



**Programa de
Oficinas de Audiovisual**

OFICINA DE FORMATAÇÃO DE PROJETOS

Eleonora Santa Rosa
Secretária de Estado de Cultura de Minas Gerais

Marcelo Braga de Freitas
Secretário Adjunto de Estado de Cultura de Minas Gerais

Júnia Horta
Superintendente de Ação Cultural

Anna Flávia Dias Salles
Diretora de Fomento à Produção Audiovisual

INSTITUTO CULTURAL SÉRGIO MAGNANI

Diretor Presidente: Geraldo Abranches Mota Batista

Diretora de Projetos Captação e Marketing: Fernanda Machado Coelho Furquim Werneck

Diretor de Administração e Finanças: Luiz Henrique Aguiar de Vasconcelos Moreira

Assessora Especial: Adriana Barbosa

Apoio Administrativo: Maria Teresa Vieira

OFICINA DE FORMATAÇÃO DE PROJETOS EM AUDIOVISUAL

PROFESSORES

ANDRÉ AMPARO
MÔNICA CERQUEIRA
PATRÍCIA MORAN

Estagiários

Maria Leite Chiaretti (SEC-MG)
Maurício Resende

Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais
Praça da Liberdade, 317
30.140-010 – Belo Horizonte – MG
www.cultura.mg.gov.br

Sumário

<i>OFICINA DE FORMATAÇÃO DE PROJETOS EM AUDIOVISUAL</i>	5
Uma apostila para os seus sonhos.....	5
A quem se dirige o projeto?.....	5
Projetar uma idéia.....	7
A idéia e a página em branco.....	8
Projetos: os gêneros e os suportes.....	8
<i>Ficção</i>	9
<i>Documentário</i>	10
<i>Videarte ou vídeo experimental</i>	11
<i>Videoinstalação</i>	12
<i>Multimídia para DVD ou web-arte</i>	12
Conceitos.....	13
Abordagem do tema ou Estratégia de abordagem.....	14
Estrutura de um projeto.....	16
<i>Sinopse</i>	17
<i>Sinopse resumida</i>	17
<i>Sinopse desenvolvida</i>	18
<i>Argumento</i>	18
<i>Justificativa</i>	18
<i>Objetivo</i>	19
<i>Público-alvo</i>	20
<i>Captação de recursos</i>	20
<i>Plano de produção</i>	20
Plano de produção – Documentário.....	21
Plano de produção – Vídeo experimental.....	22

Plano de produção – Curta-metragem rodado em 35 mm.	23
Cronograma geral.....	24
Planejamento das filmagens.....	25
Análise técnica.....	26
Análise técnica.....	27
Logística de produção.....	28
<i>Exemplo de orçamento</i>	28
Tabelas de preços para a realização dos orçamentos.....	30
Tabelas salariais: STIC e SINDCINE.....	32
Tabela para profissionais em vídeo.....	35
Tabela de Piso Salarial para profissionais em longa, média e curta- metragens – 2007.....	36
Direitos autorais.....	38
Apresentação do projeto.....	38
Bibliografia comentada.....	41
Referências.....	42
Sites técnicos e de repertório.....	42
Telefones/endereços úteis – AGENDA.....	43
Programas e ações da SEC-MG para o audiovisual.....	44
<i>Filme em Minas – Programa de estímulo ao audiovisual</i>	44
<i>Minas Film Commission</i>	45
<i>Núcleo de Registro do Patrimônio Imaterial</i>	46
<i>DOC TV</i>	46
<i>Lei Estadual de Incentivo à Cultura</i>	47
<i>Fundo Estadual de Cultura</i>	48

OFICINA DE FORMATAÇÃO DE PROJETOS EM AUDIOVISUAL

Uma apostila para os seus sonhos

Você tem em mãos uma apostila sobre produção, um guia para a realização de projetos audiovisuais. Nosso objetivo é ajudá-lo a construir argumentos para convencer seus leitores sobre a viabilidade técnica e artística, bem como sobre a relevância social e estética do projeto. Ao longo da apostila serão citados concursos e leis, mas nos detivemos naqueles promovidos nos níveis nacional e estadual. Não estão contemplados concursos de outros Estados do Brasil, de municípios ou de estrangeiros. Pretende-se aqui oferecer as ferramentas para a realização de projetos ao alcance imediato do mineiro e daqueles que vivem em Minas Gerais.

Fazer um projeto exige dedicação e pode ser um trabalho estimulante. Investe-se na construção do futuro. As idéias ganham forma e consistência ao se projetar algo, cria-se uma situação para se refletir sobre o **que** e **como** fazer. Os projetos para concursos podem ser realizados tanto pelo autor da idéia como por um produtor. Existem autores com habilidades para formatar projetos e outros, nem tanto. A cada dia os concursos são mais competitivos. Muita gente, e gente boa, vê nos concursos uma maneira de realizar seu trabalho artístico, de se manter como profissional na área. A disputa é grande. É preciso garra e constância. Um realizador persistente e bem organizado terá a sua vez. Boa sorte e boa jornada na leitura desta apostila.

A quem se dirige o projeto?

É muito importante, ao redigir um projeto, imaginar que ele será lido por alguém que receberá uma grande quantidade de trabalhos. Para que a comissão de análise e avaliação entenda o seu projeto, é necessário cuidado com a língua. O português deve estar claro e correto. Seu texto caminhará sozinho, sem você, por isso é importante que ele seja a expressão verbal das imagens de seu futuro trabalho. A abordagem dos seus pontos de vista criativos deve primar pela simplicidade e clareza na exposição das idéias do trabalho a ser realizado. No caso da produção de eventos, a estratégia de ação e as etapas do trabalho devem ser discriminadas de maneira clara.

O leitor do seu projeto será alguém indicado pelas instituições proponentes. Concursos públicos de incentivo à cultura são promovidos nos níveis federal (Ministério da Cultura), estadual (Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais e Associação Curta Minas) e municipal. Existem ainda concursos promovidos por empresas estatais, como a Petrobras e o DOCTV, organizados por televisões públicas.

Fundações e institutos de arte beneficiados por políticas de isenção fiscal, como o Itaú Cultural ou o Instituto Sergio Motta, também organizam concursos de fomento à produção. A responsabilidade do júri nesses processos é grande, afinal ele irá destinar recursos financeiros diretos para a realização de obras de arte, projetos editoriais, eventos e restauração de patrimônio histórico. As instituições têm interesse no bom andamento e na lisura do concurso. É assim que elas constroem sua imagem pública no campo da arte, associando seus produtos ou serviços a bens simbólicos, a valores artísticos. Podemos entender a política cultural como uma via de mão dupla a beneficiar as instituições pelo ganho em termos de imagem e ao realizador, por viabilizar seu trabalho.

Para garantir a honestidade do processo de premiação do concurso, o júri é escolhido segundo categorias do fazer. Especialistas considerados idôneos pela sociedade são chamados para selecionar e premiar trabalhos que consideram pertinentes em sua área de conhecimento. As comissões de avaliação são guiadas por critérios distintos em razão dos objetivos políticos das instituições. Em alguns casos, esses critérios são explicitados nos editais, em outros podemos deduzi-los com base no edital ou nos projetos aprovados em edições anteriores à ênfase dos concursos.

Política, no caso, tem ampla acepção. Não se refere à constituição de privilégios para grupos com interesses particulares, tampouco à garantia de ganhos para grupos vinculados a siglas partidárias. Política diz respeito a como ocupar o futuro, a edificar um projeto de futuro. Sejam mais diretos: o Estado e as instituições com mecanismos de estímulo à arte e à cultura avaliam as tendências de produção da sociedade a qual representam ou visam atingir. Imaginam, com base na análise do presente e daquilo que esperam para o futuro, as necessidades imediatas de produção e o percurso a ser traçado no futuro próximo, para haver um avanço da sociedade na produção de bens simbólicos. No caso do Poder Público federal, deve haver preocupação com o crescimento interno e com a inserção cultural do país no cenário internacional de produção artística. No caso do Poder Público estadual, valoriza-se tanto o fortalecimento local como a inserção do estado em nível nacional e, quiçá, internacional. Já o Poder Público municipal tem uma ação mais localizada – a projeção nacional ou internacional de seus realizadores está atrelada ao grau de desenvolvimento daquela comunidade, não é uma meta em si.

Essa digressão sobre política, sobre os interesses políticos subjacentes aos editais visa chamar a atenção para a importância de se dedicar um tempo à leitura das normas dos editais. Um bom projeto é aquele que responde às solicitações dos proponentes do concurso. A maioria dos concursos costuma oferecer manuais as normas para o preenchimento dos editais, e em alguns casos está definida até a angulação a ser dada aos tópicos solicitados. A Petrobras, por exemplo, empresa que recebe uma grande quantidade de inscrições, é clara na prescrição de como cada um dos itens deve ser preenchido.

Outro objetivo político no investimento em cultura e arte é o fomento do setor terciário para a formação de mão-de-obra e desenvolvimento de mercado. O adensamento das cidades cria a necessidade do produto cultural e artístico, e os concursos auxiliam as comunidades e os grupos a se organizarem como produtores.

Projetar uma idéia

Um projeto é a tentativa de antecipação de possibilidades, é a ordenação de planos, a proposição de planejamentos. Construir projetos é lançar para um futuro próximo a expectativa da realização de algo, no caso, de filmes, vídeos ou trabalhos multimídia. O audiovisual é uma área da criação artística e de entretenimento em que o projeto apresenta maior grau de abstração, maior distância em relação ao trabalho final. Nada garante a qualidade do produto final a não ser sua realização. Um bom roteiro não se transforma, necessariamente, em um bom filme. Um roteiro e um projeto sofríveis, menos ainda.

Na história do cinema, existem casos de cineastas, como Jean-Luc Godard e François Truffaut, que não costumavam escrever roteiros precisos. No cinema marginal brasileiro da década de 1960, muitos diretores trabalhavam com indicações de falas e situações, não necessariamente com roteiros. Para solicitar recursos, no entanto, é preciso apresentar uma indicação o mais clara possível sobre o que será realizado. Os concursos e as leis precisam se valer de mecanismos e critérios para realizar suas escolhas, e o roteiro é um mecanismo de avaliação, apesar de insuficiente, pois o filme se define no fazer, ele oferece indicações sobre a qualidade final do trabalho.

A realização audiovisual, seja ela produzida em película, seja em vídeo digital, ainda tem custo superior ao da música, da poesia ou, mesmo, do teatro. Essas áreas, ao entrarem em concursos, podem apresentar projetos mais próximos do trabalho final em razão do custo e da natureza do meio. Em alguns casos, o artista tem tamanha autonomia que a demanda para a lei ou para o concurso é de edição ou de distribuição. No audiovisual, em geral, a demanda é de produção, mas nos dias de hoje tem se configurado outra realidade: com o barateamento das câmeras e outros recursos de gravação, muitos realizadores conseguem filmar. Vendo uma grande quantidade de curtas-metragens e longas-metragens inacabada, as instituições de financiamento têm lançado nos concursos a categoria finalização. O material a ser avaliado não se restringe mais a palavras, mas a imagens e sons.

