se fosse a primeira vez. Desta forma, ao ensaiar uma cena com outro ator, se um membro da produção reconhecer que se trata de um ensaio, e não uma conversa real, os atores não foram bem sucedidos.

Paula (2001) afirma que, já na antiguidade, os homens tinham o propósito de movimentar e dar vida às imagens que criavam, conforme atestam os legados das sombras chinesas e da lanterna mágica. A mesma autora afirma que defensores do realismo cinematográfico pretendem que o cinema tenha sido mesmo criado para promover “[...] uma representação total e integral da realidade [...] uma ilusão perfeita do mundo exterior, com o som, a cor e o relevo [...] ilusão completa da vida [...]” (BAZIN, 1991, p. 29-30).

No princípio, toda linguagem cinematográfica girava em torno de aspectos não verbais. Segundo Pease e Barbara (2005), os bons atores do cinema mudo, baseados na gestualidade e sinais corporais, eram justamente aqueles que, a exemplo de Charlie Chaplin, dominavam e investiam em técnicas de linguagem corporal. Posteriormente, com o advento do som e das cores no cinema, surgiram as primeiras ondas naturalistas que, nas palavras de Hirsch (2002), iniciaram-se com o método proposto por Strasberg, o qual, deliberadamente influenciado por Stanislavski, tornou-se o mais notório e influente estilo de atuação dos EUA e, conseqüentemente, do mundo.

De acordo com Hirsch (2002), o método proposto por Strasberg, fundador do *Actors Studios*, consiste na ênfase em tarefas físicas que levariam ao relaxamento do corpo. Strasberg identificava na face e corpo dos atores, pontos de tensão que deveriam ser demovidos, na confiança de que a realidade emocional só poderia ser alcançada diante de um ator concentrado e relaxado.

Mas, apesar do intercâmbio entre teorias teatrais e cinematográficas, principalmente dentro da estética naturalista, as diferenças técnicas entre cinema e

teatro são evidentes. Para Caine (2000), atuar em teatro é operar com bisturi, ao passo que atuar em filmes é operar com laser. Quer dizer, atuar para câmeras permite uma construção de gestuais pequenos e minuciosos que não seriam captados pelo público em grandes teatros.

Para Paula (2001), as diferenças entre linguagem teatral e cinematográfica residem na dimensão e no volume da expressão. Assim sendo, para trabalhar no cinema, o ator precisa estar ciente de que detalhes do seu corpo estarão muito ampliados. No telão, o tamanho de um olho, por exemplo, pode equivaler ao tamanho da palma de uma mão.

2.3.1 Linguagem cinematográfica brasileira

Segundo Paula (2001), a complexidade das produções cinematográficas brasileiras, cujo enfrentamento de dificuldades quase sempre aponta o problema financeiro como maior obstáculo, estaria somada às precárias condições oferecidas à prática e à formação dos intérpretes nacionais. A autora afirma que já na origem da produção fílmica brasileira não se requeriam atores com uma formação específica. Não havia, portanto, um trabalho de corpo característico para atores do cinema nacional, que, na sua maioria, eram recrutados de circos, teatros ou mesmo pessoas leigas encontradas nas ruas. “Priorizava-se um rosto bonito, um tipo físico que desse certo, alguém capaz de dizer bem uma frase, acertar uma outra” (PAULA 2001).

Ao assistirmos aos filmes dos anos 1970 e 1980, tirando-se algumas exceções, é impressionante constatar como, na média, além da precariedade técnica, os roteiros são óbvios, os diálogos toscos e as interpretações absolutamente artificiais (MEIRELLES, 2014 *apud* BALLERINI 2014, p 87)

Hoje, em consequência da realidade econômica e do cinema nacional, bastante distinto do cinema americano e do cinema europeu, onde os estudos específicos já são largamente difundidos, não é possível aprofundar muito em métodos corporais cinematográficos brasileiros utilizados unicamente para filmes. Faz-se necessário também estabelecer uma reflexão transdisciplinar visto que os atores brasileiros atuam normalmente em diferentes meios de representação (cinema, teatro, televisão), Fugindo assim, segundo Guimarães(2011) do padrão

norte-americano ou europeu de atores exclusivamente de cinema, de teatro ou de televisão.

