

**Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa**  
**Mestrado em Som e Imagem**



**Uma Produção *Low Cost*: Relatividade e Perspectivas**

**Especialização em Cinema e Televisão 2014/2015**

*Manuel Falcão Garcia Lobo Guerra*

Professor Orientador: Professor Doutor Henrique Manuel Pereira

Setembro de 2015

## **Dedicatória**

À minha mãe, pela perseverança sobre uma alma escangalhada.

À Inês, pela paixão com que me tentou instruir e enamorar por esta área.

Ao João, pela infinita paciência e apoio incondicional.

À Mara, por acreditar em mim em tempos nos quais nem eu o consegui fazer.

## **Agradecimentos**

Quero agradecer ao professor Henrique Manuel Pereira pela inesgotável paciência e dedicação. Quero agradecer também ao meu avô, Francisco Carvalho Guerra, por me dar a oportunidade de passar por todas as experiências que os últimos cinco anos me proporcionaram.

## Resumo

“Uma Produção *Low Cost*: Relatividade e Perspectivas” visa abordar, como o título indica, as diferentes faces e fases de uma produção de baixo orçamento, quando comparadas ao mundo cinematográfico profissional.

Antes de mais, esta dissertação almeja desmistificar as funções e objectivos de um produtor, bem como o seu papel fundamental durante todos os diferentes processos de uma produção.

Serão também abordadas as suas ligações e interacções com outros membros de uma equipa, incluindo o realizador e o editor, bem como o papel de distribuição que ultrapassa as funções de produção aos anos que seguem a sua conclusão. A par de tudo isto, é também descrito todo o processo de produção de uma obra cinematográfica, englobando assim todas as áreas da mesma, ainda que com especial ênfase no papel do produtor.

Oferecendo uma abordagem coesiva, ao invés de separar os dois mundos, a ligação entre a produção de baixo orçamento e a produção profissional é revisitada consoante o tema em questão e abordando as suas contrariedades e semelhanças, bem como os distintos processos de resolução.

Ao nível orçamental, é levada a cabo uma pesquisa sobre a procura do financiamento e os diferentes processos utilizados para a mesma, recorrendo à curta metragem de ficção “Dorme em Púrpura” - realizada no âmbito da unidade curricular de Projecto Final - como exemplo para comparação de estratégias de resolução de problemas e superação de obstáculos no decurso do processo de produção.

Desde a sua génese, a ambiguidade inerente ao papel do produtor é uma realidade, pelo que a discriminação e exemplificação do seu trabalho é necessária, numa indústria que cada vez menos leva o seu papel com seriedade, mostrando-se condescendente para com aquele que será um dos principais motores de uma obra cinematográfica.

Palavras-chave: produção, produtor, orçamento, académico, independente, profissional.

## ABSTRACT

“Uma Produção Low Cost: Relatividade e Perspectivas” aims to approach, as the title indicates, the different faces and phases of a low-budget production, when compared to the professional cinematography world.

Firstly, this dissertation aims to demystify the functions and purposes of a producer, as well as their fundamental role during all the different processes of production.

This document will also approach the producer's connections and interactions with other members of the team, including the director and editor, as well as their role in distribution that surpasses the functions of production in the years following its conclusion. Simultaneously, the whole process of producing cinematographic work is described, encompassing all its areas, focusing nevertheless on the producer's role.

Offering a cohesive approach, instead of separating both worlds, the connection between low-budget production and professional production is revisited according to the subject at hand, and reflects upon its paradoxes and similarities, as well as the distinctive processes that offer its resolution.

Budget wise, research was undertaken over procuring financing and the different processes undergone to achieve this purpose, resorting to the short film “Dorme em Púrpura” - directed under the course “Projecto Final” - as an example to compare problem solving and obstacle overcoming strategies throughout the process of production.

Since its genesis, the ambiguity underlying in the role of the producer is a reality; therefore, description and exemplification of their work is of the uttermost necessity, in an industry that takes their role with diminishing seriousness, proving condescending to them who will be one of the main propellers of cinematographic work.