O projeto deve oferecer elementos para dar visibilidade a seus objetivos, a seus caminhos, a suas idéias e a seus conceitos norteadores. O texto não precisa ser extenso, mas deve deixar claro o que será feito. O desenho da equipe e da produção deve nortear o percurso a ser adotado pelo proponente. Esse é um dos motivos da valorização do currículo do diretor e da equipe envolvida no projeto, pois o estilo de cada um deles – os aspectos estéticos e técnicos adotados – reflete-se no produto final. O tipo de elo que une a equipe pode auxiliar no entendimento de como o trabalho audiovisual se articula esteticamente, principalmente no caso de realizadores iniciantes que não têm uma trajetória de prêmios em concursos, festivais ou eventos da área audiovisual. A biografia do idealizador do projeto e sua relação com o tema também auxiliam na demonstração da consistência do caminho do trabalho. A experiência do realizador imprime-lhe uma marca na poética.

A idéia e a página em branco

Para iniciar um projeto, você deve se responder algumas perguntas, e seu leitor conhecerá as respostas. Os manuais do jornalismo impresso fornecem dicas de como ser o mais direto possível para facilitar a vida do leitor em geral. Aconselham para o primeiro parágrafo de um artigo de jornal o que se denomina de *lead*. O *lead* deve dar conta de localizar a resposta das seguintes perguntas: O quê? Quando? Como? Onde? Por quê? Para quem? Ao responder a essas questões, inicia-se a escrita da introdução ou apresentação do projeto. A espinha dorsal do projeto começa a se desenhar; o projeto será o desdobramento das questões indicadas na apresentação ou introdução. No primeiro parágrafo você começa a cativar o leitor e a convencê-lo de que o seu projeto, além de ser bem apresentado, propõe questões instigantes. Aí você garante a adesão do leitor.

A título de suposição, vamos pensar na proposta de um curta-metragem de ficção, a ser produzido no suporte vídeo digital. Trata-se de uma adaptação livre da peça *Romeu e Julieta*. Vejamos uma apresentação possível:

Apresentação

Este projeto visa à realização de um filme de ficção de curta-metragem a ser produzido no formato digital. Trata-se de uma adaptação livre de *Romeu e Julieta*, clássico do dramaturgo inglês William Shakespeare. A história será ambientada nos dias de hoje. Utilizaremos recursos do vídeo para transformar os desejos dos personagens em imagens de situações urbanas contemporâneas. Trazer para os nossos dias de relacionamentos difíceis um exemplo de amor como o proposto por Shakespeare será uma maneira de recuperar a simplicidade e a riqueza da entrega do amor. Se hoje se vive a solidão em presença, por intermédio de *Romeu e Julieta* vamos viver o conforto do amor mesmo diante da distância imposta pela rivalidade das famílias Montéquio e Capuleto.

No exemplo apresentado, as perguntas do *lead* estão respondidas de maneira direta. Pode-se realizar um texto mais poético; a qualidade literária de uma apresentação é bem-vinda, desde que comunique. Lembro, uma vez mais, a presença de indicações claras em alguns editais sobre como cada item solicitado deve ser preenchido. Este exemplo de apresentação/introdução não deve ser tomado como modelo para todo e qualquer edital. Ele visa apenas ilustrar o *lead* e é útil para mostrar como preencher os itens solicitados.

Projetos: os gêneros e os suportes

Como temos visto, realizar um projeto é, em última instância, a defesa da pertinência e da viabilidade de idéias. Essas idéias abstratas, até a realização do trabalho, precisam, na redação do projeto, sugerir como funcionarão nos suportes de captação e exibição. Cada gênero audiovisual responderá, de uma

maneira ou de outra, em razão do suporte. Quando nos referimos aos gêneros, está em questão a estrutura do conteúdo expressivo. Noções de gênero vêm sendo questionadas ao longo da história, pois podem funcionar como camisas-de-força que não conseguem abarcar a complexidade dos trabalhos audiovisuais, mas para concursos eles ainda valem, pois algum critério de indexação e classificação é necessário para nortear a redação dos proponentes e a avaliação do júri.

Mas o que vem a ser gêneros? A noção de gênero vem de longe e foi inicialmente formulada para auxiliar na classificação de formas expressivas da literatura e do teatro na Grécia Antiga. A noção avançou e no início do século XX ganhou uma definição do filólogo russo Mikhail Bakhtin que, atualizada para os dias de hoje, consegue responder à estrutura de outros meios expressivos como o audiovisual. Ao se delimitar um gênero, procura-se certa regularidade no que se refere ao conteúdo temático, ao estilo e à construção da composição. Como estamos falando da língua, o gênero, segundo Bakhtin (2000, p. 279), “elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso”. No audiovisual também podemos procurar algumas regularidades formais e de relação com o mundo para definirmos os gêneros.

Grosso modo, os gêneros geralmente contemplados em concursos são a ficção, o documentário, a videoarte/vídeo experimental, vídeo instalações interativas ou não, multimídia para DVD, web-arte e desenvolvimento de jogos. O último é mais raro, mas o Ministério da Cultura costuma lançar um concurso. Fique atento às informações no site do Ministério (www.cultura.gov.br), pois quase todos os concursos citados têm uma agenda anual ou bienal.

Ficção

Uma vez que um trabalho de ficção pode ser rodado tanto em vídeo quanto em película, podemos deduzir que não está no suporte material, ou seja, não está no mediador técnico responsável pela captura da imagem (fita, cartão de memória, negativo, etc.) a definição do gênero.

No gênero ficção tem-se uma história inventada pelo proponente do projeto. Há casos de adaptação literária ou de adaptação livre de um acontecimento histórico, cotidiano ou da vida de alguma personalidade de projeção pública, como um artista ou um político, por exemplo. Mesmo baseado em fatos reais, o projeto ainda é de ficção quando envolve atores representando personagens. Poderá haver maior ou menor fidelidade aos fatos, mas os cenários serão reconstruídos e o elenco irá emprestar nova fisionomia aos personagens reais.

Segundo o Ferreira (1986), a ficção é o ato ou efeito de fingir. No caso de diversos filmes, um fingimento que busca ser verdadeiro, que busca fazê-lo esquecer-se de que está assistindo a um filme.

Vale lembrar a presença de não-atores em filmes importantes da historiografia do cinema, como *Ladrões de Bicicleta*, de Vittorio de Sica, e *Alemanha Ano Zero*, de Roberto Rossellini, ambos representantes do neo-realismo italiano. O cinema iraniano repetiu esse expediente, mas, ainda assim, ambos são filmes de ficção.

Documentário

Um equívoco recorrente em projetos entregues aos concursos é a confusão entre vídeos institucionais, reportagens jornalísticas e documentário.

O vídeo institucional, como o próprio nome indica, aborda a realidade de empresas, relações de trabalho e, em alguns casos, tem uma abordagem educativa sobre determinados problemas e questões.

Na reportagem, o jornalista, ao sair para o campo, procura, em geral, oferecer uma visão de determinada realidade, e aí começa-se a confundir o jornalismo com o documentário, que também se vale de um encontro com a realidade. A construção da reportagem costuma seguir normas impostas pelos veículos a que se destina. O programa jornalístico procura, em geral, informar sobre algum fato, lugar ou mesmo pessoa, procurando mostrar ou demonstrar o que se supõe ser uma realidade. A reportagem se acredita neutra e costuma se colocar como voz autorizada a levar a “verdade” dos fatos. O jornalista procura, quase sempre, provar uma tese, o documentarista vai ao encontro do desconhecido, ou melhor, de um quase-conhecido, que revelará um universo particular. Em antropologia costuma-se dizer que o documentário é o lugar do encontro com o outro (diferente em termos sociais e de destino).

O documentário é a representação da realidade e também produtor da realidade. O documentarista, ou seja, o diretor que faz o documentário, nos oferece uma visão do mundo, a visão de um encontro. Essa visão, muitas vezes, resulta de uma negociação com os personagens que vão ser enfocados no documentário. Ou seja, os personagens são pessoas reais, com sonhos, desejos e medos. Em geral, eles não estão “fingindo”, mas falam sobre assuntos dos quais têm algum domínio ou da própria vida; em suma, eles não representam outras pessoas como na ficção. Com isso não podemos ser ingênuos e pensar que não há encenação no documentário. A vida se oferece à câmera e dialoga com ela. Diversos estudiosos do documentário já discutiram como os personagens se modificam quando se liga a câmera. Passam a ser aquilo que são, além daquilo que o diretor e a equipe têm interesse que ele seja. Ele participa na construção de sua imagem. No jornalismo, o personagem costuma ser, principalmente, aquilo que lhe é solicitado.

Nos dias de hoje, é difícil sustentar uma visão romântica do documentário como um lugar de verdade, como uma imagem natural. Como foi dito, em linhas gerais, o documentário é um gênero que possibilita o encontro do realizador com um outro, seja ele acontecimento ou pessoa. Nesse encontro, tudo pode acontecer, e os melhores documentários de encontro são os capazes de surpreender até seus realizadores. Esse é um dos motivos de ser muito difícil, para não dizer impossível, um roteiro de um documentário, pois no encontro com o personagem e com o real nem tudo pode ser roteirizado. O projeto deve pensar em que tipo de encontro tem interesse, com que tipo de pessoa ou situação, ou seja, deve desenhar uma estratégia de abordagem das pessoas e do tema.

Nichols (2005, p. 62-63) classifica seis modos principais de se fazer documentário: o modo poético, com ênfase em imagens abstratas, associações visuais; o modo expositivo, que enfatiza o comentário verbal e uma lógica argumentativa; o modo de observação, que, como o próprio nome indica,

coloca o diretor e sua câmera mais distante, apenas olhando de longe; o modo participativo, que, ao contrário do anterior, tem a presença evidente do diretor e até da equipe; o reflexivo, que pensa o próprio documentário; e, finalmente, o modo performativo, que, como o modo poético, prioriza a visão do diretor e tem forte impacto emocional. Essas classificações ajudam a entender a diversidade de tipos de documentários, mas deve-se considerar que tais modos aparecem isoladamente nos documentários. Alguns filmes misturam os modos acima descritos e outros mais.

Os documentários podem ser realizados tanto em película cinematográfica (negativo) quanto em vídeo. A produção em película tem sido menor a cada dia por questões de produção (financeiras) e de linguagem. O negativo é muito mais caro e, como veremos adiante, depois de filmar tem-se, ainda, de revelar o material, ou seja, há uma distância entre o fazer e o ver.

Outro problema que a necessidade de economia de negativo pode acarretar é o limite ao tempo de elaboração do discurso/fala por parte do entrevistado, situação que o vídeo resolve perfeitamente.

O vídeo oferece, ainda, a vantagem de ser menor e mais simples de manuseio. Com a equipe e o equipamento menores, cria-se uma situação menos invasiva, de maior intimidade entre quem filma e quem está sendo filmado. O aparato técnico mais discreto, eventualmente, pode ser esquecido, e aí prevalecem as questões que serão abordadas pelo documentário, e não a estrutura de captura da imagem.