2.4 TESTES DE ELENCO COMERCIAIS

Na produção existem vários segmentos, um deles é o *casting* que consiste em selecionar atores e modelos para determinados trabalhos como: filmagens para comerciais, ensaios fotográficos e longas metragens. Esses atores e modelos são selecionados conforme a necessidade do cliente ou diretor do filme [NEVES, 2013].

Segundo Raquel Neves, produtora de elenco entrevistada em 2013 para este artigo, o mercado de *casting* funciona, então, como uma entrevista de emprego em que os atores e/ou modelos precisam representar para o produtor a personagem que lhes foi pedida. As partes envolvidas nessa seleção são o cliente, a agência, responsável pela criação do comercial, e a produtora, responsável pela execução do comercial. O produtor do *casting* deve ouvir as necessidades do cliente, avaliar as características da campanha e então buscar o melhor perfil para desempenhar o papel. A busca pode ser por atributos físicos como: cor dos cabelos, olhos, tom de pele, altura, peso, etc.; ou atributos subjetivos que variam conforme a complexidade da campanha.

O responsável pela seleção deve ter acesso a um banco de dados que reúna fotos, vídeos e currículos de diversos atores e modelos. A organização desse banco pode ser realizada por meio de arquivos, pastas de computador, planilhas ou mesmo softwares de *casting* e eventos que facilitem a pesquisa de perfis e autorizem a associação do profissional ao evento.

Garrison e Wang (2002) afirmam que, se por um lado atuar em peças teatrais, filmes e programas de televisão conferem mais prestígio, são os comerciais que oferecem mais oportunidades para que os atores trabalhem e sejam bem remunerados, Isso porque, os filmes comerciais são produzidos em maior escala e menor tempo.

Testes comerciais que não se baseiam em palavras são bastante comuns. Segundo See (1998), boa parte dos testes de elenco demandam que os atores executem apenas ações cotidianas como: beber um copo de café, caminhar ou responder a perguntas. Em outras palavras, as audições para comerciais raramente

exigem uma composição de papéis dramáticos com personagens de alto grau de complexidade psíquica.

Ainda segundo See (1998), cada comercial oferece um curto espaço de tempo, geralmente de 30 a 15 segundos, para contar uma história, sendo a velocidade e exatidão do ofício uma das maiores dificuldades enfrentadas pelos atores. Por isso, é imprescindível que eles conheçam alguns truques essenciais para vencer esses desafios. É necessário aprender como agir diante da câmera, obter o máximo que der de informação antes de entrar no estúdio, além de ler e analisar o script com atenção.

Para Garrison e Wang (2002), a melhor forma de estudar atuação para comerciais é assistir às próprias campanhas publicitárias e acompanhar as expressões faciais dos atores. Segundo os autores, as expressões faciais são os pontos de maior atração para um diretor de *casting* definir os atores contratados.

Jones (2013) afirma que, além de desenvolver um raciocínio lógico por trás da ação, o ator que deseja obter sucesso em testes comerciais precisa conhecer bem os seus pontos fortes, tais como capacidade de improvisação, ritmo cênico, expressões faciais cômicas, entre outros.

Porém, toda técnica de encenação pode ficar comprometida pelo sistema emocional do indivíduo. Naturalmente, para muitos atores, o momento do teste costuma liberar adrenalina e causar tensão no corpo. Por isso, de acordo com See (1998), é essencial que o ator exercite sua capacidade de concentração e autocontrole para ter pleno acesso a seu corpo e sua mente. Por esta mesma razão, Jones (2013), assegura que antes de entrar nos testes o ator deve executar técnicas de relaxamento que têm como foco a respiração e redução de tensão de pontos estratégicos no corpo, sobretudo nas mãos. *"If you don't treat your body as your primary acting partner, it has the potential to become your acting enemy"* (SEE, 1998, p.53).