## Índice de Conteúdos

Lista de Figuras .....	3
Glossário .....	4
1 Introdução .....	6
1.1 Apresentação do percurso académico do autor .....	6
1.2 Apresentação do tema de investigação e do projeto final que lhe diz respeito .....	6
1.3 Metodologia utilizada para a Investigação .....	7
1.4 Especificações de leitura da presente dissertação .....	7
2 Para uma génese do Produtor .....	9
3 A Produção .....	16
3.1 Os 4 diferentes tipos de Produção: .....	16
3.1.1 O Desenvolvimento .....	16
3.1.2 A Pré-Produção .....	19
3.1.3 Guião Técnico .....	20
3.1.4 Storyboard .....	21
3.1.5 Casting .....	23
3.1.5.1 O Cartaz .....	23
3.1.5.2 A Divulgação .....	25
3.1.5.3 O Casting .....	25
3.1.6 Equipa .....	28
3.1.7 Répérage .....	30
3.1.8 Orçamento .....	32
3.2 A Produção .....	33
3.2.1 Os Locais de Rodagem .....	33
3.2.2 A Equipa .....	33
3.2.3 A Rodagem .....	33
3.3 A Pós-Produção .....	38
4 O Baixo-custo – Relatividade e Perspectivas .....	40
4.1 O Contexto Académico/Independente <i>versus</i> O contexto Profissional .....	42
4.1.1 O Género .....	42
4.1.2 O Orçamento .....	43
4.1.3 O Patrocínio .....	45
A Distribuição .....	46
5 Conclusão .....	48
Referências e Bibliografia .....	50

## Lista de Figuras

Figura 1 – <i>Paul Brooks</i>	
Figura 2 – Logótipo da <i>Producers Guild of America</i> .....	12
Figura 3 - Logótipo da <i>Working Title</i> .....	14
Figura 4 - <i>Hal Wallis</i>	
Figura 5 - <i>Anne Jackel</i>	
Figura 6 - João Gadelha e Cláudia Pinto em <i>Dorme em Púrpura</i> (2015)	
Figura 7 - Cartaz para o <i>casting</i> de <i>Dorme em Púrpura</i> (2015)	
Figura 8 - Plataforma <i>online "Coffee Paste"</i>	
Figura 9 - Candidatos a <i>casting</i> aguardando a sua vez	
Figura 10 - Equipa de Som do documentário ficcional <i>Filtros</i> (2015)	
Figura 11 - Realizador e anotador do documentário ficcional <i>Filtros</i> (2015)	
Figura 12 – Exemplo de <i>répérage</i> para a curta-metragem <i>Dorme em Púrpura</i> (2015) .....	30
Figura 13 – Resultado final do <i>décor</i> após o trabalho de direção de arte e iluminação .....	30
Figura 14 – João Gadelha e Cláudia Pinto em ensaio – <i>Dorme em Púrpura</i> (2015) .....	34
Figura 15 – Cláudia Pinto a ser maquilhada – <i>Dorme em Púrpura</i> (2015).....	35
Figura 16 – Carla Bolito e João Reis em <i>Filtros</i> (2015) .....	36
Figura 17 – Exemplo do processo de edição – <i>Dorme em Púrpura</i> (2015) .....	38
Figura 18 – Imagem onde é possível observar o “ <i>product placement</i> ” – <i>Twilight</i> (2008).....	45
Figura 19 – Presença do patrocínio no cartaz final – <i>Dorme em Púrpura</i> (2015) .....	46

## Glossário

*Above-the-line* – Orçamento feito considerando a remuneração dos criativos de uma equipa (abaixo da linha), como o produtor e realizador, bem como os performers (atores, narradores);

*Acting* – Referente à prestação de um intérprete (ator, narrador);

Animação 2D – Processo segundo o qual cada fotograma de um filme é produzido individualmente, podendo ser gerado tanto por computação gráfica quanto fotografando uma imagem desenhada ou repetidamente fazendo-se pequenas mudanças a um modelo, fotografando o resultado. Quando os fotogramas são ligados entre si e o filme resultante é visto a uma velocidade de 16 ou mais imagens por segundo, há uma ilusão de movimento contínuo

*Below-the-line* – Orçamento feito considerando os gastos de uma equipa técnica, equipamento e todas as outras necessidades de uma produção;

*Blockbuster* – Algo, como um filme ou livro que mantém a popularidade durante uma grande quantidade de tempo, atingindo valores de vendas enormes;

*Boxoffice* – bilheteira de cinema. O termo é utilizado maioritariamente pela indústria cinematográfica, referente ao retorno monetário por parte de uma produção, após a sua exibição;

