

—
MAIO 2024

DA IDEIA AO FILME

DANIELA FARINA
eudani.daniela@gmail.com



MINISTÉRIO DA
CULTURA



O que é audiovisual? Qual sua função na sociedade?

Como fazer um filme?

Dicas básicas para melhorar enquadramentos de filmes e fotografias?

Como usar a linguagem na educação?

O QUE VOCÊ
ASSISTE?

N

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM
CANNES



 YouTube

HBO

Big Brother
Brasil


TikTok

SHOW
DO
INTERVALO

Itaú

Audiovisual é um meio de comunicação em que há a utilização conjunta de elementos visuais e sonoros.

Pode ser distribuída em diferentes plataformas, que são chamadas de **mídias**.

Dentre elas, destacam-se a televisão, o cinema e a internet.

**MAS AFINAL,
POR QUÊ
PRECISAMOS
FALAR SOBRE
AUDIOVISUAL?**



N



FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM
CANNES



YouTube



HBO



**Big Brother
Brasil**



TikTok

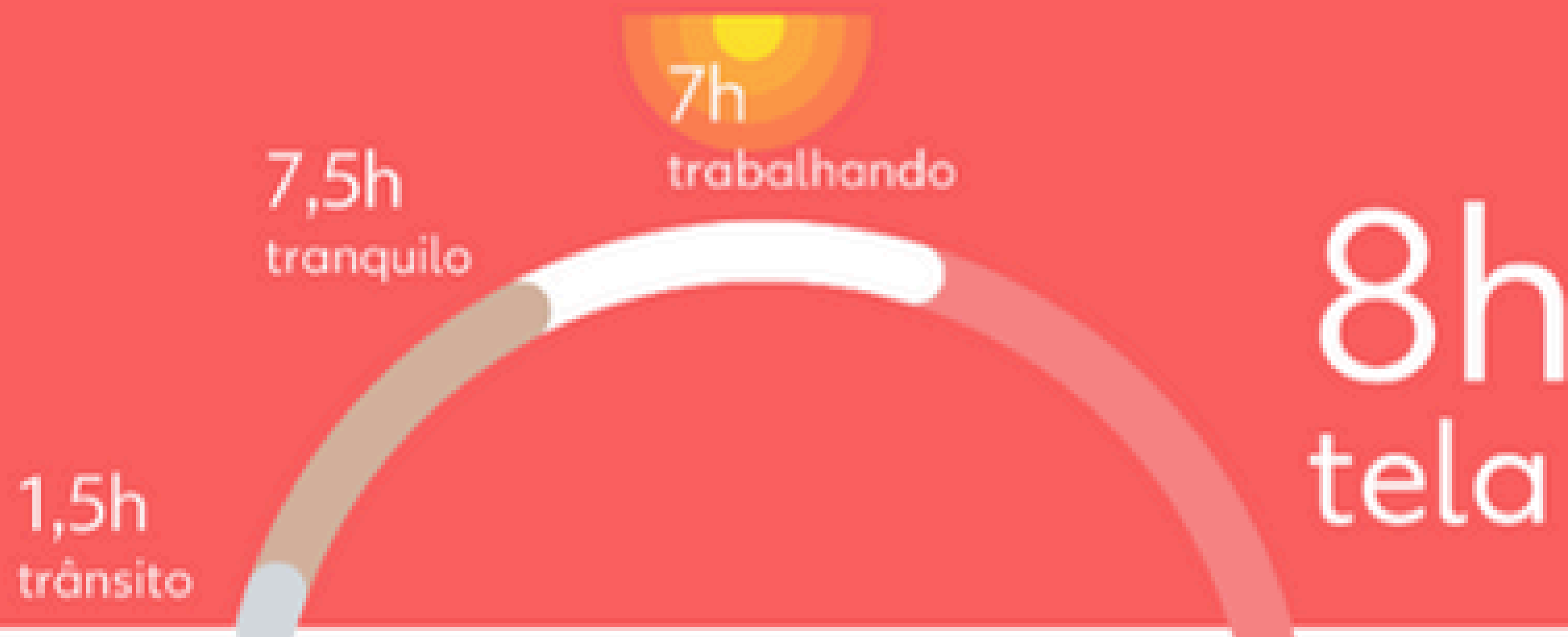


**SHOW
DO
INTERVALO**



Itaú

Os 4 T's do brasileiro



conectados do que nunca...



94%

dos domicílios
brasileiros possuem TV

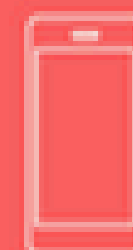
Fonte: CGL.br | TIC Domicílios 2023



75%

são SmarTV, entre as CTVs

Fonte: Estudo Anual Consumidor
Digital Globo 2021 / População 16+



58%

acessam a rede
exclusivamente
pelo celular

Fonte: CGL.br | TIC Domicílios 2023



84%

domicílios têm acesso
à internet

Fonte: CGL.br | TIC Domicílios 2023



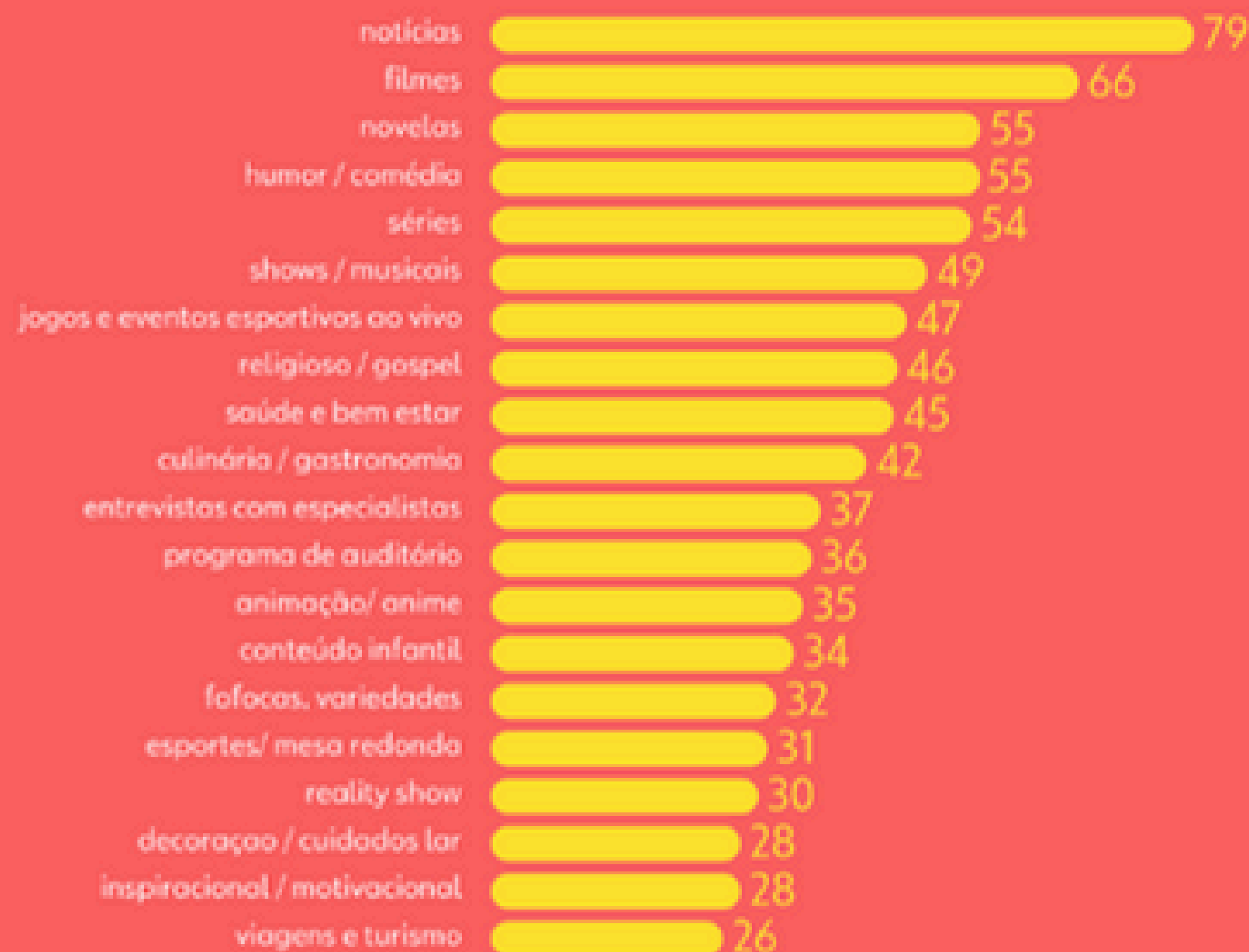
176 mi

brasileiros acessam à internet
todos ou quase todos os dias

Fonte: CGL.br | TIC Domicílios 2023

Grande variedade de conteúdo consumido: em média, 10 tipos diferentes.