Finalmente, o ator comercial precisa estar ciente de que vende e apresenta as qualidades de um produto ou serviço. Assim sendo, segundo Garrison e Wang (2002), é necessário que o ator projete a imagem correta ajustando aspectos da comunicação não verbal como: a aparência adequada (vestimenta, maquiagem e cabelos penteados conforme o solicitado pelos agentes) e um corpo consciente (pontos de tensão relaxados para execução de gestos e movimentos faciais espontâneos).

3 MÉTODO

O presente artigo tem como metodologia o estudo de campo exploratório, descritivo, observacional participante e transversal, realizada no curso de Interpretação para TV e Cinema, que promove situações teste em frente às câmeras. A população foi composta por sete pessoas, entre estudantes de teatro e atores profissionais, reunidas em um grupo, coordenadas pelo diretor-ator-produtor Guto Pasko. Definiu-se, neste trabalho, o Grupo Focal para análise da linguagem corporal (expressões emocionais no corpo, na face e na voz), intercalada a Entrevista em Profundidade e Observação Participante, estratégia utilizada para triangular informações a fim de avaliar a linguagem corporal dos atores em teste, bem como coletar dados dos tomadores de decisão no processo de *casting*.

A observação participante foi baseada nos estudos etnográficos de Angrosino (2009) e consiste no modo de pesquisa que insere o pesquisador no meio da comunidade estudada. “A etnografia é a arte e a ciência de descrever um grupo humano- suas instituições, seus comportamentos interpessoais, suas produções materiais e suas crenças” (ANGROSINO, 2009, p.30).

O contato com o Grupo Focal foi realizado mediante a observação com participação completa, que, segundo Angrosino (2009), consiste em um processo qualitativo baseado na imersão total do pesquisador na comunidade, sem que este divulgue sua agenda de pesquisa. A modalidade em questão foi definida no intuito de preservar as reações naturais das pessoas estudadas e minimizar possíveis interferências dentro do curso.

Os dados foram coletados, por meio de filmagens, com a ajuda do coordenador do grupo, durante a realização dos encontros. Após visualização das gravações em vídeo, procedeu-se à codificação da linguagem corporal com base nos estudos de Ekman (2013) e Wel Tompakow (2009), descritos a seguir.

Os estudos de Ekman (2013), acerca das reações emocionais, serviram de base para análise das expressões faciais dos atores em teste. O autor fornece instruções para interpretação da face a partir da combinação imagética de cinco emoções universais: raiva, medo, aversão, desprezo, surpresa e satisfação. Reações emocionais na face e na voz que são avaliadas de acordo com sua intensidade, tentativas de dissimulação e /ou ocultação.

Para avaliar a linguagem do corpo das pessoas estudadas, seguiram-se as diretrizes propostas Wel e Tompakow (2009), autores que analisam as partes do corpo humano e suas correspondências psicológicas, apoiados no simbolismo de uma esfinge, composta por quatro segmentos: Boi (abdômen), vida instintiva e vegetativa; Leão (tórax), vida emocional; Águia (cabeça), vida mental e, por fim, o próprio homem como conjunto consciente e dominante acerca dos três inconscientes anteriores.

Por fim, a propósito de obter noções do mercado *casting* publicitário e expectativas dos avaliadores (diretores, agentes, produtores) em relação aos avaliados (atores), foram realizadas entrevistas em profundidade com o diretor de cinema e TV Guto Pasko e a produtora de elenco Raquel Neves, além de participação nos seminários Fundo Setorial Audiovisual (FSA) e O Ator e seus Processos, ambos realizados pelo festival “Olhar de Cinema”.

4 RESULTADOS

4.1 GRUPO FOCAL: PERFIL DOS PARTICIPANTES

O grupo se caracterizou por seis pessoas, que tiveram seus nomes alterados, expostas a uma audição para avaliação de atores, sendo quatro homens (Augusto, Bruno, Claudio e Victor) e duas mulheres (Elvira e Fátima), com idade variando entre 22 e 30 anos, todos com ensino superior completo em diferentes áreas, com cursos livres de teatro completos, ou, incompletos; registrados, ou não, enquanto atores profissionais na Delegacia do Trabalho (DRT).