*Casting* – Processo de análise e escolha do elenco de uma produção;

*Catering* – Referente a toda a parte de restauração de um evento, como um casamento, os bastidores de um concerto ou uma produção cinematográfica;

Claquete – Objecto utilizado no início de cada *take* com o fim de identificar os planos e takes rodados, bem como ponto de referência para a sincronização de som em pós-produção;

*Crowd-funding* – Obtenção de capital através da agregação de várias fontes de financiamento, geralmente o público interessado na iniciativa. O termo é utilizado maioritariamente, quando referente a ações na *internet* com o objectivo de angariar fundos;

*Décor* – Decoração de uma cena de um teatro ou cinema;

Direção Artística – O diretor de arte, é o profissional que, geralmente, gerencia a actividade de *design* e concepção artística de um produto audiovisual, incorporando uma série de funções, em publicidade, *design*, editorial, *internet*, videojogos, cinema e publicidade. O diretor de arte é o responsável pela concepção visual de toda a produção, seja um filme, um programa de *TV* ou um anúncio. Cabe-lhe orientar o trabalho da equipa de arte, que inclui o cenógrafo, o figurinista, o maquilhador, o aderecista, entre outros.

*Frame* – Imagem fixa de um produto audiovisual;

ICA - Instituto de Cinema e Audiovisual Português;

*Répérage* - Processo de procura e visita de locais propensos às filmagens de uma produção, mediante um visual previamente definido para o filme. Geralmente envolve a procura de locais visual e esteticamente agradáveis, bem como a captura de imagens dos mesmos para arquivo e posterior debate;

*Product Placement* – Referente ao inserir de mensagens publicitárias de modo subtil no conteúdo de programas televisivos, filmes, videojogos, etc.;



*Set* – Local onde os cenários se constroem;

*Stop Motion* – Técnica de animação com a ajuda de uma câmara de filmar/fotográfica e o computador, onde através da utilização de modelos reais em diferentes materiais se constrói uma animação. Os modelos são movimentados e fotografados *frame a frame*. Montados posteriormente criam a impressão de movimento;

*Storyboard* - Conjunto de organizadores gráficos, tais como uma série de ilustrações ou imagens arranjadas em sequência com o propósito de pré-visualizar um filme ou uma animação;

*Take* – Referente a uma única performance filmada de modo contínuo.

## 1 Introdução

### 1.1 Apresentação do percurso académico do autor

Desde sempre soube que as artes toldariam a minha vida. Nunca com a certeza de nada em concreto, a não ser de isso mesmo – sempre quisera ser artista, fosse cantor, dançarino, ator ou cartoonista. Desde pequeno, mostrava a “veia artística”, presente através do desenho e da banda desenhada, bem como da música, através do canto e a escrita de letras de própria autoria. Experimentara o teatro infantil, a animação *2D* e o *stop motion*. Vivera rodeado das pinturas da mãe e das frustrantes aulas de guitarra clássica. Levado pela maré da vida, deixei-me embalar nas águas da criatividade, sentido sempre que me levariam a bom porto. Chegado ao meu destino, descobri a magia do vídeo e do cinema, pela qual me apaixonei instantaneamente. Foi apenas uma questão de tempo até que a oportunidade de criar mundos apenas meus, me fascinasse e me fizesse enveredar por caminhos que me enchessem a cabeça e o coração de novos conhecimentos em relação à sétima arte.

Com o cinema sinto-me completo, passando todos os meus pensamentos do efémero à imagem real. Tudo isto não falando contudo do ponto de vista *cliché* – o do realizador – já que obtenho muito mais prazer e preenchimento pessoal na abordagem estética e do belo. Ao chegar ao projecto final de mestrado, deparei-me com a possibilidade de abdicar do papel mestre (a realização) para me dedicar à produção do meu mundo. Isto pressupunha a angariação de tudo aquilo que fosse necessário à criação deste pequeno universo, o que me levou a descobrir uma nova paixão – a direção de arte – a criação, transformação e embelezamento de um espaço. Não digo com isto que tudo o resto me é indiferente, não. Pelo contrário, quero poder mudar o cinema em Portugal. Quero torná-lo belo, começando pelo seu núcleo, pois sempre cresci na base de que um interior bonito deve colmatar um exterior aprazível.