Videoarte ou vídeo experimental

A videoarte refere-se tanto a uma maneira de fazer um trabalho, de se relacionar com a imagem, quanto a um suporte de produção. Recebe usualmente, também, a denominação de vídeo experimental, isso porque, normalmente, o realizador de vídeo tem desenvolvido propostas com experimentação de linguagem, com visões pessoais de mundo. As experimentações dos vídeos relacionam-se a como se estrutura a forma expressiva, ou seja, com a prevalência de recursos poéticos em detrimento das narrativas seqüenciais e tratamento da imagem como um recurso que a distancia do registro especular. Predominam imagens sugestivas, indicativas de situações e de afetos, que parecem guardar segredos – não dizem em excesso. O tratamento visual do tema é metafórico ou metonímico em geral. A imagem abstrata recorrente na videoarte ou a abstração proposta por essa forma de expressão tem similares no cinema de vanguarda americano da década de 1960 e nas vanguardas do início do século XX.

Poucos editais contemplam o vídeo experimental como um gênero separado. No concurso *Filme em Minas*, da Secretaria de Estado da Cultura, pode-se propor trabalhos de arte em vídeo. A Petrobras tem a categoria vídeo digital, na qual são aceitos trabalhos experimentais em vídeo, mas há o privilégio para documentários curtos: aceita-se a experimentação com ênfase no documentário. O Instituto Sérgio Motta também premia a arte do vídeo, mas cada dia ele procura investir mais em experiências radicais de mídia arte, os conhecidos/desconhecidos novos formatos. Não há tantas opções de investimento para os realizadores de videoarte como para documentários e ficção. Para os interessados nessa forma expressiva audiovisual mais livre, uma das soluções é enviar um projeto para as leis de incentivo à

cultura, como a Rouanet (nacional) e a do Governo do Estado de Minas, e procurar captar recursos com a iniciativa privada. Alguns municípios apóiam a cultura com investimentos diretos, como concursos ou fundos. Vale a pena checar se sua cidade possui alguma política de apoio ao audiovisual. O Fundo Estadual de Cultura da Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais oferece incentivos diretos a novas linguagens na área IV – Fomento à Produção de Novas Linguagens Artísticas. (Veja detalhes no anexo de programas da Secretaria, no final da apostila.) Essa área vale também para projetos de vídeo instalação e multimídia, ou web-arte, que serão tratadas a seguir.

Vídeoinstalação

Assim como o vídeo experimental essa nomenclatura se refere tanto a um suporte, o vídeo, quanto a um modo de se fazer audiovisual. As instalações podem ser projeções em parede, telas ou em objetos, interativas ou não. Alguns trabalhos estão mais próximos da arquitetura do que do cinema, organizam sua expressão audiovisual espacialmente, trazem um conceito e/ou estímulo para afetação multissensorial que envolve o espectador pela distribuição das imagens nos objetos e superfícies da projeção. As vídeoinstalações têm distintas proposições poéticas. O espectador é convocado a experimentar um ambiente ou a viver eletronicamente uma situação existente no cotidiano. As instalações costumam ser criadas por artistas ligados ao vídeo.

O Programa *Filme em Minas* apóia a realização de vídeoinstalações na categoria Novos Formatos. O edital especifica a instalação como interativa. O que vem a ser a interatividade? Pode-se entendê-la de duas maneiras: quando o trabalho solicita uma participação física do espectador, ou seja, ele terá de fazer algo para o funcionamento pleno da instalação, e quando o trabalho suscita no espectador questões capazes de promover questionamentos, reflexão. Nesse caso, a interatividade se dá principalmente no âmbito mental, o que não é pouco.

O Instituto Sérgio Motta e o Itaú Cultural também promovem com regularidade concursos para produção em novos formatos ou, como também se costuma nomear, projetos de mídia arte ou de arte e tecnologia.

Multimídia para DVD ou web-arte

Quando falamos em multimídia, nos referimos a uma maneira de fazer, a uma poética que pode estar em distintos suportes. O audiovisual, em geral, é multimídia, pois ele tem som, imagem e texto. O senso comum consagrou a noção de multimídia não apenas à pluralidade de meios presentes no trabalho, mas à forma como o material expressivo está organizado.

Deve-se assistir aos gêneros tradicionais de ficção, ao documentário e à própria videoarte da maneira como foram montados, ou seja, o material expressivo está organizado na fita de vídeo ou na película cinematográfica com início, meio e fim. Nos trabalhos multimídia, assim como na internet, cabe ao público escolher o caminho a ser percorrido – o caminho não é linear, não há uma única forma para se

ver o trabalho. Hoje em dia, com um controle remoto na mão, pode-se mudar a ordem na qual o trabalho vai ser visto, mas algo que havia sido previsto pelos realizadores será perdido.

Multimídia é, então, a forma de organizar o material expressivo em computadores, DVDs e na internet. O realizador interessado em novos formatos – e a multimídia é um novo formato – poderá desenvolver uma ficção, um documentário ou um trabalho experimental em multimídia. A web é também um ambiente de criação multimídia, os links proporcionam uma navegação não-linear. A web-arte costuma apropriar-se de características do ambiente da internet nas obras. É ainda incipiente no Brasil, mas temos trabalhos significativos. Consulte na bibliografia sugestão de sites e comece a navegar por estes mares até então distantes. Videogames ou jogos eletrônicos também têm recebido apoio do Ministério da Cultura, como dito. Procure informar-se e descubra como brincar é coisa séria.

Conceitos

Um projeto se realiza com temas, com questões a ser tratadas em um gênero ou outro e também com conceitos. Conceitos dizem sobre o como fazer, sobre as idéias convocadas para proporcionar uma leitura diferenciada a respeito de determinadas questões. Em geral, o conceito é o diferencial do projeto, é ele quem auxilia a pensar como fazer de maneira particular, ou seja, pessoal. A escolha de uma abordagem relaciona-se com os princípios ligados aos conceitos norteadores do fazer aquele trabalho. Na defesa do projeto, buscar-se-á construir os argumentos de defesa do projeto com base em conceitos.

Conceito é uma noção ampla. As ciências sociais, humanas e a filosofia também utilizam essa terminologia. Um conceito na ciência tem pontos de aproximação e de distância com conceitos na arte. Nas ciências, os conceitos são utilizados como ferramentas para a análise de questões; na arte, como maneira de tratar uma problemática que irá se transformar em imagem. Os dois entendimentos de conceito têm em comum ser um ângulo, um ponto de vista para se olhar para o mundo, no caso de projetos, para o mundo a ser inventado por eles.

Em termos bastante amplos, um conceito, segundo Abbagnano (1999), é “todo processo que torne possível a descrição, classificação e a previsão dos objetos cognoscíveis. Assim entendido, esse termo tem significado generalíssimo e pode incluir qualquer espécie de sinal ou procedimento semântico, seja qual for a que se refere, abstrato ou concreto, próximo ou distante, universal ou individual.”

Essa definição genérica de conceito cabe para observar a diferença ao se conceituar um trabalho audiovisual, que precisa produzir sentido com base na organização dos recursos expressivos próprios deste universo – luz, ritmo, fala, som, enquadramentos...

A primeira frase do dicionário imputa ao conceito a possibilidade deste descrever e classificar os objetos cognoscíveis. Esse aspecto auxilia na realização do projeto, em pontos como argumento, sinopse e mesmo justificativa, a oferecer elementos para a visualização daquilo que se pretender fazer. Um cuidado ao realizar projetos é evitar a transposição de conceitos das ciências sociais para a arte. Esse recurso é muito comum e nem sempre auxilia no entendimento do trabalho audiovisual a ser realizado.

Conceitos importados de outra área do saber valem, principalmente, como metáfora para o campo da arte. Alguns realizadores procuram teorias para sustentar seu projeto. Pode funcionar muito bem quando o realizador sabe o que fazer, mas, quando ele não tem clareza em relação a seus objetivos, o conceito transforma-se em um recurso pedante e pouco esclarecedor.

No audiovisual, em projetos artísticos os conceitos devem emanar dos objetos ou de estratégias dos realizadores. No caso de trabalhos de ficção, o conceito é como a sua proposta vai se distinguir das diversas montagens de um trabalho. Por exemplo, vamos pensar no clássico *Romeu e Julieta*, muitas vezes visto e realizado. O que a sua visão trará de novo para o velho clássico?

Nos documentários, o papel dos conceitos é mais evidente. Existem, por exemplo, diversos trabalhos sobre a ditadura militar no Brasil na década de 1960, e o conceito é um dos dados a distinguir os filmes.

Vimos, na discussão sobre as estratégias de abordagem do tema, a vasta gama de possibilidades de lidar com os mesmos assuntos. É o conceito que trará o diferencial em termos da abordagem; da mesma maneira o conceito irá auxiliar na construção dos objetivos e da justificativa. O documentário de longa-metragem *15 Filhos*, dirigido por Marta Nehring, é um exemplo da diferença do trabalho com base no conceito. Ela é filha de preso político e entrevistou outros filhos de presos políticos. O filme é uma sucessão de falas, um acerto de contas dos filhos com suas biografias. Calçado em depoimentos, o filme tem a força de colocar uma vítima de um processo em um lugar de agente. Os outros entrevistados, também vítimas, se abrem com mais facilidade por estarem entregando o depoimento deles a alguém que teve uma experiência similar.

Em *Clandestinos*, filme também sobre a ditadura militar de Patrícia Moran, a ênfase foi o período de clandestinidade dos militantes. Como eles não se mostraram na época, o filme também não os mostra, não explicita a identidade deles. Aparecem janelas, e os entrevistados atrás delas; em outros momentos apenas a voz, ou os entrevistados embaçados e à contraluz. Ou seja, nos dois casos, os conceitos nortearão a estratégia de abordagem do tema, um tema recorrente no País, que se renova a cada novo conceito, a cada nova abordagem. Não existe tema velho, existem abordagens velhas, conceitos velhos.

Nem tudo é conceito. Tantas questões a ditadura suscita, tantas pessoas foram prejudicadas que existem diversas temáticas, mas como abordar faz a diferença, enriquece uma problemática recorrente na vida brasileira. Em Minas Gerais, por exemplo, o Vale do Jequitinhonha é lembrança recorrente dos documentaristas, não seria a hora de procurar conceituar o que será realizado, em vez de se lançar mão do constante lugar-comum sobre o binômio pobreza financeira/riqueza cultural?

Abordagem do tema ou Estratégia de abordagem

Poucos concursos costumam apresentar este item. Ele se refere, geralmente, ao tratamento em termos de visualidade, de estrutura narrativa e de relação com os entrevistados (documentário) e atores (ficção) a ser conferido ao trabalho audiovisual. O objetivo deste item é saber como o cineasta se relacionará com seu tema, com seus personagens, com as perguntas que fez nos objetivos e os porquês

da justificativa. Refere-se aos aspectos relativos, ao como fazer, que podem ser questões de linguagem e elementos formais de construção do audiovisual em geral, tais como: como o uso da luz, o ritmo que se pretende conferir ao filme, seja ele de ficção, seja documentário. Em projetos em que esse tópico não é exigido, as questões nele presentes podem aparecer tanto na justificativa – quando se defende uma investigação em termos de expressividade – quanto nos objetivos – quando se coloca o que se pretende alcançar ao experimentar tal forma.

A título de exemplo, vejamos alguns tópicos possíveis para este item. Antes de oferecer os exemplos, não devemos nos esquecer da especificidade do projeto, do contrário, pode-se correr o risco, como no caso desta apostila, de todos os leitores apresentarem projetos muito semelhantes. Lembre-se de que a criatividade de cada proponente e a especificidade de cada projeto é que lhe imprime originalidade, força própria, interesse. Em suma, levante apenas aqueles itens que, efetivamente, sejam importantes para o seu projeto, aqueles capazes de dar mais clareza a suas questões. Caso a novidade, a diferença de seu futuro trabalho em termos de linguagem ou temática, não esteja contemplada nos itens abaixo, não se acanhe, defenda seus porquês, sua especificidade.