4.2 O AMBIENTE

A sala onde ocorreram os testes era pequena, obrigando os participantes a sentarem-se próximos, numa distância íntima. Estabeleceu-se, em todos os encontros, que os atores deveriam decorar monólogos e diálogos a serem apresentados e gravados em frente ao grupo. A gravação em vídeo era exposta para todos os presentes, seguida dos comentários do avaliador (diretor).

Em todos os encontros, observou-se o início pontual das atividades pré-estabelecidas sem aquecimento prévio e desvios para assuntos aleatórios. Quanto à

ordem de apresentação, houve revezamento voluntário de pessoas que desejavam se livrar da angústia da espera. No primeiro encontro, foi apresentado o cenário do mercado de trabalho no setor audiovisual. Em todas as outras ocasiões, foram desenvolvidas atividades práticas, testes de vídeo, para as quais era solicitada dos atores a memorização, compreensão, criação da personagem e apresentação da dramaturgia no espaço de seis dias.

4.3 AVALIAÇÕES: LINGUAGEM CORPORAL

Individualmente, observaram-se as seguintes características como segue.

Augusto, 27 anos, modelo profissional, estudou em cursos livres de interpretação, não possui DRT de ator; suas atitudes corporais mais significantes foram: lábios presos entre dentes que se comprimem, arqueados para baixo, de forma rápida e repetitiva (nos intervalos entre uma fala e outra). Instabilidade postural, Tórax encolhido, tempo de ação acelerada e relato de desconforto com as mãos. (inseguro). Nos diálogos em que precisa contracenar, mantém o corpo inclinado e olhos fixos no outro ator, evidenciando a espera pela deixa (última palavra no papel do ator que indica a vez do outro). Foco nas palavras (pouca consciência corporal).

Bruno, 22 anos, ator profissional, bacharel em teatro, cujas atitudes corporais mais significantes foram: preponderância do tórax, meio sorriso, posição de firmeza, mãos ao lado do tronco e pernas enraizadas no chão, cabeça, na maior parte do tempo, erguida, acentuando fortemente as entonações da fala (corpo extra-cotidiano, postura cênica teatral), olhar. (teatral) Nos diálogos em que precisa contracenar, propõe interações cênicas diferenciadas, sobretudo com uso das mãos. Foco no corpo: Ação e reação (consciência corporal cênica).

Cláudio, 26 anos, estudante de teatro; suas atitudes corporais mais significantes foram: realização de movimentos fortes, bruscos (agressivos) e rápidos, mãos inquietas (oscilações entre palmas abertas e crispadas), punhos cerrados, costas encurvadas (cabeça encolhida entre os ombros), tremor, corpo tendendo fortemente para frente. Alto grau de agitação e dificuldade de articular o texto. Voz alta (gritada). Relato de ritmo cardíaco e respiratório intensificado. (agressivo) Nos diálogos em que precisa contracenar, costuma acelerar o tempo de ação, atropelando gestos e falas dos outros atores, buscando contato físico constante e de

maneira abrupta (pressionando os braços do ator com força e, por vezes, empurrando-o com o tronco para fora do enquadramento). Palavras e ações comprometidas e tensionadas pelo estado de ansiedade.

Elvira, 23 anos, formada em curso livre de teatro; as atitudes corporais mais significantes foram: base fixa (pouca movimentação e exploração do espaço), braços cruzados, olhar fixo e esbugalhado para câmera, tempo de ação lento e leve, testa franzida e sobrancelhas arregaladas, mãos amassando tecido da roupa, lábios em bico, voz baixa e melodia ralentada, sobrancelhas levantadas. (assustada, na defensiva, esnobe). Nos diálogos em que precisa contracenar, mantém as mesmas expressões faciais, pouca ação/reação, foco concentrado nas palavras.

Fátima, 24 anos, formação recente em curso livre de teatro; suas atitudes corporais mais significantes foram: rigidez corporal, sobretudo nas mãos, gestos fragmentados e entonações artificiais com ritmo pouco variado (não cotidianas), testa franzida, tórax encolhido, cabeça encolhida entre os ombros, suspiros, sotaque acentuado, lábios levemente esticados e comprimidos (nos intervalos entre uma fala e outra), pouco contato visual com a câmera. Relato de ritmo cardíaco e respiratório intensificado. (amadora). Nos diálogos em que precisa contracenar, mantém todas as características acima e reage pouco aos estímulos corporais propostos pelo outro ator, foco evidente nas palavras.