Tipos de conteúdo em vídeo que costuma consumir (%)



Mesmo entre aqueles*
com menor variedade
de consumo, há uma
média de 7 tipos de
conteúdos diferentes.

Os mais jovens e
aqueles com maior
renda declaram
consumir uma
diversidade de
conteúdos acima a
média.

**Conteúdo cria
diálogo**

**Diálogo cria
relevância**

Por todo o seu potencial de mobilização e transformação, o audiovisual opera uma construção simbólica sobre o imaginário do que é ser brasileiro.

E ENTÃO...

COMO TUDO
COMEÇOU?

N

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM
CANNES



 YouTube

HBO

Big Brother
Brasil

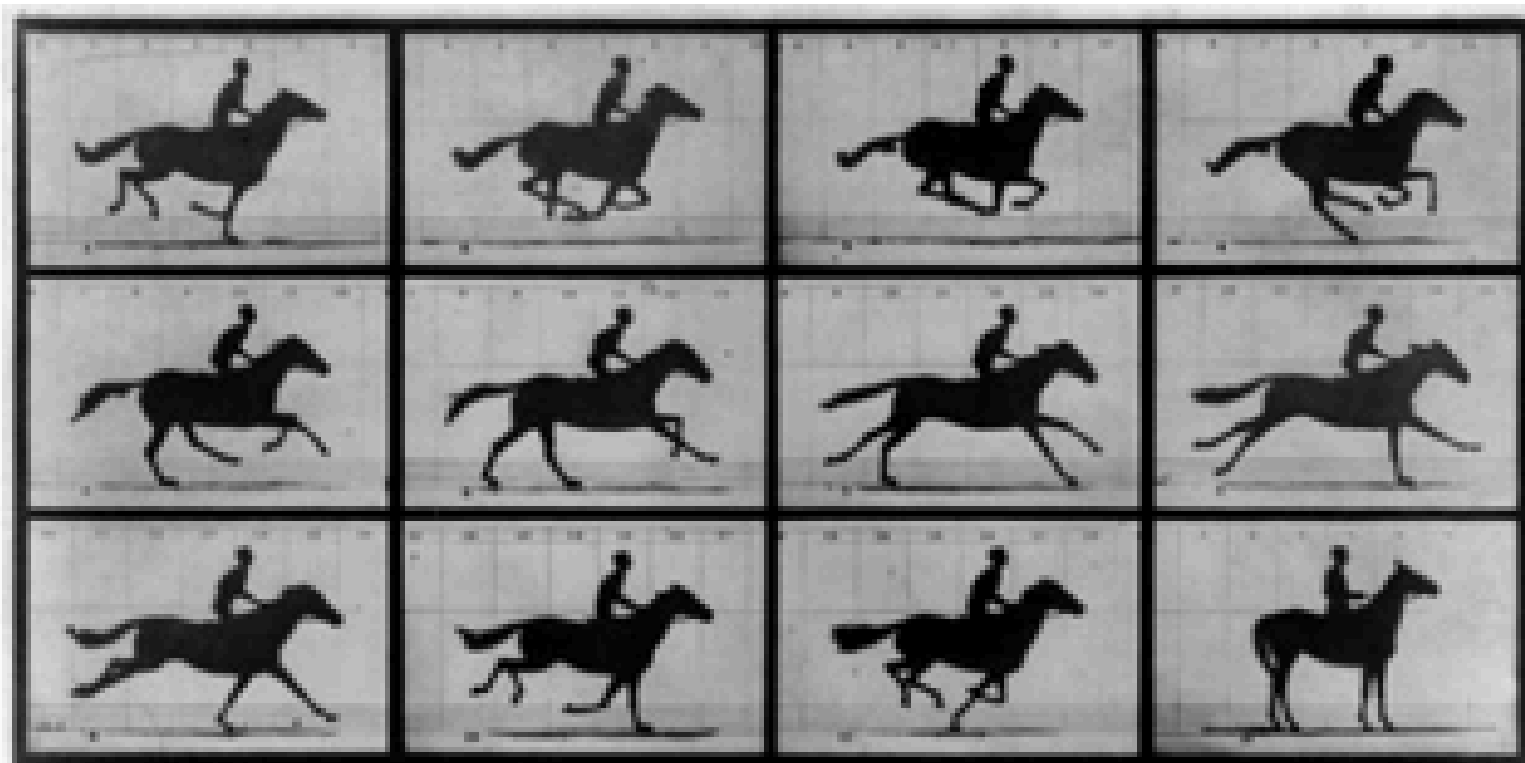

TikTok

SHOW
DO
INTERVALO

Itaú

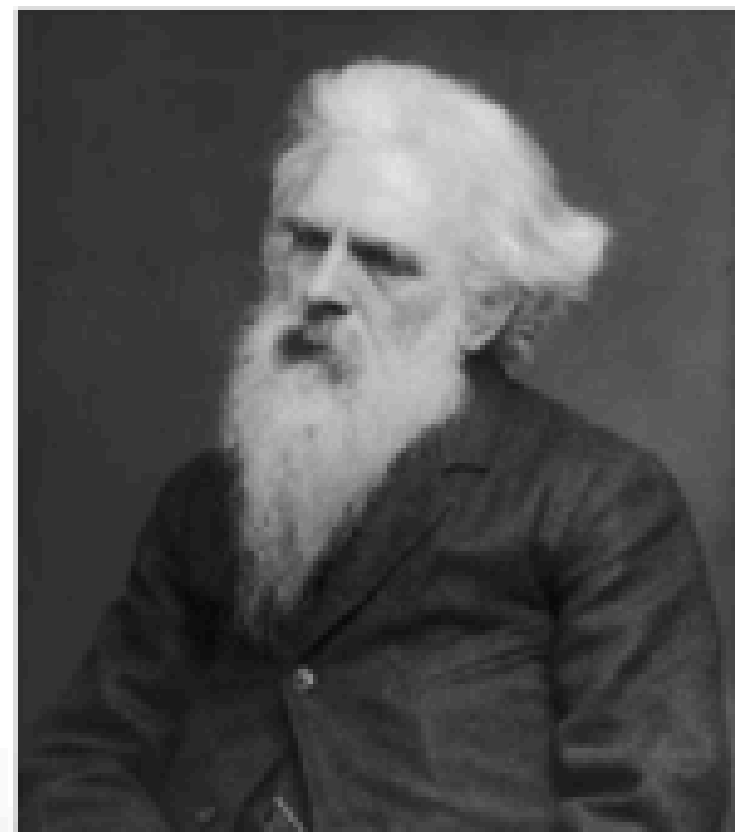
1.º FILME DE SEMPRE

“Cavalo em Movimento” (1878)



Quando falamos de artes é extremamente difícil dizer com exatidão quando é que algo começa ou termina. Correntes que nasceram há séculos atrás vivem ainda hoje, quer sob a forma de reinterpretações, quer como referência para outros trabalhos que se seguiram. Como tal, embora os irmãos Lumière sejam frequentemente adjetivados como “pais do cinema”, a verdade é que já existiam bases para que as suas projeções nascessem. Uma dessas bases foi **Eadweard Muybridge**, o inventor do zoopraxiscópio, um dispositivo giratório que permite simular a ideia de imagens em movimento; uma espécie de GIF dos tempos antigos.

Com trabalho inicialmente ligado ao universo da fotografia, o norte-americano é conhecido por fotografar imagens que enaltecem o Oeste do seu país. A sua reputação fez com que conhecesse Leland Stanford, antigo governador do estado da Califórnia, que quis provar que todos os cascos do cavalo saem do chão ao mesmo tempo quando este entra em galope. Para tirar as teimas, o governador convidou o fotógrafo a capturar uma corrida.