Vamos lá.

➤ **Tamanho da equipe e estrutura de produção** – O número de profissionais que irão compor sua equipe é um retrato fiel de sua produção. Indica se você quer criar uma relação mais ou menos intimista para o filme, o que funciona bem, sobretudo no caso de documentários em que o aparato técnico pode constranger o entrevistado. Os recursos disponíveis costumam ditar o tamanho da equipe. O cineasta independente norte-americano Jim Jarmush diz que a estética provém do orçamento. Assim, *grosso modo*, pode-se concluir que uma grande equipe é sinal de uma grande produção e de um grande orçamento. Mas é sempre bom pensar que a melhor equipe é aquela de que você necessita para fazer bem aquilo a que você se propôs. Nem mais, nem menos. O cinema dinamarquês representado pelos diretores Lars von Trier e Thomas Vinterberg, conquistou visibilidade internacional com o lançamento do *Manifesto Dogma*, publicado em 13 de março de 1995. Esse manifesto pensava o produto final com base nas condições de produção. Em suma, o resultado de um trabalho tem relação com as idéias, com as opções narrativas e as condições de produção também se imprimem na imagem.

➤ **Imagens de arquivo** – Você pode fazer um filme com muitas, muitas imagens de arquivo. Por que usá-las? Para promover um diálogo delas com a realidade de hoje e, assim, produzir um contraste. Para demonstrar fatos ou idéias presentes no *off* ou na fala dos personagens. Para levar o público a experimentar o passado como lembranças suas ou dos personagens da história. Outra razão, oposta às anteriores, é fornecer uma visualidade poética para a fabulação das personagens entrevistadas, utilizando, por exemplo, imagens em Super 8 ou, simplesmente, conceituar uma visão pela rarefação de informações. Neste último exemplo, trata-se de propiciar uma experiência tátil ao espectador.

➤ **O outro fala** – Se seu filme é do gênero documentário, é possível que você utilize a entrevista, seja ela de um especialista, seja de pessoa cuja biografia contenha alguma informação relevante ao seu trabalho. Como fazer a entrevista é um dado que pode determinar um diferencial no seu projeto. Alguns realizadores procuram fazer com que a câmera desapareça trabalhando, como foi acima, com uma equipe pequena. O entrevistado poderá falar andando, parado, de lado para a câmera. O fato é que o uso da fala é um recurso expressivo importante, pois é o momento em que o personagem se expõe, se fabula, reinventa sua própria história, ocupa o papel de ator. Esse momento é o lugar de descoberta do personagem, do documentarista e, conseqüentemente, do público; logo, pensar de antemão como se irá estabelecer essa situação pode constituir um diferencial em termos de abordagem.

Outra forma de usar a voz humana pode ser, por exemplo, transformar vozes em ritmo, em música. Se você estiver diante de uma tribo que não fala o português e optar por se ater ao cotidiano do grupo, a voz humana pode ser usada apenas em sua sonoridade, o que imprimirá outra potência narrativa ao som das vozes.

A não-entrevista, o silêncio, também, pode ser uma estratégia que deve ser indicada e argumentada. Você pode preferir convocar o espectador pelo silêncio, por exemplo, ao acompanhar a relação de uma família rural com a natureza ao longo das quatro estações do ano. Pesquisar as mudanças da natureza em cada estação e mostrar como essa família se comporta, o que come, como se veste, enfim, deixar o silêncio falar. O documentário *Povos de São Paulo*, de Kiko Goifmann e Jurandir Muller, não tem uma palavra falada, o que se justifica pela estratégia de abordagem adotada para o filme. Trata-se de um trabalho sobre grupos de diversas nacionalidades que vivem na capital paulista. Os grupos são apresentados por músicas e por sons. A figura central do documentário é o músico Lívio Tratemberg, que anda pela cidade com um grande microfone captando os sons dos povos de São Paulo – do som de uma frigideira até dançarinos. Em suma, a estratégia de abordagem é sobre o como fazer, o olhar que você pretende lançar para a sua questão, para o seu tema.

Estrutura de um projeto

Não existe projeto-padrão. Os tópicos que se seguem atendem à maioria dos editais para trabalhos audiovisuais, mas, para você ter certeza, leia atentamente a íntegra do edital, eventualmente penoso, mas fundamental para entender sua solicitação. Um filme de ficção tem projeto diferente do documentário. Os dois projetos têm em comum se referirem a uma obra audiovisual a ser realizada, a uma idéia e a um conceito a desenvolver. Na ficção, toda a argumentação do projeto parte daquilo que se pretende em termos poéticos e está presente no roteiro. O conceito deve originar-se das idéias e de suas estratégias materializadas no roteiro e utilizadas, principalmente, no argumento e na justificativa.

No documentário, não há como prever o que irá acontecer. A argumentação é uma projeção de expectativas, de interesses, de indagações sobre o objeto, o sujeito, o acontecimento ou a comunidade para a qual o documentarista dirige seu olhar. A abordagem do tema é outro dos sustentáculos do documentário.

Sinopse

A rigor, a sinopse é o resumo dos acontecimentos do filme de ficção. É o resumo da ação central do filme, o qual deve ser muito bem redigido, de preferência com uma linguagem análoga ao tom do filme. Se o filme for de suspense, uma sinopse que desperte curiosidade sobre o desenrolar da trama começa a construir no leitor o interesse de conhecer o roteiro, indica alguma situação e a deixa em suspenso – isso é suspense.

O mesmo vale para o filme de terror, para a comédia e também para trabalhos poéticos em que há poucos acontecimentos. Neste último caso, não é possível fazer um resumo; a sinopse pode ser um comentário sobre o tom do filme e sobre suas estratégias. Na falta de conflito, a sinopse tem como estratégia possível indicar com alguma descrição ou fato significativo, uma situação relevante para o filme e indicativa de sua proposta.

Se o resumo tem três frases curtas ou uma frase longa, estamos diante da *story line*. Ela designa o enredo e a trama de uma história em linhas bem gerais. Perguntar pela *story line* é uma boa maneira de saber se há algo a ser dito. Vamos à *story line* de *Romeu e Julieta*: “Um jovem casal cujas famílias são inimigas se apaixona. Proibidos de viver seu grande amor, desesperam-se, o que acarreta no fim trágico do casal com o suicídio”.

Existem diversos tamanhos de sinopse. Elas podem ter uma lauda ou um parágrafo. Grandes festivais de cinema costumam solicitar três sinopses para cada filme. A *story line* para sair em folhetos da programação, uma de um parágrafo para o catálogo do evento e outra de uma lauda para ser entregue à imprensa.

Costuma-se dizer que a melhor sinopse é a menor. Essa idéia procede, em parte. É um facilitador para a vida do júri, pois ele vai ler muitas páginas. Se para ser feita uma sinopse curta algumas idéias centrais do filme precisam ficar de fora, talvez valha a pena um texto mais longo. Mas é sempre bom ter cuidado com textos longos, pois, se não estiverem bem redigidos, você pode ser abandonado pelo leitor no primeiro parágrafo.

Sinopse resumida

Romeu e Julieta se apaixonam logo ao se conhecerem. A concretização de seu amor terá de vencer a inimizade histórica entre suas famílias, Montéquio e Capuleto. Ao descobrir o amor e o namoro do jovem casal, os pais de Julieta lhe arranjam um casamento. A jovem sofre e, com a ajuda de sua ama e do frei Lourenço, tenta evitar se casar. A união do belo e jovem casal não se realiza, mas o destino reservou um fim trágico para o amor de Romeu e Julieta. Em virtude de desencontro de informações, Romeu acredita na morte de sua amada e se suicida. Ao saber da morte de Romeu, Julieta tira a própria vida.

Sinopse desenvolvida

Na Verona do século XV, as poderosas famílias Montéquio e Capuleto são inimigas históricas. O velho Capuleto dá uma grande festa na qual o Montéquio Romeu entra disfarçado. Apaixona-se de imediato por Julieta, uma Capuleto. Ela também se encanta com Romeu e, na varanda de seu quarto, declara às estrelas o segredo de seu amor proibido. Romeu, escondido nuns arbustos por baixo da varanda, ouve as confissões da amada e não resiste. Apresenta-se à Julieta e diz-lhe que também está apaixonado por ela. Num ímpeto, decidem se casar no dia seguinte e pedem ao frei Lorenço que realize a cerimônia em segredo. Mesmo contando com a cumplicidade do frei e da ama de Julieta, o jovem casal enfrenta a resistência da família. Os Capuletos obrigam Julieta se casar com um conde. Desesperada, Julieta inventa ter cometido um suicídio, com a aquiescência de sua ama e do frei. Romeu não sabia tratar-se de uma farsa e põe fim à sua vida. A tragédia se completa quando Julieta, para juntar-se a Romeu, também põe fim à própria vida. Na morte, eles conseguem se unir.

Argumento

Muito confundido com a sinopse, o argumento é a defesa do enredo. Nem sempre o argumento é solicitado em editais, mas é uma ferramenta preciosa para quem vai escrever um longa-metragem, pois auxilia na organização da história, obriga o roteirista a pensar as estratégias apropriadas para contá-la, relaciona os núcleos dramáticos e, até mesmo, indica as nuances estéticas que se pretende dar ao filme.

Nos concursos para o desenvolvimento de roteiros de longa-metragem costuma-se solicitar o argumento. Nesses casos, você deverá apresentar sua história com o núcleo central da ação dramática, conhecido nos manuais de roteiro como plot. Assim, o argumento contém o desenvolvimento de sua trama no tempo e no espaço, a caracterização dos personagens principais e os pontos de mudança da ação do filme.

Justificativa

Por que tal filme é importante? Qual a sua relevância? Ou seja, você defenderá e indicará a relevância das idéias que serão explicitadas nos objetivos. Em termos poéticos e estéticos, você deve argumentar o porquê da necessidade de esse filme ser feito. Qual é o seu diferencial? – se é inédito, se é pioneira a proposta de experimentação, se aborda um assunto importante na história do país, de um Estado, e que estava abandonado... Outro viés para abordar o ineditismo é a experimentação de uma ferramenta, de um recurso técnico pouco utilizado.

Na justificativa, a defesa do projeto pode ser mais ampla do que as proposições de ordem estética e poética. A Petrobras, em suas informações sobre como o projeto deve ser preenchido, sugere as

respostas das seguintes perguntas: “Por que tomou a iniciativa de realizar o Projeto? Que circunstâncias favorecem sua execução?” Ou seja, procura-se aí uma defesa da viabilidade do projeto ou mesmo da urgência de executá-lo. Por exemplo, a energia elétrica vai chegar até um município e você pretende fazer um documentário sobre a chegada da luz numa comunidade rural afastada. A raridade da situação e a iminência do evento valeram certamente na justificativa do projeto *Vão dos Buracos*, de Aline Mineiro e Malu Tavares, que virou filme em 2006 com recursos do DOC TV.