Victor, 30 anos, formação completa em curso de teatro, cujas atitudes corporais mais significantes foram: tórax salientado, voz baixa, cabeça erguida, ganho de tempo de ação antes da fala, canto da boca tensionado com um ligeiro sorriso. Nos diálogos em que precisa contracenar, costuma sugerir e combinar posturas e intenções de personagem com outros atores, mantém contato visual com quem contracena, respeita o tempo de ação e reage fisicamente aos estímulos gerados pelo outro. Foco no corpo: ação e reação.

Ekman (2013) afirma que quando o indivíduo sente algum tipo de medo, quando tem a consciência de que está amedrontado, dificulta sua faculdade de sentir ou pensar outras coisas por algum tempo, isto é, a mente e a atenção estão concentradas na ameaça.

Portanto, todos os sujeitos apresentaram sinais de ansiedade (emoção de medo) com intensidades, *timing*³, e enfrentamentos diferentes, sinais que são

³ *Timing* palavra inglesa que se refere ao tempo individual para execução de uma ação/reação.

disparados diante de uma ameaça a qual, dentro do contexto, refere-se à própria dinâmica dos testes de elenco. Segundo Ekman (2013), em geral, a ameaça imediata conduz à ação (paralisia ou fuga), vigilância atenta e tensão muscular, atitudes, observadas na maioria das pessoas testadas.

A agressividade, como resposta para a ansiedade, ficou evidente em três indivíduos: Elvira, Fátima e, de forma bastante intensa, em Cláudio. Essas reações, previstas nas emoções de medo, podem ser explicadas por Ekman (2013): “Se não ficarmos paralisados ou fugirmos, a outra reação mais provável é ter raiva de quem nos ameaçou [...] é comum ter raiva e medo quando somos ameaçados”.

Quanto à postura corporal, em linhas gerais, as pessoas estudadas apresentaram: Corpo rígido (ombros retraídos), dificuldade de lidar com as mãos; o não contato visual com a câmera, ou, o olhar fixo na câmera por tempo demais; palavras articuladas de forma excessivamente aceleradas, ou, de forma muito lenta; demasia, ou, falta de movimentação corporal; voz alta ou baixa demais.

Mostrou-se presente, mormente em Bruno e Victor, o tórax salientado, cabeça erguida, e cantos da boca tensionados com um ligeiro sorriso, expressões que, respectivamente, nas palavras de Wel e Tompakow (2009), evidenciam orgulho, superioridade, hipertrofia do controle mental e aparência desdenhosa (esnobe, presunçosa), estas últimas também recorrentes na figura de Elvira, ambas configuradas pelo arco da sobrancelha, posição da cabeça (região ocular) e braços cruzados.

Os aspectos corporais de insegurança, desconforto e amadorismo tornaram-se evidentes em Fátima, Augusto e Cláudio. Isso porque todos apresentaram os sinais mais graves de inconsciência corporal e ansiedade como: rigidez do corpo, problemas de articulação da fala, ruídos de regionalismo, entonações artificiais, instabilidade postural e foco demasiado nas palavras em detrimento das ações físicas.

A fluência da fala apresentou-se apenas em um sujeito: Victor. Na velocidade da fala, observou-se que os atores Cláudio, Fátima e Augusto apresentaram aceleração, enquanto Elvira mostrou lentidão. Bruno, por sua vez, teve seu ritmo comprometido pela teatralidade (efeitos de voz e pausas artificiais).

Por fim, no que se refere ao olhar, apenas Victor conseguiu explorar satisfatoriamente o contato visual com a câmera.

4.4 AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste item serão expostas as análises dos profissionais, tomadores de decisão, que avaliam a possibilidade de contratação dos atores em teste para comerciais. Mcshane e Glinow (2013) definem a tomada de decisão como processo de fazer escolhas entre as alternativas com a intenção de avançar para algum estado de coisas desejado.