A experiência foi bem-sucedida e provou que, de facto, o governador estava certo. Pouco tempo depois, já em 1877, **Edweard Muybridge** foi convidado a alargar o projeto. Desta vez, a ideia passava por captar uma parte maior da corrida, fotografando várias imagens seguidas. O resultado final surgiu em 1878 e mostrava um cavalo em movimento, numa sequência de 8 segundos. Assim, “Cavalo em Movimento” tornou-se o 1º filme de sempre.

As fotografias tiradas por **Edweard Muybridge** estão hoje na Universidade de Stanford. Em 1882, a relação entre o governador e o fotógrafo terminava mal, uma vez que Stanford decidiu publicar um livro onde omite algumas fotografias, dando destaque a desenhos. Nessa publicação **Muybridge** quase não é referido. O artista faleceu em 1904, sendo muitas vezes referido na cultura pop pelo assassinato de Harry Larkins e pela invenção do zootrópio.

1.º FILME A SER EXIBIDO EM PÚBLICO

“A Saída dos Operários da Fábrica Lumière” (1895)



É impossível falar de cinema sem referir os **Irmãos Lumière**, estes dois franceses que foram “pais” do universo cinematográfico. Nascidos em França, na década de 1860, começaram a trabalhar desde muito cedo com o pai, proprietário de uma empresa de fotografia. À medida que iam estudando e compreendendo o processo por detrás das câmaras, os dois irmãos começaram a ficar interessados na imagem... em movimento.

O cinematógrafo - instrumento que revolucionou o cinema e cuja criação é atribuída frequentemente aos **Irmãos Lumière** - não foi, na verdade, criada por estes irmãos franceses. O conceito já tinha sido desenvolvido por León Bouley em 1862, quando construiu uma máquina capaz de capturar e reproduzir imagem em movimento.

Porém, quando perdeu a patente por não ter fundos para a manter, os **Irmãos Lumière** avançaram e compraram-na sem hesitar, apresentando em 1895 o seu próprio dispositivo.

Inicialmente, o cinematógrafo era visto como um instrumento científico sem futuro comercial. Os **Irmãos Lumière** começaram por apresentar o instrumento em cafés, cobrando bilhetes para mostrar coletâneas de pequenos filmes. O primeiro filme que terá sido exibido foi “**La Sortie de l'usine Lumière à Lyon**” (“**A Saída dos Operários da Fábrica Lumière**”). Com apenas 42 segundos e consistindo numa única cena, o filme mostra exatamente aquilo que diz o título.

Operários a sair de uma fábrica: quem compraria um bilhete para ver este filme, em pleno século XXI? A resposta não é

difícil de adivinhar. Mas no final do século XIX, a ideia de ver imagens projetadas, capazes de mexer, era absolutamente incrível. Ainda por cima, com mais de 40 segundos! Cafés em Paris encheram para ver esta cena e, mais tarde, o mesmo aconteceu em Londres, Bombaim e Nova Iorque, quando os irmãos Lumière viajaram para mostrar o incrível cinematógrafo.

É tudo tão simples que pode ser resumido neste parágrafo: uma câmara apontada às portas da fábrica Lumière, situada nos arredores de Lyon. As portas abrem, os operários - principalmente mulheres - saem para a rua, como se tivessem acabado um dia de trabalho. As portas voltam a fechar. O filme acaba.

No total, existem 3 versões deste filme, demarcadas por algumas diferenças muito subtis: mudanças de vestuário conforme as diferentes alturas do ano. No entanto, persiste uma diferença que permite distingui-los facilmente. Existe a versão com “um cavalo”, referente a uma carruagem que passa e é puxada por um cavalo e que é a original; a versão com “dois cavalos”, onde a carruagem é puxada por dois cavalos; e a versão “sem cavalos”, onde não há sequer uma carruagem.



1.º FILME BRASILEIRO

“Chegada do Trem em Petrópolis” (1897)

Ao falarmos de cinema no Brasil, somos confrontados com algumas incertezas que provavelmente ficarão por explicar. Ao que consta, o primeiro filme brasileiro terá sido gravado pelo italiano **Affonso Segretto**, em junho de 1898, quando chegava ao Brasil a bordo de um navio proveniente da Europa. O filme, muito simples, teria como título **“Vista da Baía da Guanabara”**. A questão é que tal película nunca foi exibida em público e hoje há apenas registros de que existiu e não certezas.



Assim, vários especialistas dentro desta temática consideram que o filme **“Chegada do Trem em Petrópolis”** foi o primeiro filme brasileiro, exibido publicamente com um conjunto de outros filmes, como **“Ancoradouro de Pescadores na Baía de Guanabara”** e **“Ballado de Crianças no Colégio, no Andaraí”**.

Realizado por **Vittorio Di Majo**, **“Chegada do Trem em Petrópolis”** é (como quase todos os filmes realizados nesta época) uma curta-metragem e foca-se em movimento, neste caso na chegada de um comboio a uma estação do município de Petrópolis.

Ao longo dos anos, a autenticidade do filme foi discutida várias vezes. Seria realmente uma filmagem brasileira? A estação era mesmo a estação de Petrópolis? Alguns especialistas acreditavam que se tratava de uma filmagem estrangeira a fingir ser “Petrópolis” para atrair o público brasileiro. Após a realização de estudos comparativos de iconografia brasileira e estrangeira, foram esclarecidas todas as dúvidas, atestando assim o **“Chegada do Trem em Petrópolis”** como o primeiro filme brasileiro.

O ESTADO DE CINEMA

“Todas essas pessoas já tinham com certeza viajado ou visto um trem, a novidade não consistia em ver um trem em movimento. Esses espectadores todos também sabiam que não havia nenhum trem verdadeiro na tela, logo não havia por que assustar-se. A imagem na tela era em preto-e-branco e não fazia ruídos; portanto, não podia haver dúvida, não se tratava de um trem de verdade. Só podia ser uma ilusão. É aí que residia a novidade: na ilusão. Ver o trem na tela como se fosse verdadeiro. Parece tão verdadeiro - embora a gente saiba que é de mentira - que dá para fazer de conta, enquanto dura o filme, que é de verdade. Um pouco como num sonho: o que a gente vê e faz num sonho não é real, mas isso só sabemos depois, quando acordamos. Enquanto dura o sonho, pensamos que é verdade. Essa ilusão de verdade, que se chama impressão de realidade, foi provavelmente a base do grande sucesso do cinema. O cinema dá a impressão de que é a própria vida que vemos na tela, brigas verdadeiras, amores verdadeiros. Mesmo quando se trata de algo que sabemos não ser verdade, como o Pica pau amarelo ou O mágico de Oz, ou um filme de ficção científica como 2001 ou Contatos imediatos do terceiro grau, a imagem cinematográfica permite-nos assistir a essas fantasias como se fossem verdadeiras; ela confere realidade a estas fantasias.”

Jean-Claude Bernard, O que é Cinema.

1895



1896



1896



1896



1897



1902



A INDÚSTRIA



Foi um tempo em que “o futuro da mídia não estava decidido, no qual a experimentação, a inovação, as rápidas mudanças e o empreendedorismo eram frequentes”, e as mulheres participavam disso tudo (VATSAL, 2002, p. 120). No entanto, a participação feminina atrás das câmeras diminuiu drasticamente no final da década de 1920, com a verticalização e concentração da indústria cinematográfica, e caiu no silêncio e na obscuridade.

A INDÚSTRIA

A linguagem desenvolveu-se, portanto, para tornar o cinema apto a contar histórias; outras opções teriam sido possíveis: que o cinema desenvolvesse uma linguagem científica ou ensaística, mas foi a linguagem da ficção que predominou.

A necessidade de chegar a um produto vendável gerou um sistema de trabalho que, por sua vez, reforçou as características do produto. No início da história do cinema, o trabalho requerido por um filme era feito por umas poucas pessoas, uma mesma pessoa pensava o filme, filmava-o, montava-o. À medida que a indústria foi se implantando, maior rigor foi imposto ao planejamento do filme e as funções foram-se dividindo. Essa época marca a vanguarda do cinema.

QUE
LINGUAGEM É
ESSA?