Você já sabe o que é uma justificativa: é dizer sobre os porquês do projeto, por que ele deve ser realizado. Antes de responder ao porquê, leia o edital e veja se ele explicita o que é justificativa, como ele quer que você justifique suas escolhas. A proposta deste manual é fazer com que as pessoas aprendam a fazer um projeto, mas não é uma garantia, afinal, dicas e estratégias de trabalho não são receitas de aprovação.

Itens que podem ser utilizados como um mote inicial para construir argumentos sobre a justificativa, sobre por que o filme merece ser realizado:

- Relevância do tema para a sociedade, por se tratar de uma questão contemporânea.
- Importância em termos de linguagem.
- Quando estamos diante de um personagem, a importância dele para a comunidade, para o país, etc.
- Recuperar uma discussão, uma questão, um personagem, um problema esquecidos constitui os famosos filmes de resgate. Cuidado com esses filmes! É importante provar a relevância do tema, da discussão proposta. Não se deixe cegar pela paixão pelo tema; você precisa falar sobre ele, ele não fala por si.
- Os porquês da abordagem também são itens da justificativa.

Em suma, a justificativa é o lugar da defesa dos porquês, sejam eles de ordem social, pessoal e de investigação de linguagem.

Objetivo

Aí você deverá dizer o que será realizado e parte das estratégias adotadas para tal. Se na justificativa defende-se e explica-se o porquê, aqui há o esclarecimento do que será feito de forma objetiva e direta.

Os objetivos podem ser lidos como continuidade (extrato, essência) da justificativa. Se lá você se dedica a mostrar a relevância do seu trabalho, aqui você o detalha e diz o que você pretende com ele em termos sociais e de linguagem. Você imagina um caminho e como irá percorrê-lo. Em geral, os objetivos se referem ao projeto e ao alcance social, cultural e artístico que ele pode alcançar.

Público-alvo

Esse item não costuma aparecer em concursos públicos. É comum em concursos no qual o investimento é alto, pois interessa saber quem é o público ao investidor. É obrigatório na Lei Estadual (MG), na Lei Rouanet, nos concursos da Ancine, BNDES e no projeto a ser enviado ao patrocinador. Estamos falando de um patrocinador, em geral da iniciativa privada, que vai associar a imagem de seu projeto a um trabalho, por isso tem interesse em saber a quem o projeto se dirige.

Para um projeto voltado para o patrocinador que terá isenção fiscal, o que vale são textos curtíssimos, bem redigidos, e uma ilustração para exemplificar com imagens o que você pretende fazer.

A definição de quem é seu público se relaciona com a temática do trabalho e o tom dele. Se você fizer um filme sobre futebol, todos os torcedores interessados no assunto são seus públicos potenciais. Um filme sobre crianças poderá ter nos educadores um público potencial e você pode/deve desenvolver estratégias para alcançar o seu público.

Captação de recursos

Há profissionais especializados em captar recursos. Eles ganham uma porcentagem do valor do projeto que gira em torno de 10% para cima. Verifique quanto a lei autoriza e se associe a um captador. Se você tiver contatos, pode fazer esta parte do trabalho. Alguns diretores e produtores de filmes e vídeos são seus próprios captadores, mas não é essa a regra. Consiga alguém para conseguir os recursos para você fazer o seu trabalho, que é a realização.

Plano de produção

Refere-se ao cronograma em uma grande escala, ou seja, a todas as etapas do trabalho. No caso do audiovisual, o plano precisa prever quatro fases: **pré-produção**, momento em que se contrata a equipe e se organiza como vai ser a filmagem; **produção**, momento em que as filmagens/gravações são realizadas; **desprodução**, quando o equipamento é devolvido e os cachês dos técnicos e artistas pagos – essa etapa não precisa durar mais do que uma semana em grandes trabalhos; e **finalização** ou **pós-produção**, que envolve a montagem de imagem, de som e a edição de som. A realização da música, dos letreiros e de créditos iniciais, alguma animação ou trucagem são também etapas de finalização ou pós-produção. No caso de cinema, é mais complicado, dada a quantidade de laboratórios necessários. O plano de produção, além de organizar o trabalho, torna visível quanto se gastará em cada etapa da realização do filme.

Vejamos um exemplo de um plano de produção de um documentário de curta-metragem a ser rodado em vídeo e finalizado em película. Essa é uma situação comum em concursos de curta-metragem do Ministério da Cultura.

Plano de produção – Documentário

(Deve iniciar-se após a assinatura do contrato)

1. Primeiro mês

- O diretor começa a conversar com os depoentes em potencial, apresentando-lhes o projeto.
- Complementação da pesquisa temática.
- Confirmação de locações e da estrutura das questões que vão ser tratadas.
- Concluir pesquisa iconográfica em acervos particulares já localizados.
- Começar propostas de permuta.

2. Pré-produção – Três semanas: contratação de equipe, locação de equipamento, realização de plano de filmagem e propostas de permuta, etc.

3. Produção – Duas semanas: filmagem.

4. Desprodução – Dois dias: devolver equipamento, pagar equipe, enviar cartas de agradecimentos.

5. Produção de finalização – Uma semana: definir local de montagem, revelação e telecinagem.

6. Finalização

- Montar imagem: três semanas.
- Intervalo de uma semana para acertos sobre música.
- Edição de som e mixagem: uma semana.
- Kinescopagem: quinze dias.
- Duas semanas de reserva técnica para possíveis imprevistos.
- Primeira cópia e telecinagem: Beta Digital, Beta analógico, mini-DV: uma semana.
- Cópias de DVDs.

7. Prestação de contas

8. Lançamento

Plano de produção – Vídeo experimental

(Deve iniciar-se após a assinatura do contrato)

1. Pré-produção – Duas semanas: contratação de equipe, locação de equipamento, realização de plano de filmagem.

2. Produção – Uma semana: gravação.

3. Desprodução – Dois dias: devolução do equipamento, pagamento da equipe.

4. Finalização

- Montar imagem: três semanas.
- Intervalo de uma semana para acertos sobre música.
- Uma semana de reserva técnica para possíveis imprevistos.
- Edição de som e mixagem: uma semana.

5. Prestação de contas

6. Lançamento

Plano de produção – Curta-metragem rodado em 35 mm.

(Deve iniciar-se após a assinatura do contrato)

1. Pré-produção – Três semanas.

- Preparação da filmagem: definir locação, fechar o elenco, aluguel de equipamento e contratação da equipe técnica.

2. Produção – Uma semana.

- Filmagem: três dias. (dificilmente o orçamento permite que exceda a uma semana.
- Desprodução: quatro dias.

Devolução de equipamento e de objetos de cena. Pagamento da equipe. Mandar material para revelar. Fazer listas de agradecimentos e créditos para constar na ficha técnica.

3 – Finalização – Nove semanas.

- Capturar imagens e fazer locuções: uma semana.
- Edição de imagens: duas semanas.
- Uma semana livre para a criação e a realização de trilha e arte para créditos.
- Edição de som: uma semana.
- Montagem de negativo e da primeira cópia: duas semanas.
- Duas semanas de reserva técnica.
- Telecine e cópias para Beta e DVDs.

Planejamento das filmagens

Para fins didáticos, vamos conhecer uma análise técnica, processo que permite organizar tudo de que você precisa para o roteiro ser realizado, cena a cena. Com base em uma análise técnica é que se faz o plano de filmagem ou produção. Por meio dela podemos calcular o tempo de filmagem e levantar os itens necessários para tal.

A análise técnica é feita pelo assistente de direção e pelo diretor, isso nas grandes produções. Em produções médias e pequenas, pelo diretor e pelo produtor.

A análise técnica, portanto, auxilia a organizar as necessidades de produção e direção do filme. Entendemos por necessidade de produção tudo aquilo que precisa ser motivo de planejamento de ações para possibilitar que, na hora da filmagem, tudo de que se precisa na cena esteja à mão, do ator ao figurino, da autorização para filmagem naquela determinada locação à água para equipe. As necessidades de direção são de ordem mais estética, como definir que as filmagens irão ocorrer em tal horário porque a luz do sol naquele período está mais adequada ao que se quer da cena, definir que tipo de equipamento (maquinaria) ele pretende para obter tal movimento de câmera... A análise técnica contém, ainda, o tempo destinado a cada seqüência, permitindo que a duração da filmagem seja estimada.

Com base na análise técnica, organiza-se o plano de filmagem, ou seja, o que se filma todo dia, o que se filma a cada hora. Estamos no mundo do ideal, por isso é sempre prudente uma margem de erro e de tolerância. Existem diversas possibilidades de análise técnica, mas vamos citar apenas dois modelos.

Análise técnica

Seqüência: cena:
Resumo:

Data: // () Dia () Noite	Horário: () Interior () Exterior
Locação:	Personagens:
Elenco:	Figurino:
Objetos de cena:	Objetos de produção:
Luz:	Maquinário:

Análise técnica

SEQ.	NOME	AMBIENTE	LUZ	PÁGS.	DATA
			I / E D / N		

RESUMO	T. FILMAGEM

PERSONAGENS	INTÉRPRETES	FIGURINO

FIGURAÇÃO:

CENOGRAFIA	OBJETOS DE CENA

EFEITOS ESPECIAIS	VEÍCULOS/ANIMAIS

PRODUÇÃO:

ELÉTRICA/MAQUINÁRIA	SOM

OBSERVAÇÕES

Logística de produção

A logística de uma produção depende, acima de tudo, dos recursos disponíveis. O bom produtor – e em alguns trabalhos o bom diretor – é aquele que consegue adequar suas demandas aos recursos disponíveis.

Cada projeto é tratado pelas empresas prestadoras de serviços – os laboratórios, as locadoras de equipamentos de luz e câmera e as empresas de finalização – de acordo com a negociação do produtor. As empresas raramente disponibilizam valores; a negociação é por pacote, ou seja, pelo filme ou vídeo. Para auxiliar na realização do orçamento, relacionamos, a seguir, alguns valores recolhidos com as empresas, mas, geralmente, superestimados por elas. No momento da negociação, valem os recursos alocados por você para aquele serviço e a disponibilidade deles na empresa.

Exemplo de orçamento

No site da Ancine (www.ancine.gov.br), você encontra um modelo completo para a produção de filmes de longa-metragem em película.

Segue um exemplo de um orçamento para a produção em formato digital linear. Como você pode ver, está listado nele o valor do figurinista e do maquiador. Logo, este é um modelo de um orçamento para ficção ou videoarte.

Orçamento analítico

(Em reais)

Equipe técnica

- Direção
- Diretor de produção
- Direção de fotografia.....
- Técnico de som
- Assistente de produção
- Cenografia
- Assistente de direção
- Figurino/maquiagem/cabelo (se houver elenco).....
- Eletricista
- Montador

- Computação e arte para créditos
 - Trilha
 - Autoração de DVD.....
- SUBTOTAL

Elenco e figuração

SUBTOTAL

Locação de equipamento

- Câmera HDV ou DV completa (com tripé, baterias e vídeo assist.).....
 - Equipamento de som.....
 - Luz (refletores, tripés, garras, rebatedor, etc.).....
- SUBTOTAL

Edição de som

- Locução.....
 - Gravação e edição de trilha.....
 - Edição/Mixagem (técnico e laboratório)
- SUBTOTAL

Despesas de produção

- Alimentação equipe e elenco.....
- Kombi (tempo da filmagem, avaliar se vale a pena na pré-produção).....
- Gastos com cenário.....
- Gastos com fotografia (fita crepe, gelatina, etc.).....
- Telefone, correio e papelaria.....
- Gasolina.....
- Dez fitas DV.....
- Cento e cinquenta DVDs.....