A tomada de decisões para *casting* comercial envolvem várias pessoas no processo, entre elas: agentes de elenco, produtoras de vídeo, diretores, agências publicitárias e clientes. Para tanto, uma das condições mais importantes que apoiam a contratação dos atores é que o grupo possua confiança no artista escalado. Em adição a essas circunstâncias, McShane e Glinow (2013) afirmam que as emoções também apoiam e interferem nas buscas pela tomada de melhores decisões. Por isso, “além da desenvoltura em frente às câmeras e material qualificado, é preciso que o artista mantenha um bom relacionamento com os profissionais fora do set de filmagens” [PASKO].

If you believe auditions only take place in a producer's office, you may just never get that call. Because the world is basically divided into two kinds of people: those who believe they're making it every day regardless of what 'reviews' they're getting, and those who will never make it no matter how high they rise or how many statuettes line the mantel (CAINE, 2000, p.71).

Ainda que o ator desenvolva trejeitos sociais a fim de obter notoriedade nas redes de relacionamento, convém lembrar que, nas palavras do Diretor Guto Pasko, “90% das pessoas que vão a um teste de elenco diante das câmeras não têm capacidade de desempenhar o trabalho” (informação verbal). Assim, os presentes itens detêm-se ao estudo dos sinais corporais do ator sob dois paradigmas: o que o candidato entrega (o que é), *versus* o que deveria entregar (o que deve ser).

Por dentro do *casting*. Quais sinais corporais são responsáveis pela eliminação do ator em teste?

Os sinais corporais são os que mais revelam o despreparo do ator. Geralmente a pessoa fica travada, não movimenta as mãos, a região lombar toda fica tensa, e o desespero no olhar da pessoa é impossível de ser ocultado. E o nervosismo é gritante, o que faz com que a grande maioria nem consiga decorar um texto de apenas 30 segundos [PASKO].

Esses sinais são responsáveis pela eliminação de alguns atores dentro do processo seletivo (*casting*).

Em quadros gerais, observaram-se alguns sinais corporais que revelam o despreparo do ator em frente às câmeras:

Sinais corporais	Descrição
Corpo rígido (ombros retraídos)	Observou-se que, ao contrair os ombros e tensionar a região lombar, o ator compromete a respiração e a movimentação do corpo, causando sensação de rigidez. Como se nota, o ator projeta uma imagem de tensão e desconforto.
O que fazer com as mãos?	Muitos testes de elenco são realizados sem apoio de cenários e objetos, permitindo aos atores, o uso livre das mãos. Porém, nessas situações, em vez de explorar gestualidades, os atores menos experientes tentam “se livrar das mãos”, ora cessando sua movimentação, ora fixando-as em algum ponto, como dentro dos bolsos.
Não fazer contato visual com a câmera	Quando o olhar do ator percorre vários pontos ao mesmo tempo, faz com que ele pareça desesperado, nervoso e desconfortável com a situação.
Fixar o olhar na câmera tempo demais	Quando o ator não desvia o olhar da câmera, faz com que pareça um psicopata ou uma pessoa assustada.
Mover os lábios de forma muito acelerada ou de forma excessivamente lenta	A articulação acelerada ou ralentada revela o desejo do ator em se livrar do texto rapidamente ou aparentar uma falsa calma.
Balançar demais o corpo	O ator que não se fixa em nenhuma posição, não passa confiança.
Falar alto demais	Observou-se que atores que sobem o tom de voz durante audições possuem inexperiência com a câmera, especialmente os que vieram do teatro. Outros, mais amadores, parecem apenas tentar “vencer pelo alcance da voz”, pelo grito.

Quadro1- Sinais corporais

Fonte: Dados extraídos através da observação participante.

Ainda que o exercício do ator consista em criar, interpretar e representar uma ação dramática baseando-se em personagens é possível identificar o que é ansiedade do ator e o que é ansiedade da personagem. Isso pode ser explicado pela própria natureza da linguagem comercial.