N

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM
CANNES



 YouTube

HBO

Big Brother
Brasil

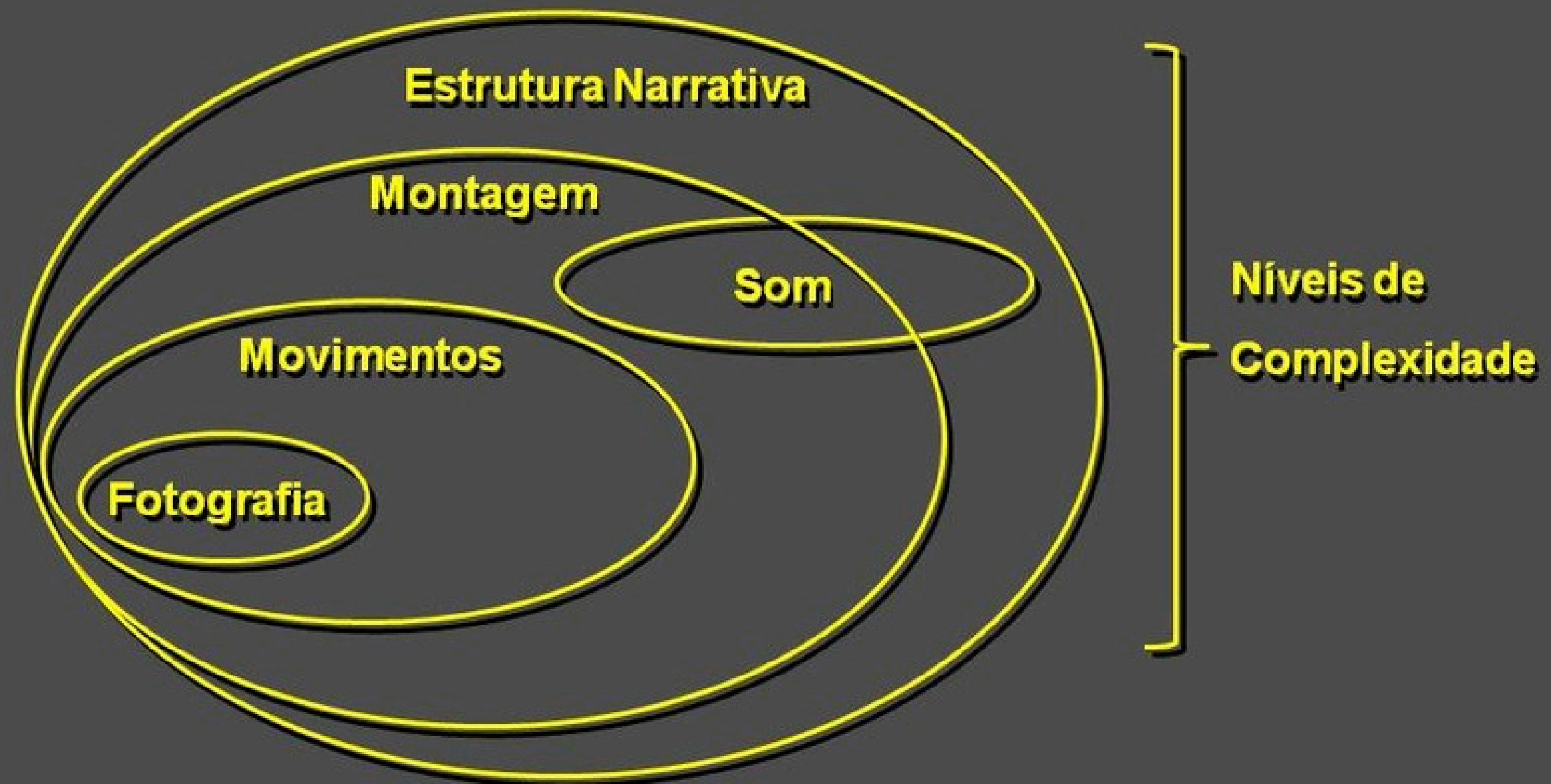

TikTok

SHOW
DO
INTERVALO

Itaú

Linguagem Cinematográfica

Aspectos da Linguagem cinematográfica





PERSONAGEM



CENÁRIO



ENQUADRAMENTO



LUZ



DURAÇÃO



MOVIMENTO



SOM



FALA



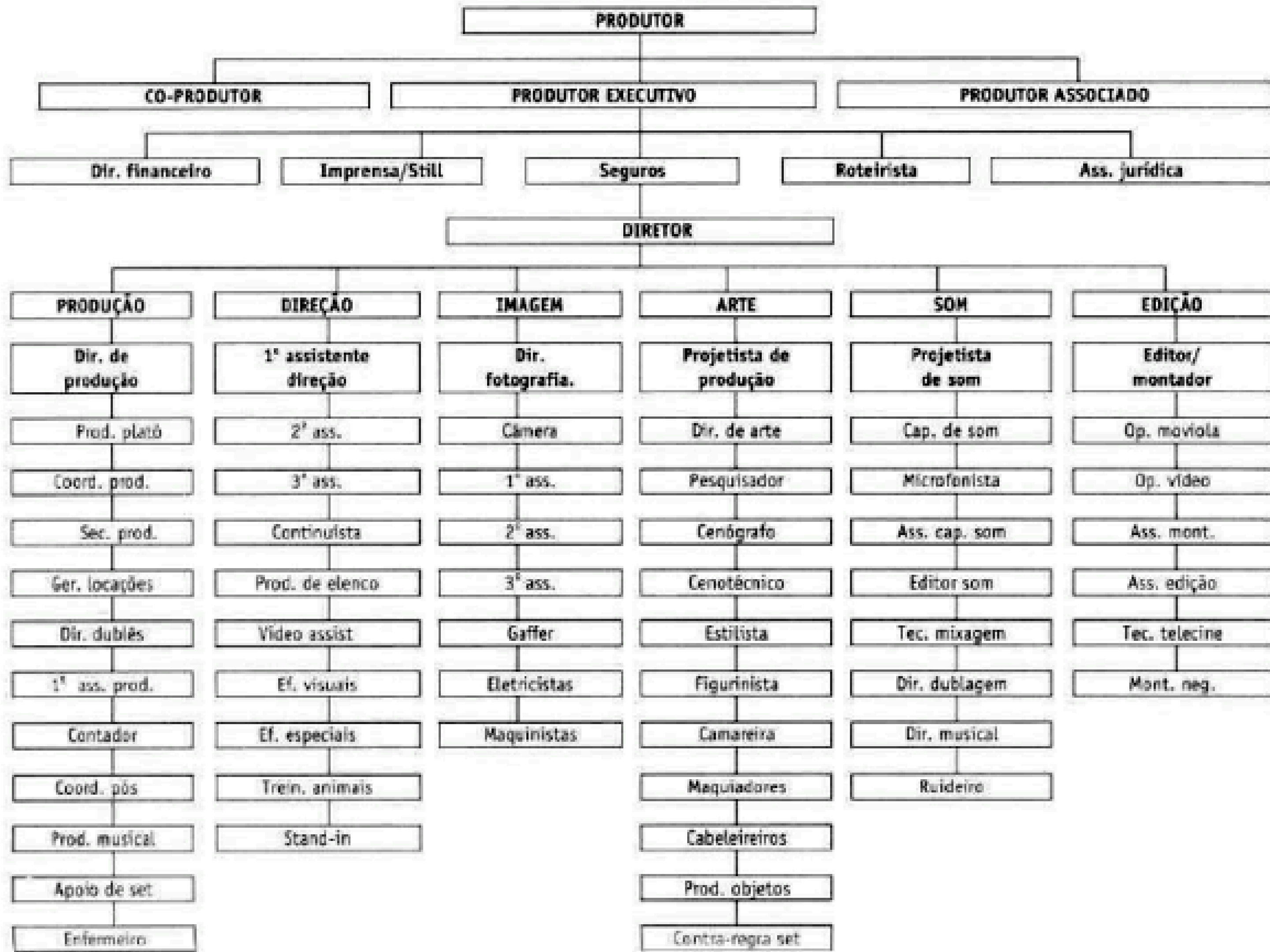
AÇÃO DRAMÁTICA



PLANO



CORTE



**I
D
E
I
A**

DESENVOLVIMENTO

PRÉ-PRODUÇÃO

PRODUÇÃO

PÓS-PRODUÇÃO

DISTRIBUIÇÃO

**F
I
L
M
E**

**T
E
L
L
A**

DE ONDE NASCEM AS IDEIAS

São possíveis três fontes quase inesgotáveis de ideias: a vivência, a literatura e a criatividade. Todas elas do que podemos chamar humano."