- Gráfica rápida para a arte do DVD.....

SUBTOTAL

Administração (7% do valor do orçamento)

TOTAL GERAL

Os valores dos cachês e serviços ficam na margem direita da folha. Os valores dos salários têm na tabela do sindicato o piso, ou seja, os valores mínimos. O mercado pode aumentar esses valores. Fornecemos, a seguir, valores de serviços para uso em aula. Ao realizar um orçamento, entre em contato com alguma das empresas abaixo.

Tabelas de preços para a realização dos orçamentos

Empresas locadoras de equipamento Equipamento de câmera de cinema

• JKL – São Paulo

Cameras + Kits Lentes + Tripes c/ cabeça, completo

35mm

ARRIFLEX III

ADL4

R\$ 4.500/dia

R\$ 13.500/semana

16mm

SR3

R\$ 3.500/dia

R\$ 10.500/semana

• Laboratórios de imagem – Link digital – Rio de Janeiro

Telecine *on line*: R\$ 700,00 hora

Telecine *off line*: R\$ 550,00 hora

Avid c/ operador: R\$ 100,00 hora

Estação Fire SD (*on line*): R\$ 450,00 hora

Color grading SD (*tape to tape*): R\$ 600,00 hora

Color grading HD (tape to tape): R\$ 800,00 hora
 Import. de material vindo de Hardisk: R\$ 300,00 hora

• **Casablanca – Rio de Janeiro**

Longa-metragem

- Revelação normal e limpeza ultra-sônica metro: 1,26
- Revelação com *u stop* e limpeza ultra-sônica metro: 1,32
- Preparação para telecine: R\$ 42,00 a cada 600 metros
- *Punchs:* R\$ 42,00 a cada 600 metros
- Telecine *off line:* R\$ 500,00 hora
- Telecine *on line:* R\$ 600,00 hora
- *Tape to tape:* R\$ 600,00 hora
- *AVID off line:* R\$ 100,00 hora sem operador
- *AVID on line:* R\$ 200,00 hora sem operador

• **Negativos e equipamentos para luz**

Claquete Cine Arte – Belo Horizonte

Negativo 35 mm 100 asas (400 pés/121 M/5 min) R\$ 527,00
 Negativo 35 mm 500 asas (400 pés /121 M/5 min) R\$ 586,00
 Negativo 16 mm 100 asas (400 pés /121 M/10 min) R\$ 294,00
 Negativo 16 mm 100 asas (400 pés /121 M/10 min) R\$ 331,00

Gelatinas para efeitos Ecolourfolha 50 x 60 cmR\$ 12,00

Gelatina para efeito Supergelfolha 50 x 61 cmR\$ 23,00

Gelatina de correção Cinegel (CTB /CTO)metro 1 x 1.22 cmR\$ 80,00

• **Edição de som**

JLS – São Paulo

Transferência de mídia digital: R\$ 350,00
 Masterização: R\$ 800,00 (rolo de 21 min)
 Mixagem: R\$ 250,00 hora (entre 6 e 10 horas)

• **Rec Estúdio – Belo Horizonte**

Edição com sonorização, mixagem, masterização e *backup*.....R\$ 4.000,00

Tabelas salariais: STIC e SINDCINE

STIC – Brasil (disponível em: <http://www.stic.com.br/>)

Tabela da Convenção Coletiva de Trabalho para 2007/2008
Para profissionais de longa, média e curta-metragens
Vigente de 1º de maio de 2007 a 30 de abril de 2008

(continua)

FUNÇÕES	VALOR SEMANAL EM R\$
10 ASSISTENTE CÂMERA/FOQUISTA	R\$ 1.065,75
10 ASSISTENTE DE DIREÇÃO	R\$ 1.065,75
10 ASSISTENTE DE PRODUÇÃO	R\$ 901,79
20 ASSISTENTE DE CÂMERA	R\$ 737,83
10 ASSISTENTE DE DIREÇÃO	R\$ 712,88
20 ASSISTENTE DE PRODUÇÃO	R\$ 737,83
ASSISTENTE DE CABELEIREIRO	R\$ 491,89
ASSISTENTE DE CENOGRAFIA	R\$ 737,83
ASSISTENTE DE MONTADOR/EDITOR	R\$ 737,83
ASSISTENTE DE FIGURINISTA	R\$ 737,83
ASSISTENTE DE MAQUIADOR	R\$ 491,89
ASSISTENTE DE SOM	R\$ 737,83
CABELEIREIRO	R\$ 901,79
CAMAREIRA	R\$ 573,87
CENÓGRAFO	R\$ 1.311,71
CONTINUÍSTA	R\$ 901,79
CENOTÉCNICO	R\$ 901,79
CONTRA-REGRA	R\$ 737,83
ASSIST. CENOGRAFIA/COMERCIAL	R\$ 901,79
DIRETOR DE ANIMAÇÃO	R\$ 2.131,52
DIRETOR CINEMATOGRAFICO	R\$ 2.131,52

(continua)

FUNÇÕES	VALOR SEMANAL EM R\$
COSTUREIRA	R\$ 491,89
DIRETOR DE ARTE	R\$ 1.475,66
DIRETOR DE FOTOGRAFIA	R\$ 1.475,66
DIRETOR DE FOTOGRAFIA/OP. DE CÂMERA	R\$ 2.016,75
OPERADOR DE CÂMERA	R\$ 1.311,71
DIRETOR DE PRODUÇÃO	R\$ 1.475,66
DUBLÊ (POR CENA)	R\$ 573,87
EDITOR	R\$ 1.425,76
ELETRICISTA	R\$ 901,79
ELETRICISTA CHEFE	R\$ 1.065,75
ESTAGIÁRIO (MENSAL)	R\$ 212,37
FIGURINISTA	R\$ 1.328,10
STILL	R\$ 737,83
MAQUIADOR	R\$ 983,79
MAQUINISTA	R\$ 901,79
MAQUINISTA CHEFE	R\$ 1.065,75
MICROFONISTA	R\$ 983,79
MONTADOR	R\$ 1.475,66
PRODUTOR EXECUTIVO	R\$ 1.885,57
ROTEIRISTA (POR OBRA)	R\$ 10.165,74
SECRETÁRIA DE PRODUÇÃO	R\$ 491,89
TÉCNICO EM EFEITOS ESPECIAIS	R\$ 1.065,75
TÉCNICO DE SOM DIRETO	R\$ 1.475,66
BOY DE SET	R\$ 203,00
COORDENADOR DE DIREÇÃO	R\$ 1.065,75
PRODUTOR DE ARTE	R\$ 901,79

(conclusão)

FUNÇÕES	VALOR SEMANAL EM R\$
PRODUTOR DE CENOGRAFIA	R\$ 901,79
ACOMPANHANTE DE EQUIPAMENTOS	222,60
ASSISTENTE DE MANUTENÇÃO	315,36
<i>CABO MAN</i>	222,60
DIRETOR ARTÍSTICO	1.020,32
DIRETOR DE GRAVAÇÃO	1.298,57
DIRETOR DE VT	834,80
DIRETOR MUSICAL	649,28
EDITOR DE VÍDEO	964,68
ILUMINADOR	834,80
OPERADOR DE ÁUDIO	834,80
OPERADOR DE <i>BOOM</i>	278,24
OPERADOR DE CÂMERA	834,80
OPERADOR DE EDIÇÃO (EDITOR EM VÍDEO)	649,28
OPERADOR DE MESA DE CORTE	556,53
OPERADOR DE VÍDEO	834,80
SONOPLASTA	556,53
SUPERVISOR DE OPERAÇÕES	1.205,82
TÉCNICO DE EXTERNA	834,80
TÉCNICO EM MANUTENÇÃO	463,77
TÉCNICO EM SOM DIRETO	1.019,68

Tabela para profissionais em vídeo

Portaria nº 3.405/78

Vigente de 1º de maio de 2007 a 30 de abril de 2008

FUNÇÕES	VALOR SEMANAL EM R\$
ACOMPANHANTE DE EQUIPAMENTOS	222,60
ASSISTENTE DE MANUTENÇÃO	315,36
<i>CABO MAN</i>	222,60
DIRETOR ARTÍSTICO	1.020,32
DIRETOR DE GRAVAÇÃO	1.298,57
DIRETOR DE VT	834,80
DIRETOR MUSICAL	649,28
EDITOR DE VÍDEO	964,68
ILUMINADOR	834,80
OPERADOR DE ÁUDIO	834,80
OPERADOR DE BOOM	278,24
OPERADOR DE CÂMERA	834,80
OPERADOR DE EDIÇÃO (EDITOR EM VÍDEO)	649,28
OPERADOR DE MESA DE CORTE	556,53
OPERADOR DE VÍDEO	834,80
SONOPLASTA	556,53
SUPERVISOR DE OPERAÇÕES	1.205,82
TÉCNICO DE EXTERNA	834,80
TÉCNICO EM MANUTENÇÃO	463,77
TÉCNICO EM SOM DIRETO	1.019,68

Tabela de Piso Salarial para profissionais em longa, média e curta- metragem – 2007

(continua)

FUNÇÕES	VALOR SEMANAL EM R\$
01 – DIRETOR CINEMATOGRAFICO	2.200,79
02 – 1º ASSISTENTE DE DIREÇÃO	971,69
03 – 2º ASSISTENTE DE DIREÇÃO	549,62
04 – CONTINUÍSTA	810,51
05 – ROTEIRISTA (PELO ROTEIRO DE UM LONGA-METRAGEM)	18.065,53
06 – PESQUISADOR CINEMATOGRAFICO	1.331,14
07 – PRODUTOR EXECUTIVO	1.951,50
08 – DIRETOR DE PRODUÇÃO	1.452,89
09 – 1º ASSISTENTE DE PRODUÇÃO	810,51
10 – 2º ASSISTENTE DE PRODUÇÃO	549,62
11 – CONTRA-REGRA	374,54
12 – SECRETÁRIA DE PRODUÇÃO	549,62
13 – DIRETOR DE FOTOGRAFIA	1.452,89
14 – DIRETOR DE FOTOGRAFIA/OPERADOR DE CÂMERA	1.951,50
15 – OPERADOR DE CAMERA ou OPERADOR DE HD	1.331,14
16 – 1º ASSISTENTE DE CÂMERA	1.031,99
17 – 2º ASSISTENTE DE CÂMERA	620,36
18 – OPERADOR DE VIDEOASSISTENTE	374,54
19 – FOTÓGRAFO DE CENA (STILL)	620,36
20 – ELETRICISTA OU MAQUINISTA CHEFE	1.031,99
21 – ELETRICISTA OU MAQUINISTA	810,51
22 – TÉCNICO DE EFEITOS ESPECIAIS	1.031,99
23 – OPERADOR DE GERADOR	810,51
24 – DIRETOR DE ARTE	1.452,89

(conclusão)

FUNÇÕES	VALOR SEMANAL EM R\$
25 – CENÓGRAFO	1.331,14
26 – FIGURINISTA	1.331,14
27 – ASSISTENTE DE CENÓGRAFO	620,36
28 – ASSISTENTE DE FIGURINISTA	810,51
29 – CENOTÉCNICO	810,51
30 – ASSISTENTE CENOTÉCNICO	549,62
31 – ADERECISTA	620,36
32 – CABELELEIRO / MAQUIADOR	810,51
33 – MAQUIADOR DE EFEITOS ESPECIAIS	971,69
34 – ASSISTENTE DE MAQUIADOR E CABELEIREIRO	374,54
35 – CAMAREIRO OU GUARDA ROUPEIRO	547,30
36 – COSTUREIRA	374,54
37 – MARCENEIRO	420,91
38 – PINTOR	420,91
39 – TÉCNICO DE SOM DIRETO	1.452,89
40 – TÉCNICO DE SOM GUIA	971,69
41 – MICROFONISTA	810,51
42 – EDITOR / MONTADOR	1.452,89
43 – ASSISTENTE DE EDITOR / MONTADOR	620,36
44 – DIRETOR DE ANIMAÇÃO	1.951,50
45 – ANIMADOR	1.237,22
46 – ARTE-FINALISTA	1.331,14
47 – ASSISTENTE DE DIRETOR DE ANIMAÇÃO	448,74
48 – ASSISTENTE DE ANIMAÇÃO	374,54
49 – ASSISTENTE DE ANIMADOR	354,82
50 – ESTAGIÁRIO	121,75

Direitos autorais

O advogado é uma figura necessária para se consultar sobre direito de uso de imagem, de música, etc. Vale ter no orçamento uma assessoria jurídica, pois o advogado ajuda na redação dos contratos e dirime dúvidas sobre seu encaminhamento legal. O advogado a ser consultado deve ser uma pessoa que conheça sobre o assunto, ou seja, um especialista em Direito Autoral.