Guto Pasko lembra ainda que existe uma diferença de linguagem dentro da própria linguagem audiovisual. Uma diferença entre dramaturgia e publicidade. “*Em geral, um ator não precisa construir uma personagem na publicidade, e sim, se valer da sua própria personalidade para vender determinado produto. A principal técnica de um ator num comercial de TV é a persuasão, a venda, não necessariamente a interpretação como nós a entendemos*” (informação verbal). Assim sendo, em função da técnica do ator comercial que exige do candidato a apresentação de

ações particulares do próprio corpo cotidiano, muitas vezes, não é possível camuflar a ansiedade por trás de uma personagem.

Observou-se, por fim, que atores com maior espontaneidade e naturalidade nos gestos provocam maior simpatia e segurança perante os tomadores de decisão. Para Guto Pasko, muito embora o corpo extra-cotidiano possa ser bem aplicado no teatro, busca-se na linguagem audiovisual, a espontaneidade cotidiana, o corpo do dia a dia.

No encontro com agentes e atores comerciais que frequentemente são selecionados para papéis, consideraram-se algumas particularidades da linguagem publicitária. Entre elas a noção de que o apelo comercial funciona como uma conversa íntima entre familiares, ou seja, o indivíduo deve convencer algum parente, amigo, de que o produto ou serviço oferecido é bom. O ator selecionado para o papel é, justamente, aquele que vende melhor (com verdade) os benefícios de um produto ou serviço.

Observa-se também que a grande maioria dos comerciais nacionais valoriza o ator com recursos cômicos, personagens que apresentam expressões, gestos e entonações engraçadas. Ou seja, profissionais que se utilizam, basicamente, da técnica do humor de cara limpa (*stand up comedy*) — atores que se apresentam geralmente em pé, sem acessórios, cenários, caracterização, personagem ou o recurso teatral da quarta parede.

Sabendo que os consumidores associam a marca à imagem do ator, os tomadores de decisão aprovam, principalmente, profissionais que transmitam confiança e simpatia; personalidades capazes de gerar identificação com o público e que apresentam um *timing* (ritmo de ação) satisfatório, combinado às entonações e expressões faciais do homem cotidiano.

5 CONCLUSÃO

Frente ao objetivo proposto, foi realizada a análise da influência da linguagem corporal na escolha do elenco de campanhas publicitárias, por meio dos comportamentos considerados eficazes e ineficazes da população que compôs o grupo. Observa-se que houve predomínio da ansiedade e despreparo para lidar com as particularidades da câmera, provavelmente pela formação dedicada exclusivamente aos palcos.

Observou-se que as emoções estão presentes em todas as relações humanas, sejam elas profissionais ou pessoais, podendo contribuir ou comprometer os objetivos que são traçados para si. Por intermédio da linguagem corporal, foi possível notar ora sutilmente, ora com obviedade essas emoções. A ideia de que a maioria dos atores profissionais, que costumam passar por testes, intuitivamente ou conscientemente corrigem vícios posturais e controlam alguns gatilhos emocionais (em função da imagem que querem projetar no outro) foi descartada.

A observação das filmagens mostrou que a ausência de ritual, exercícios de aquecimento e relaxamento, presentes na dinâmica das audições, contribuíram para a tensão muscular dos participantes. Embora muitos tenham experiência com dinâmicas teatrais, em que exercícios de ações psicofísicas desencadeiam os processos interiores da personagem, em frente às câmeras, prevaleceu a falta de consciência corporal. Isso porque os testes comerciais não fornecem muito tempo de preparação para os atores.

A gestualidade teve função de descarga da agitação psíquica, expressa por rituais motores como ombros retraídos, mãos tensionadas, olhar fixo e / ou aleatório, articulação lenta e, ou, acelerada, além de alterações no volume da voz.

Observou-se, por fim, que indivíduos que conseguem driblar a ansiedade diante das câmeras, agindo com espontaneidade, naturalidade do corpo cotidiano e, por vezes, bom humor, foram os que mais obtiveram retorno positivo entre os tomadores de decisão.

Apesar do compromisso no emprego da prática interpretativa (observacional), é importante considerar a subjetividade como limitação presente nesta pesquisa. Afinal, entende-se que cada prática ligada à descrição da linguagem corporal utiliza uma ampla variedade de métodos interpretativos, os quais podem garantir uma compreensão e/ou visibilidades diferentes acerca do assunto.