Luiz Carlos Maciel

- ...PODE NASCER DE UM AMBIENTE
- ...PODE NASCER DE UM PERSONAGEM
- ...PODE NASCER PARA REGISTRAR UM COSTUME
- ...PODE NASCER DE UM CONCEITO NARRATIVO
- ...PODE NASCER DE UM TEMA
- ...PODE NASCER DE UMA IMAGEM
- ...PODE NASCER DE UMA SITUAÇÃO DRAMÁTICA

DESENVOLVIMENTO

- Roteiro
- Projeto
- Orçamento
- Indicação de membros principais da equipe (roteirista, produtor/a, produtor/a executiva, diretor/a)
- Captação de recursos que viabilizam o filme;
- Busca por uma produtora ou coproduções.
- Assinatura de contratos com players, produtoras, governo, etc.
- Comunicação da obra.

PRÉ-PRODUÇÃO

- Análise técnica de produção;
- Definição de equipe;
- Definição de equipamentos;
- Definição de logística;
- Reuniões de briefing, equipe e departamentos;
- Decupagens de departamentos;
- Cronograma de entregas dos departamentos
- Aprovações de locação, figurino, elenco, etc.
- Ensaios com atores;
- Logística - transporte, hospedagem, alimentação;
- Organização de plano de filmagem/ordem do dia;
- Organização/assinatura de documentos - cotratos com equipe, com locação, com atores, etc.

PRODUÇÃO

- Set de filmagem;
- Logger.

PÓS-PRODUÇÃO

- Captura na ilha de edição;
- Montagem;
- Cor;
- Efeitos, motion 2d, 3D;
- Tratamento, mixagem de áudio;
- Trilha sonora;
- Acessibilidade;
- Traduções;
- Finalização;
- Registro na Ancine;
- Fechamento de arquivos para diferentes plataformas.

DISTRIBUIÇÃO

- Negociações com players;
- Festivais, cinema, TV, streaming;
- Contratos;
- Licenciamentos.

ROTEIRO É:

A forma escrita de qualquer audiovisual, contendo descrição objetiva de cenas, sequências, diálogos e indicações técnicas do filme.

O QUE?

QUE COISAS?

COMO?

ONDE?

Cabeçalho de cena

Uma linha descrevendo local e hora do dia da cena. Int. é usado para ambiente interno e Ext. para externo. Pode conter numeração da cena.

Ação

Descrição narrativa do que ocorre na cena.

Personagem

Nome do personagem deve sempre estar acima da sua fala no diálogo. Em sua primeira aparição, seu nome é seguido de uma breve descrição de suas características.

Diálogo

Linhas de fala do personagem.

5	CONT. 1 (2)		pág. 8. 5	Númeração da página Númeração da cena
	Moradores saem carregando botijões. Cambarão da polícia vira a esquina, os garotos correm.			
6	EXT. RUAS DO CONJUNTO - DIA		6	
	Cabeleira, Alicate e Marreco correm, perseguidos de perto, por um POLICIAL que dá tiros para o alto. Eles riem. E também atiram para o alto.			
		BUSCA-PÉ (V.O.)		V.O. ou O.S. Parêntesis usado ao lado do nome do personagem indicando se é V.O. (Voice Over, quando a fala é de um narrador) ou O.S. (Off-screen, quando um personagem que não está presente na tela, fala).
		O Trio Ternura não tinha medo de ninguém. Nem da polícia... Eles achavam que a Cidade de Deus era deles. Mas tinha um monte de bandido que achava a mesma coisa. Naquele tempo, a Cidade de Deus ainda não tinha dono.		
	Os bandidos se metem pelas ruelas do local.			
	MONTAGEM cria a sensação de labirinto: o Policial nunca sabe para onde ir.			
	Os bandidos param um instante. Tiram as camisetas vermelhas, jogando-as por trás do muro de uma casa. Todos agora estão de camiseta branca. Eles continuam correndo até o...			
7	EXT. CAMPINHO - DIA		7	Mais e Continuação Usar (MAIS) ao final de uma página e (CONTINUAÇÃO) no início da seguinte quando a fala de um personagem continua de uma página para a outra.
	Eles chegam ao campinho onde os garotos estão jogando futebol com a bola murcha, que Cabeleira estourou antes com o tiro, e fingem que fazem parte do jogo.			
	O Policial passa correndo por eles, sem se dar conta de quem eles são.			
	Assim que o Policial some da vista, eles caem na gargalhada.			
		BUSCA-PÉ (V.O.)		
		Com o know how que eu adquiri no entendimento da bandidagem, eu posso falar com toda a segurança: o Trio Ternura, no fundo, era um bando de pé-de-chinelo.		
	Marreco se aproxima de Busca-Pé.			
		BUSCA-PÉ (V.O. cont.) (cont.)		
		Principalmente o meu irmão: o Marreco.		
	Marreco tira dinheiro do calção e entrega para Busca-Pé.			

EXEMPLO DE FORMATAÇÃO DE ROTEIRO

Artigo: Como Fazer um Roteiro
aicinema.com.br

(Roteiro para TV)

(Retranca)

CLIENTE: (Nome da empresa anunciante)

PEÇA: (Tipo/duração)

TÍTULO: (defina um título que identifique a campanha/cliente)

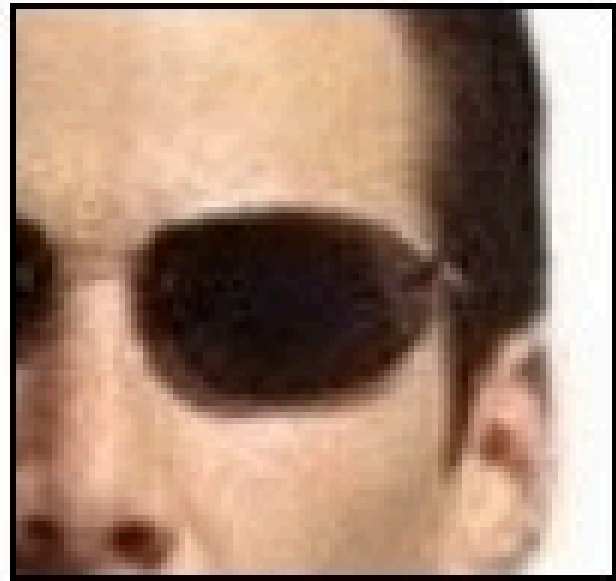
DATA: (Recomenda-se o registro da data para posterior identificação do trabalho)

VIDEO	AUDIO
<ul style="list-style-type: none">• Descreva, sempre do lado esquerdo da folha, todas as informações que deverão compor o visual do comercial.• Recomenda-se utilizar a fonte Arial, corpo 12, normal, em letras minúsculas.• Alinhe sempre a descrição da imagem com o áudio correspondente à cena descrita.• Indicar o enquadramento que deverá ser dado a cada imagem sugerida, bem como os movimentos de câmera e efeitos imaginados.• Descrever o tipo físico, características, idade, cor, enfim, todas as informações possíveis sobre personagens ou elementos de cena.• A inserção de informações escritas sobre a imagem deve ser indicada após a descrição da imagem, utilizando-se a expressão: "lettering" ou "CG", seguida da posição em que deverá ser colocado na tela.• Na seqüência, o texto a ser sobreposto deve ser escrito em negrito, da forma como deverá entrar no vídeo (Letras maiúsculas ou minúsculas).• A colocação de logomarcas deve ser indicadas entre parênteses e em negrito.	<ul style="list-style-type: none">• O áudio deve ser descrito sempre do lado direito do roteiro, alinhado à esquerda e na direção da imagem correspondente. Nunca separe palavras de uma linha para outra e nunca abrevie palavras. Números devem ser escritos por extenso.• Toda a orientação técnica referente à parte sonora do comercial deve ser colocada em letras minúsculas e entre parênteses.• Locução em OFF é quando não aparece a imagem de quem está falando. Nesse caso, indicar sempre se a locução deverá ser masculina ou feminina, o timbre e o tipo de voz (adulto, jovem, criança, idoso, etc.), a entonação (formal, alegre, entusiasmada, sóbria, solene, triste, etc.) enfim, toda informação que possa contribuir para a ambientação sonora do comercial imaginado.• Locução ao VIVO é quando utilizamos a fala direta do personagem que aparece no vídeo.• Todo o texto que será ouvido no comercial deve ser colocado no roteiro em LETRAS MAIÚSCULAS (Caixa alta) e em negrito.• Recomenda-se a utilização da fonte Arial, no corpo 14, em negrito, para o texto a ser lido e corpo 12, normal, para as indicações técnicas colocadas entre parênteses.• Indique, sempre que possível, o ritmo da trilha sonora, bem como os ruídos e efeitos sonoros sugeridos para o comercial, indicando o momento em que cada elemento deve ser inserido.• Leia sempre o texto em voz alta, com a devida entonação e pausas para inserção dos efeitos, cronometrando o tempo de forma real.