Para enviar projetos para concursos, você precisa ser autor do projeto. Caso o roteiro seja seu, deve registrá-lo na Biblioteca Nacional, no link Procedimento para Registro de Obras Intelectuais, do site <http://www.sindescritores.hpg.ig.com.br/direitosautorais.html>. Caso o roteiro seja de algum amigo, ele precisa redigir uma carta conferindo ao diretor ou empresa produtora do filme o direito de uso do roteiro para a produção. Quando você conseguir os recursos para a realização do filme, paga ao seu escritor aquilo que foi previamente acertado. Ao entrar em concursos, veja suas normas e as exigências com relação aos documentos que deverão ser apresentados referentes aos Direitos Autorais.

Se você estiver realizando uma adaptação literária, precisa da autorização do autor do texto original. Caso ele tenha falecido, os herdeiros detêm os direitos da obra; é a eles que você deverá recorrer. O valor de um texto depende de fatores de mercado, tais como a notoriedade do escritor e o alcance de vendagem do livro. Mas, a rigor, é o autor quem estabelece o valor do seu texto. Alguns escritores podem autorizar o uso de sua obra por um valor viável para o produtor; outros costumam não cobrar de curtas, trabalhos experimentais curtos em vídeo, etc.

Apresentação do projeto

Começando pelo final, ou por aquilo que é observado à primeira vista, cuide da aparência do seu projeto. Anexe fotos da locação, do elenco com o qual você pretende trabalhar e que já aceitou participar do projeto, etc. Não se esqueça de cuidar da arte final: aquilo que está sendo apresentado tanto na apresentação visual quanto no conteúdo e recursos visuais extras para dar visibilidade ao seu projeto. Lembre-se: quem vê cara, vê coração. Os programas abaixo citados, todos livres, podem ajudá-lo na apresentação de suas idéias.

Também é bom ter em mente que muita gente boa está sempre tentando ganhar. Hoje a concorrência é pesada, mas as oportunidades são maiores. Não desista se na primeira vez você não for contemplado; a vida é longa. Boa sorte.

Leis de renúncia fiscal

Lei Rouanet

http://www.cultura.gov.br/apoio_a_projetos/lei_rouanet/index.html

Lei Estadual

<http://www.cultura.mg.gov.br/?task=interna&sec=2&cat=48&con=536>

Lei Municipal

Verifique se há alguma em seu município.

Sites dos prêmios e concursos

Filme em Minas

<http://www.cultura.mg.gov.br/?task=interna&sec=2&cat=48&con=548>

Petrobras Cultural

<https://www2.petrobras.com.br/cultura/ppc/index.asp>

Premio Sergio Motta

<http://www.premiosergiomotta.org.br/>

DOC TV

<http://www.tvcultura.com.br/doctv/>

Itaú Cultural

<http://www.itaucultural.org.br/>

Consulte regularmente os sites do Ministério da Cultura, onde existem diversas categorias de premiação. Consulte, ainda, o site da Secretaria de Estado. Além do Filme em Minas, há ainda o Fundo Estadual de Cultura, que premia projetos com recursos financeiros em diversas categorias.

Softwares úteis para a realização de um projeto

Celtx – <http://www.celtx.com/> – Programa gratuito de pré-produção. Possibilita a escrita e a formatação de roteiros e *storyboards*, a organização de materiais pesquisados e a sistematização de cronogramas de filmagens. Não trabalha com custos e orçamentos, mas existem outros programas mais direcionados a cada estágio da produção disponíveis na internet.

Sketch up – <http://www.sketchup.com/> – Programa gratuito da Google para desenhar cenários e objetos em 3d. É fácil de aprender e vem com diversos tutoriais e exercícios práticos. É uma boa ferramenta para você mostrar visualmente o que deseja com seus projetos. No caso de instalações ou eventos, pode ser muito útil.

Veja duas imagens de instalações extraídas do site

<http://www.benayoun.com/>



Bibliografia comentada

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Essencialmente teórico. Discute, dentre outras questões, noções de gênero ao longo da literatura. Exige do leitor iniciação com algumas correntes teóricas e capacidade de abstração.

COMPARATO, Doc. *Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão*. Rio de Janeiro: Nórdica, 1983. Prático. Manual de roteiro. Simples e direto. Estilo de roteiro clássico. A mesma escola do fazer de Syd Field.

DANCYGER, Ken. *Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática*. 2ª. tir. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

Histórico e prático. Traça uma genealogia de escolas e do equipamento de montagem. Bastante atual e esclarecedor do estado da arte.

FIELD, Syd. *Manual do roteiro*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

_____. *Os exercícios do roteirista*. Tradução: Álvaro Ramos. 2. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996.

O primeiro título é semelhante ao livro de Doc Comparato. O segundo traz uma série de exercícios para treinamento do futuro roteirista. Indicado para dinâmica de grupo.

KELLISON, Cathrine. *Produção e direção para TV e vídeo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Prático. Vale pelas tabelas.

MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

Teórico e histórico sobre a televisão e a arte do vídeo. Clássico de leitura agradável oferece um panorama da arte do vídeo até os anos 80.

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

Teórico. Classifica as principais escolas do documentário em todo o mundo. Leitura agradável.

MOURA, Edgar. *50 anos: luz: câmera e ação*. São Paulo: Senac, 1999.

O autor dirigiu diversos longas-metragens no cinema nacional. Voltado especialmente para a educação do olhar para a fotografia, apresenta alguns aspectos de uma produção de cinema.

WATTS, Harris. *On câmera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo, Summus, 1990.

Manual inglês destinado a receber estudantes de comunicação para estágio na TV. Claro e direto com dicas sobre planejamento e produção. Auxilia, ainda, diretor e produtor a relacionar as idéias do projeto à estrutura financeira.

Referências

ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2005.

Sites técnicos e de repertório

<http://rhizome.org/art/> – Site pioneiro que reúne inúmeros trabalhos e artistas de web art de todo o mundo – com acesso às obras.

<http://www.pacc.ufrj.br/web-arte/> – Portal com indicações e ensaios sobre webart.

<http://www.file.org.br/> – Eletronic Language International Festival – Documenta as edições do festival, possui o registro de obras apresentadas)

http://www.itaucultural.org.br/arte_tecnologia/weba_pe.htm – Definição de webart e indicações de Arlindo Machado e Ricardo Anderáos.

<http://www.fabiofon.com/webartenobrasil/> – Site de um pesquisador que apresenta exemplos de *web-art* brasileira e traz alguns conceitos e noções.

<http://www.overmundo.com.br/> – Site que discute questões da cultura brasileira.

<http://www.vispo.com/misc/BrazilianDigitalPoetry.htm> – Espécie de catálogo de arte digital brasileira.

<http://www.videoart.net> – Centenas de vídeos – de curtas de ficção a novos formatos. Bom para assistir.

<http://www.zkm.de/> – Centro de Arte e Mídia – com inúmeros trabalhos de instalação interativa e vídeos. Referência internacional de arte e tecnologia – em inglês e alemão.

Curta o curta – <http://www.curtaocurta.com.br/> – Site de divulgação de curtas-metragens, com um grande acervo disponível para ser visto na internet, notícias, serviços de distribuição e mais.

<http://www.roteirodecinema.com.br/> – “O portal do roteiro cinematográfico”. Uma base de dados com manuais para a criação de roteiros, concursos, softwares interessantes, e um catálogo de roteiros inéditos e disponíveis para futuras produções. Muito importante como referência para a formatação dos textos.

Telefones/endereços úteis – AGENDA

	NOME	ESTADOS	TELEFONE	SITE
1	LABORATORIOS			
1.1	Gerais			
	CASABLANCA	RJ / SP	(21) 2205-0503 / (11) 3889 2600	www.casablancafinish.com.br
	LABOCINE	RJ	(21) 2569-2002	www.labocine.com.br
	MEGA	RJ / SP	(21) 2528-8484 / (11) 3664-7004	www.estudiosmega.com.br
	TELEIMAGE	SP	(11) 3889-2605	www.teleimage.com.br
1.2	Telecines / Pós			
	LINK DIGITAL	RJ	(21) 2539-2704	www.linkdigital.com.br
	MOVEDOLL	RJ	(21) 2539-2704	www.movedoll.com.br
2	EQUIPAMENTOS			
2.1	Estúdio / Iluminação			
	CINE & VIDEO	MG / SP / DF	(31) 3411-6229 / (11) 5080-5322	www.cinevideobr.com.br
	QUANTA	SP	(11) 2164-3400	www.quanta-lighting.com
2.2	Cameras			
	BORIS	MG	(31) 3293 82 48 / 91 28 74 32	www.borisfilmes.com.br
	CINE PRO	SP	(11) 3864-6175	www.cinepro.com.br
	FABRICA DE IMAGENS	SP	(11) 3666-5644	www.fabricabrasileiradeimagens.com
	JKL	SP	(11) 3846-4335 / (11) 3842-8691	www.jklcine.com
2.3	Projetores			
	Why Video	MG	(31) 3291-3290	
	On Projeções	MG / RJ / SP / DF	(31) 3547-4454 / (21) 2225-6096 (11) 3034-5088 / (61) 7811-5910	www.onprojecoes.com.br
2.4	Negativos e outros produtos			
	Claquete	MG	(31) 3227 3630	claquete@uai.com.br
3	SOM			
3.1	Estúdios			
	BETO FERRAZ	SP		
	JLS	SP	(11) 3641-1678	www.estudiojls.com
	MIRIAM BIDERMAN	SP	(11) 3875-5547	
	O GRIVO	MG	(31) 3225-0677	
	REC	MG	(31) 3292-8501	
	ROB FILMES	RJ	(21) 2195-4600	www.robdigital.com.br
	SERRASONICA	MG	(31) 3309-9155	www.serrasonica.com.br
	TELEIMAGE	SP	(11) 3889-2605	www.teleimage.com.br
4	EDIÇÃO			
4.1	Ilhas			
	ALTEROSA CINEVIDEO	MG	(31) 3237-6040	www2.alterosa.com.br/cinevideo/
	LINK DIGITAL	RJ	(21) 2539-2704	www.linkdigital.com.br

Programas e ações da SEC-MG para o audiovisual

Os realizadores e os produtores precisam conhecer mecanismos de apoio, patrocínio e estruturas ligadas ao audiovisual para que utilizem seus instrumentos com eficácia.