Este estudo esclarece o quanto a leitura da linguagem corporal possibilita maior aproximação do universo dos atores no qual cada meio exige um trabalho e consciência de corpo específico. Por isso, a relevância de estudos desta natureza para a compreensão e ampliação de conhecimento e publicações de literatura especializada sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

ALCURE, Lenira Ferraz. **Comunicação verbal e não verbal**. 2.ed. Rio de Janeiro : Senac, 1996.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. São Paulo: Artmed Editora, 2009.

BENETTI, Jean. **Stanislavski: an introduction**. USA: Taylor and Francis e-Library, 2005.

CAINE, Michael. **Acting in film**. Canada: Aplause, 2001.

DAVIS, F. **A comunicação não-verbal**. São Paulo: Summus, 1979.

FADIMAN, J.; FRAGER, R. **Personalidade e crescimento pessoal**. 5.ed. Porto Alegre: Artmed, 2002.

OLHAR DE CINEMA. **III Seminário de cinema de Curitiba – Fundo Setorial do Audiovisual**. 2014. Disponível em: <<http://olhardecinema.com.br/2014/iii-seminario-de-cinema-de-curitiba-fundo-setorial-do-audiovisual/>> Acesso em: 30/05/2014.

GARRISON, Larry; WANG, Wallace. **Breaking into acting for dummies**. Canada: Wiley Publishing, 2012

HIRSCH, Foster. **A method to their madness: the history of The Actors Studio**. U.S: Da Capo Books, 2002.

II FÓRUM DA PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA-ELENCO. Manual de produção de elenco para publicidade. São Paulo: ABA, ABAP, ABRAFAMA, ABRAFOTO, APRO, Caras do Reclame, SAPESP, SATED, 2003.

JAHARA. Mario Pradipto. **Tao Shiatsu: essência e arte**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1991.

LECOQ, Jacques. **Le théâtre du geste, mimes et acteurs**. Paris: Bordas, 1987.

MCSHANE, Steven L.; GLINOW, Mary Ann V. **Comportamento organizacional**: Série A. cidade: McGrawHill, 2013.

MESQUITA, R. M. **Comunicação não-verbal**: relevância na atuação profissional. 1988. Disponível em: <<http://goo.gl/PNWuk>> Acesso em: 25/05/2014

PEASE, A.; PEASE, B. **Desvendando os segredos da linguagem corporal**. Nova Iorque: Sextante, 2005.

PORTAL DO BRASIL. **Diretora da Ancine destaca crescimento do audiovisual**. 2013. Disponível em: < <http://goo.gl/aWa6aj>>. Acesso em: 24/05/2014.

REICH, Wilhem. **Escute, zé-ninguém!**.Portugal: Leya SA, 2008.

ROUBINE, Jean-Jacques. **A linguagem da encenação teatral**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1982.

SEE, Joan. **Acting in commercials**: A guide to auditioning and performing on camera. Broadway: Dale Hamsey, 1998.

SILVA, L.M.G.; BRASIL, V.V.; GUIMARÃES, H.C.Q.C.P.; et al. Comunicação não-verbal: reflexões acerca da linguagem corporal. **Rev.latino-am.enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 8, n. 4, p. 52-58, agosto 2000.

VIEIRA, Maria Christina de Andrade. **Comunicação Empresarial**. 2.ed. São Paulo: Senac, 2009.

VOLPI, José Henrique; VOLPI, Sandra Mara. **Psicologia Corporal**: um breve histórico. Curitiba: Centro Reichiniano, 2003. Disponível em: <<http://www.centroreichiniano.com.br>>. Acesso em: 26/05/2014.

WATSON, Ian. **Towards a third theatre, Eugenio Barba and the Odin Teatret**. Nova Iorque: Editora Routledge, 1993

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala**: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. 64ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

ZANELATO, E. **Casting**: atuação questionada. Meio & mensagem, São Paulo, 06 julho 2012. Disponível em: < <http://goo.gl/hjbyAy> >. Acesso em: 16/05/2014.