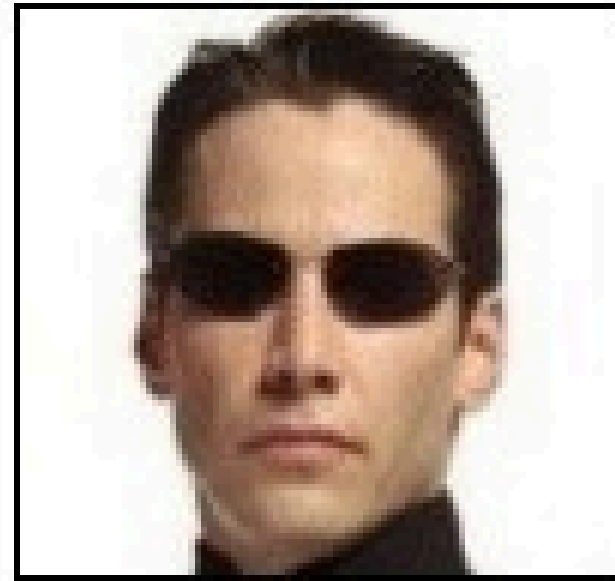


O **plano** é a menor unidade da narrativa visual de um filme. Aquilo que é captado entre ligar e desligar a câmera. Os **planos sempre tem um enquadramento, assim como na fotografia.**

Então, um bom enquadramento é fundamental para um filme. E também para boas fotos.