Filme em Minas – Programa de estímulo ao audiovisual

➤ **O que é?**

É o principal edital de fomento à produção audiovisual no Estado de Minas Gerais, realizado pela Secretaria de Estado de Cultura em parceria com a Central Energética de Minas Gerais (Cemig). O programa estabelece regras para a concessão de patrocínio a projetos audiovisuais mediante os certificados de aprovação de captação pelas leis federais de incentivo à cultura (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual). Os projetos são escolhidos por uma comissão julgadora composta de pessoas ligadas à atividade audiovisual e por membros da Secretaria e da Cemig, patrocinadora do programa. O montante total de recursos para o biênio 2007/2008 foi de R\$ 4 milhões. As três edições do Filme em Minas somam patrocínios da ordem de R\$ 9 milhões a 78 projetos.

➤ **Quais são as categorias do filme em minas?**

Para o terceiro edital (2007/2008) foram contemplados projetos em sete categorias: longas-metragens (com as subcategorias produção, finalização e distribuição); curtas-metragens; documentários em vídeo; novos formatos; desenvolvimento de projetos; digitalização de acervos, publicações e copiagem; incentivo especial do Governo de Minas ao Cinema Nacional (categoria em que podem participar filmes de outros Estados Como o Programa Filme em Minas deve se aprimorar de acordo com a experiência e contribuição do setor cultural, suas categorias podem sofrer alterações de uma edição para outra).

➤ **Como obter informações?**

O edital é divulgado amplamente pela mídia. O regulamento é publicado pelo site www.cultura.mg.gov.br e www.cemig.com.br

O telefone da Diretoria de Fomento ao Audiovisual é (31) 3269-1068.
filmeminas@cultura.mg.gov.br.

Minas Film Commission

➤ **O que é?**

A Minas Film Commission (MFC) é uma estrutura da Secretaria de Estado de Cultura criada para acolher realizadores que queiram produzir seus filmes parcial ou totalmente em Minas Gerais. Após conhecer o roteiro do filme, a MFC é capaz de auxiliar o produtor na busca da locação ideal, acionar contatos em instituições responsáveis por autorizações de filmagens, disponibilizar contatos com fornecedores e profissionais da área, além de outras ações facilitadoras.

➤ **Por que criar uma Film Commission?**

Uma Film Commission pode fazer muito pelos setores audiovisual e turístico e para o desenvolvimento econômico de uma região. Ela funciona como pólo de intercâmbio e formação de profissionais do setor audiovisual por meio da prática cinematográfica, atrai investimentos das produções nas localidades das filmagens (comércio, hotelaria, serviços diversos), promove o Estado no Brasil e no exterior por meio dos filmes realizados. Por isso, a MFC é formada pelas Secretarias de Estado de Cultura, Turismo e Desenvolvimento Social.

➤ **Como se forma a rede de apoio da Minas Film Commission?**

Qualquer setor organizado pode se tornar ponto de rede da MFC. Prefeituras, núcleos de audiovisual, associações culturais podem participar, criando formas de apoio e relacionamento com produtores, interagindo com a MFC. Todos os órgãos da administração direta e indireta do Governo do Estado de Minas Gerais têm um servidor designado para participar da MFC. O importante é que a mentalidade de oferecer um bom acolhimento às produções audiovisuais esteja infiltrada em todos os setores ligados à cultura, ao turismo e ao desenvolvimento regional.

➤ **Como contactar a Minas Film Commission?**

www.minasfilmcommission.mg.gov.br
minasfilm@governo.mg.gov.br

Núcleo de registro do Patrimônio Imaterial

➤ **O que é?**

Esse núcleo é uma unidade da Rede Minas disponível para registrar o patrimônio imaterial de Minas Gerais. Esses registros geram acervo de imagens sobre manifestações culturais diversas, além de programas da emissora que são exibidos em quase toda a totalidade dos municípios de Minas Gerais.

➤ **O que é Patrimônio Imaterial?**

A Unesco define como Patrimônio Cultural Imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas e também os instrumentos, objetos, artefatos e lugares que lhes são associados e as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos que se reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. O Patrimônio Imaterial é transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em razão de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história. Gera um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo, assim, para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

➤ **Como contactar**

Núcleo de Patrimônio Imaterial: (31) 32 89 91 08
patrimonio@redeminas.mg.gov.br

DOC TV

➤ **O que é?**

O DOCTV é um Programa que tem como objetivos gerais a regionalização da produção de documentários, a articulação de um circuito nacional de teledifusão e a viabilização de mercados para o documentário brasileiro. É um programa federal que conta com a participação de emissoras públicas e associações do setor audiovisual.

➤ **Como funciona?**

Todo ano são lançados editais que regulamentam a apresentação dos projetos e os demais aspectos do programa. Os projetos premiados recebem R\$ 100 mil em recursos e têm exibição assegurada pela rede de emissoras educativas do País.

➤ **Em Minas Gerais, com quem falar sobre o DOC TV?**

A Rede Minas é a responsável, em Minas Gerais, pelas ações do DOC TV.

As informações ficam disponíveis no site www.redeminas.com.br e também no site da Associação Curta Minas: www.curtaminas.com.br.

■ ***Lei Estadual de Incentivo à Cultura***

➤ **Como funciona?**

Por meio de recursos oriundos do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), a lei medeia a interlocução entre o empreendedor e o incentivador, aproximando produtores, artistas, investidores e público, além de contribuir para dinamizar e consolidar o mercado cultural em Minas Gerais.

Os projetos são analisados pela Comissão Técnica de Análise de Projetos (CTAP), que considera desde os critérios técnicos – pré-requisitos quanto ao empreendedor e enquadramento de seu projeto, viabilidade técnica e exequibilidade, detalhamento orçamentário, efeito multiplicador e benefício social – até o fato de possuírem caráter estritamente artístico-cultural e interesse público.

A CTAP é uma comissão paritária, composta por representantes da Secretaria de Estado de Cultura e das entidades culturais do Estado, tendo total autonomia para a avaliação e o julgamento dos projetos.

➤ **Sobre a elaboração de projetos**

Antes de iniciar a elaboração de seu projeto, leia atentamente a legislação e o edital publicados anualmente. Fique atento às exigências legais e siga rigorosamente as instruções fornecidas. A não-apresentação de um simples documento solicitado no edital pode resultar na desclassificação de sua proposta.

No site da Secretaria você encontra uma entrada específica para a Lei Estadual de Incentivo à Cultura com todas as informações e pode baixar os formulários.

➤ **Contatos**

www.cultura.mg.gov.br

Secretaria de Estado de Cultura – Diretoria de Projetos e Incentivo Cultural (DPIC), Praça da Liberdade, nº 317 – Belo Horizonte, MG.

Horário de atendimento – Dias úteis: das 10 às 16 horas, fone: (31) 3269-1024 e 3269-1126

Fundo Estadual de Cultura

O Fundo Estadual de Cultura destina-se àqueles projetos que, tradicionalmente, encontram maiores dificuldades de captação de recursos no mercado, com foco prioritário para o interior do Estado.

O FEC oferece duas modalidades de apoio:

- Liberação de recursos não reembolsáveis
- Financiamento reembolsável

➤ **ÁREAS DE ATUAÇÃO**

I – Patrimônio material e imaterial.

II – Organização e recuperação de acervos, bancos de dados e pesquisas de natureza cultural.

III – Circulação, distribuição e rede de infra-estrutura cultural.

IV – Fomento à produção de novas linguagens artísticas.

V – Capacitação e intercâmbio.

➤ **QUEM PODE PARTICIPAR?**

Somente pessoas jurídicas podem apresentar projetos segundo as especificações e modalidades a seguir:

Direito privado com fins lucrativos	Empresas com atuação cultural	Reembolsável
Direito privado sem fins lucrativos	Associações, entidades e ONGs com atuação cultural	Reembolsável e Não reembolsável
Direito público	Prefeituras e órgãos ligados a prefeituras	Não reembolsável

O setor audiovisual pode apresentar ao FEC demandas diversas não apenas para a produção (o que se encaixa bem na área IV), mas também de circulação, capacitação e outras nuances possíveis de ser encontradas no Edital. A seguir, algumas possibilidades de inserção de projetos:

Na área III – *Circulação, distribuição e rede de infra-estrutura cultural* –, poderão ser inscritos projetos que promovam a formação de público, a circulação e a distribuição de produções artísticas e culturais das diversas regiões de Minas Gerais e projetos de construção, reforma, aquisição de equipamentos e manutenção de espaços culturais no Estado, conforme definição do ANEXO I deste Edital.

Na área IV – *Fomento à produção de novas linguagens artísticas* –, poderão ser inscritos projetos de produção e circulação nos segmentos de artes cênicas, artes gráficas, artes visuais, audiovisual, *design*, literatura, música e *performance*, voltados para a experimentação e a investigação de novas possibilidades expressivas dentro das diversas áreas artísticas.

Também na área V – *Capacitação e intercâmbio* –, poderão ser inscritos projetos de cursos, oficinas, seminários e debates que contribuam para a formação e/ou profissionalização de artistas, gestores e agentes culturais no Estado de Minas Gerais, além de projetos que fomentem ações de intercâmbio cultural.

Leia o Edital e conheça também as condições da modalidade **Financiamento Reembolsável**, pois esta pode ser uma boa opção para aqueles projetos em que seja possível auferir retorno financeiro por meio de um plano de negócios. Você contará com boas condições quanto à taxa de juros e prazo de pagamento.

- **Contatos Fundo Estadual de Cultura**

(31) 3269-1053 – (31) 3269-1028 – (31) 3269-1071

fec@cultura.mg.gov.br

www.cultura.mg.gov.br

Procure, também, informar-se sobre as leis de incentivo federais. Sobre a Lei Rouanet, você pode encontrar todas as informações no site do Ministério da Cultura (www.cultura.gov.br). Sobre a Lei do Audiovisual, procure informações no site da Ancine, Agência Nacional de Cinema (www.ancine.gov.br).

- **Outros contatos**

Associação Curta Minas

www.curtaminas.com.br

Associação Mineira de Audiovisual

www.amavmg.com.br

Fórum Mineiro do Audiovisual

forumAV@yahoogrupos.com.br

Centro de Estudos Cinematográficos (CEC)

cec_mg@yahoo.com.br

(31) 32 91 05 24

Associação Mineira de Cineastas (AMC)

(31) 32 91 45 78

Elaboração da Apostila:
Professora Patrícia Moran (UFMG)

Estagiário:
Maurício Resende

Produção Editorial
Roseli Raquel de Aguiar

Projeto Gráfico e Diagramação
Eduardo Costa de Queiroz

Revisão
Maria de Lurdes Costa de Queiroz (Tucha)