PD



PPP



PP



PMC



PM



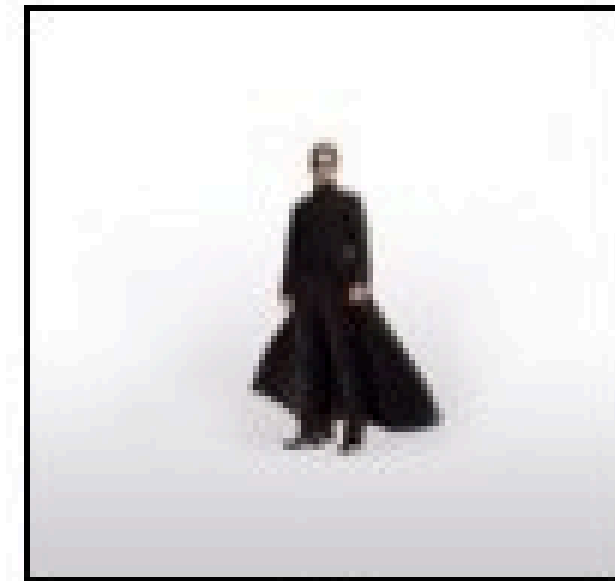
PML



PA



PI



PG



GPG

PD Plano Detalhe

PPP Primeiríssimo Primeiro Plano

PP Primeiro Plano

PMC Plano Médio Curto

PM Plano Médio

PML Plano Médio Longo

PA Plano Americano

PI Plano Inteiro

PG Plano Geral

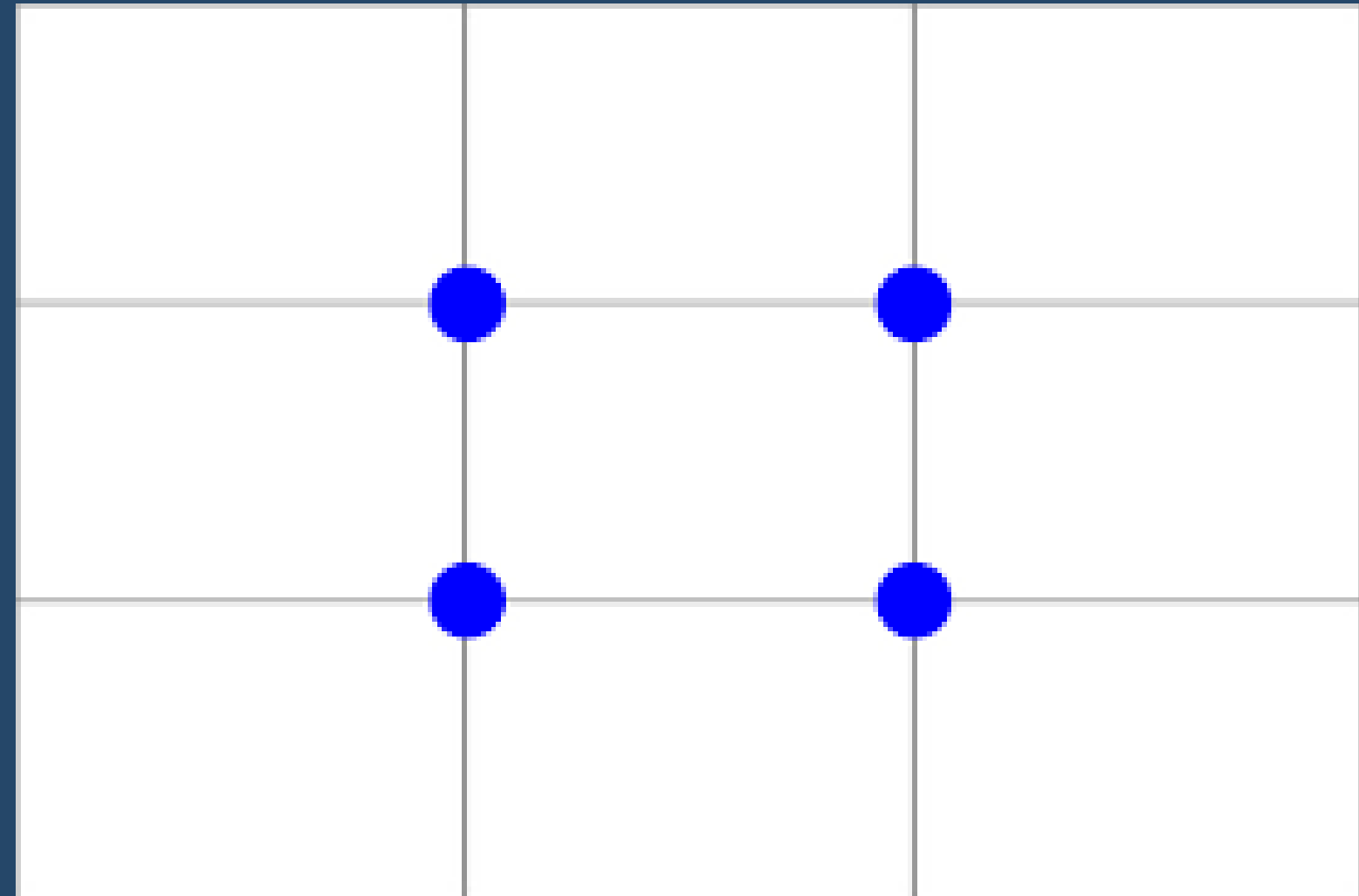
GPG Grande Plano Geral

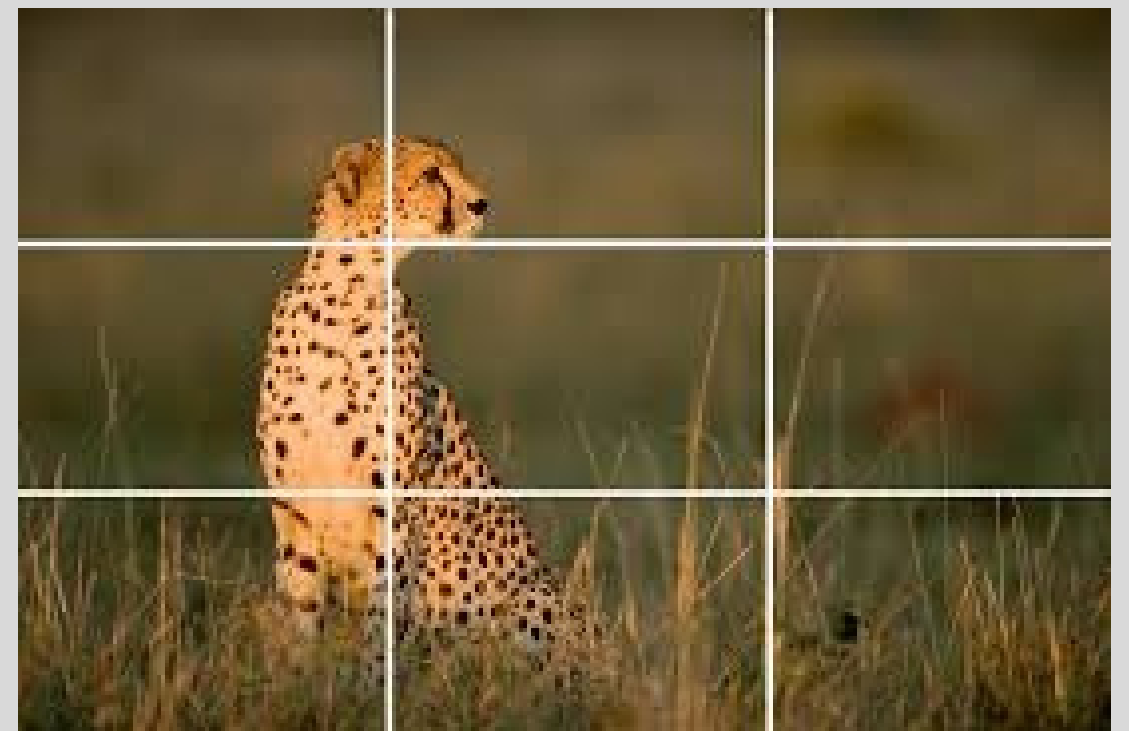
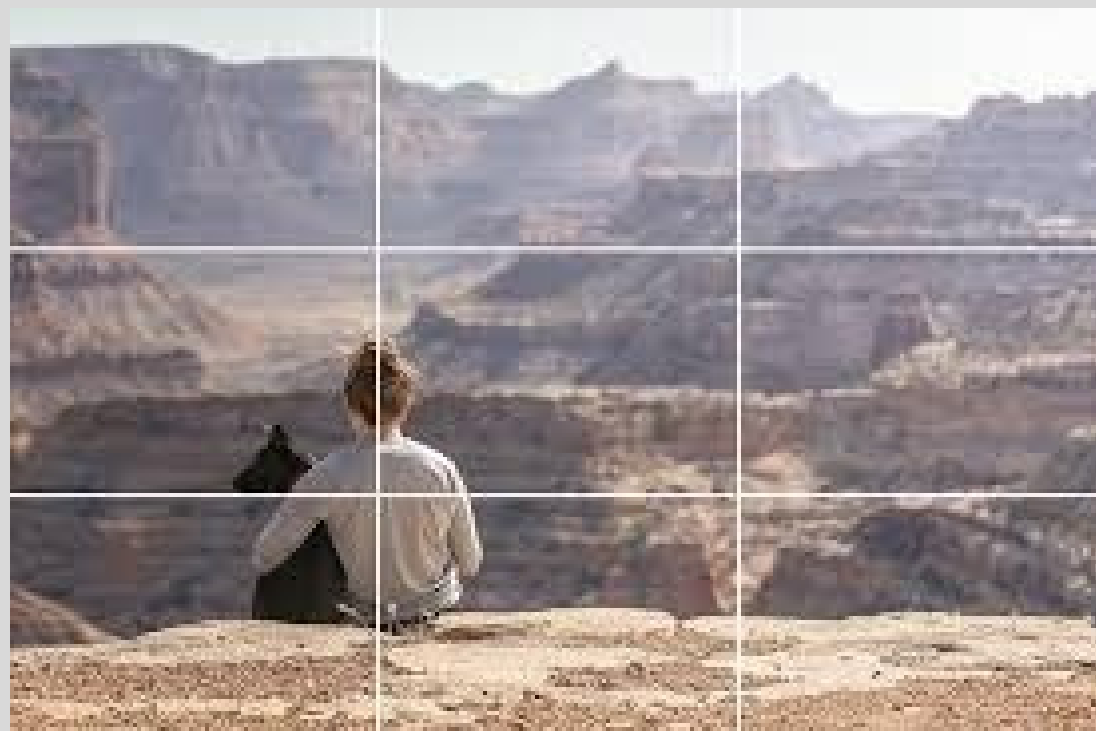
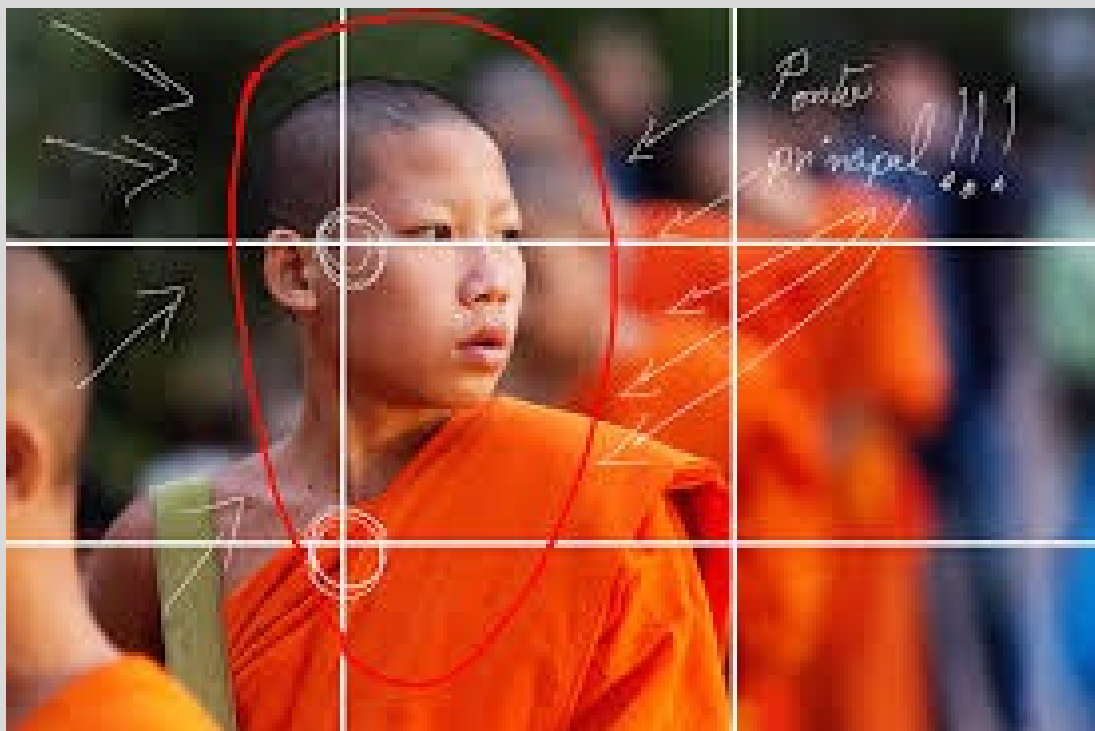
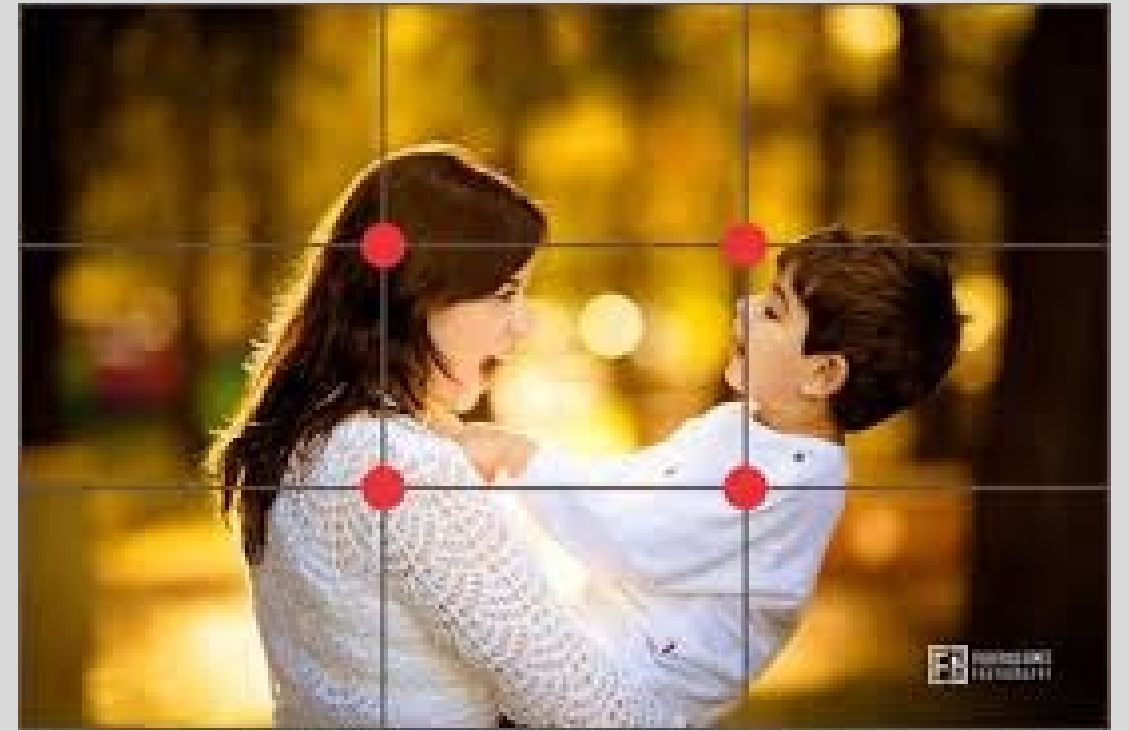
**Uma boa foto/vídeo é 95% o que
você decide na hora da captura
e só 5% edição.**

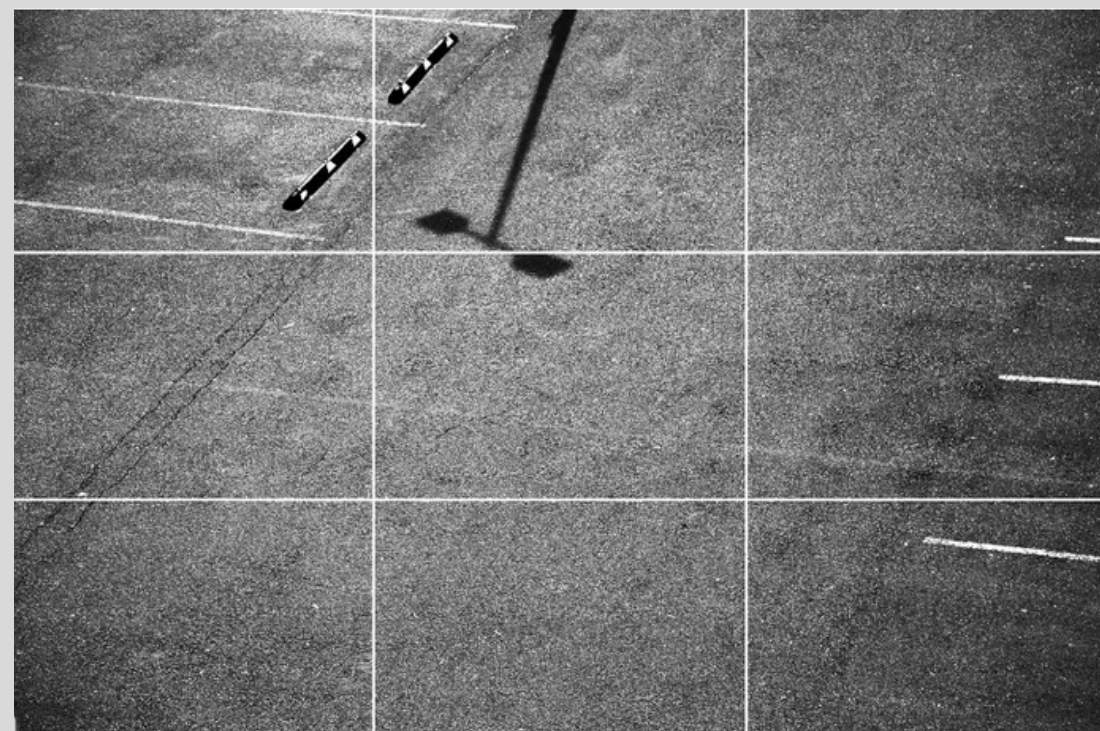
Regra dos terços

A regra dos terços é uma diretriz de composição que posiciona o assunto na terça parte esquerda ou direita de uma imagem, deixando os outros dois terços mais abertos.

Imagine dividir uma foto, ou até mesmo o visor da câmera, em nove zonas iguais usando linhas horizontais e verticais. Isso forma a grade da regra dos terços — uma configuração que você pode selecionar na maioria das câmeras e até mesmo no telefone.







- 1 - Identifique o seu motivo fotográficos e escolha algo para estar em primeiro plano.
- 2 - Mantenha a lente sempre limpa. Sempre que possível, use o modo manual (o ideal é manter o ISO entre 100 e 400 para evitar grãos).
- 3 - Ajuste o foco.
- 4 - Encontre o lugar com a melhor fonte de luz. Sempre deixe o que você estiver fotografando a favor da luz
- 5 - Evite usar o flash.
- 6 - Segure o celular com as duas mãos. Se for filmar, movimente o celular devagar e mantenha ele o mais estável possível. Se for gravar áudio, procure um ambiente com pouco barulho para que a voz do entrevistado não se perca.
- 7 - Preste atenção ao espaço negativo.
- 8 - Descole o objeto da sua foto do fundo. nunca deixe seu motivo muito próximo de uma parede.
- 9 - Pense nos objetos que podem compôr a cena, se for controlável, escolha as cores das roupas e cenários. Você também pode indicar as pessoas a se posicionarem por tamanho para a foto ficar mais harmônica.
- 10 - Inicialmente, use a regra dos terços - depois, quebre-a.
- 11 - Nas postagens em redes sociais, evite dar zoom para perder a qualidade. Também escolha um padrão de cor e tente aplicar para todas as fotos do feed. Isso cria uma unidade de comunicação.

Aplicativos para melhorar as fotos

1 - Adobe Lightroom

2 - Canva

3 - VSCO

Usando o cinema em sala de aula

- 1 - Criar Cineclube na escola, ou um cineclube que circule em todas as escolas;
- 2 - Exibir filmes e debater a partir das disciplinas;
- 3 - Usar a linguagem audiovisual para apresentação de trabalhos;
- 4 - Levar os estudantes para uma exibição no cinema - ou em um ambiente que permita a imersão (Sesc Chapecó tem exibições gratuitas);
- 5 - Convidar artistas regionais para exibir filmes e debater as produções.
- 6 - Usar os curtas-metragens para engajar público jovem.

Plataformas com filmes gratuitos

- <https://play.ecofalante.org.br/>
- https://www.instagram.com/_videocamp/
- <https://www.itauculturalplay.com.br/>
- <https://pupilo.tv.br/cineclube/filmes/>
- Cardume Curtas
- Mubi
- Vimeo, Youtube, Netflix

Como mediar a exibição

- 1 - O filme precisa promover o ensino, assista antes de exhibir.
- 2 - Analise os pontos de discussão resultantes da história.
- 3 - Lembre-se que o filme não é realidade, contextualize isso para os estudantes.
- 4 - Trate-o como obra de arte e, portanto, a visão de alguém sobre algo.
- 5 - Explore as visões contraditórias.
- 6 - Antes de exhibir, evite direcionar a visão do aluno. Ouça as percepções e depois crie discussão sobre essas percepções.
- 7 - Crie um ambiente confortável para que o conteúdo seja melhor absorvido. Lembra-se do estado de cinema?
- 8 - Além do conteúdo, explore a forma.
- 9 - Crie exercícios que desdobrem a temática.
- 10 - Exiba os créditos finais do filme.