### 1.2 Apresentação do tema de investigação e do projeto final que lhe diz respeito

O objectivo principal desta dissertação, é o de compreender o papel do produtor no mundo cinematográfico, bem como quais são as suas responsabilidades, meios a utilizar para a resolução de problemas e obrigações a cumprir. Para além disto, uma pesquisa foi feita para perceber quais as diferenças e semelhanças entre o cinema de baixo-orçamento e o cinema

profissional, abordando também muitas vezes o contexto acadêmico e o comercial, consoante a sua necessidade para com o tema abordado.

Aliando à necessidade de realizar a dissertação com o cargo desempenhado no meu projecto final como produtor, desde início que achei apropriada a abordagem ao tema. Tal decisão foi feita com o intuito de me instruir ao nível técnico para assim o colocar em prática no decorrer do projecto.

### **1.3 Metodologia utilizada para a Investigação**

Todo este trabalho foi desenvolvido maioritariamente na leitura, consulta e análise de variadas obras referentes à produção cinematográfica, ao cinema europeu e ao cinema americano e comercial na sua generalidade. Recorreu-se também a alguns artigos *online*, bem como à análise de outras dissertações já realizadas sobre o tema em questão – a produção – de modo a referir o essencial e tentar seguir um caminho não só diferente, mas novo.

A análise ao projecto final, no qual desempenhei o papel de produtor, foi feita de um modo contínuo e interligado com a pesquisa, servindo de exemplo no encontro de dificuldades e respectiva resolução de problemas. Esta escolha, partiu acima de tudo da necessidade de aglomerar a parte didática com a exemplificativa, não fazendo sentido separar as duas.

### **1.4 Especificações de leitura da presente dissertação**

Esta dissertação foi criada na base de três partes principais. Contudo, e embora o conteúdo de cada uma delas possa ser lido e compreendido em separado, é no conjunto que está o ponto fulcral, sendo que cada uma se completa entre si.

Termos específicos da área ou transcritos na sua língua de origem, estarão devidamente explanados ou traduzidos no Glossário existente. Ao longo de toda a escrita, existem várias citações, feitas por diferentes entidades, traduzidas de modo livre pelo autor e acompanhadas de nota de rodapé identificativa da referência, bem como contendo a referência original.

No decorrer da presente dissertação, estão compreendidas várias imagens que acompanham aquilo que estará discriminado ao longo do texto escrito, complementando a sua informação com um estímulo visual. Apenas algumas serão encontradas em anexo, devido ao seu cariz de importância e necessidade de uma melhor visualização (a grande escala). As figuras, são continuamente acompanhadas de uma legenda com uma breve descrição do

retratado. A origem das imagens, bem como a sua breve explicação encontra-se devidamente identificada na lista de figuras, com a numeração correspondente a cada uma.

## 2 Para uma génese do Produtor

Foram inúmeros os debates ocorridos ao longo dos tempos sobre qual é realmente o papel do Produtor. “[...] Parece que o papel do produtor hoje em dia, e muitas vezes em tempos passados, foi negligenciado e esquecido. [...] hoje, mesmo dentro da indústria, as pessoas não sabem dizer o que é que um produtor faz.”<sup>1</sup> Diferentes pessoas têm diferentes perspectivas, pontos de vista e acima de tudo diferentes personalidades. Existem os “produtores” mais criativos, burocráticos, os que dão simplesmente um nome ao cargo, etc. Um pouco como tudo na vida. Há quem se sente no banco a ver os outros correr o campo, há quem se recuse a sair de jogo mesmo quando o corpo já não responde.

Não é por acaso esta alusão ao desporto – o produtor deve ser um jogador nato. Ou um treinador. Ou ambos. Deve saber delinear estratégias, mover-se pelo campo. Deve conhecer as regras do jogo e marcar quando o momento for oportuno. Se perder, deve levantar-se, recolher ao balneário e conceber uma nova tática, pois embora tenha perdido o encontro, o campeonato não termina.

“Ambiguidade” é a palavra de ordem quando falamos de cinema no geral. Nunca duas escolas ensinam o mesmo. A base pode ser semelhante, contudo cada uma adopta e batiza os seus próprios termos. Assim sendo, nunca uma escala de planos é realmente ensinada do mesmo modo, bem como uma hierarquia de equipa. Esta última, inclusive, tem o seu apogeu em contexto académico, pelo que todos os elementos acabam por se tornar multifacetados, entreajudando-se e saltando as fronteiras que delinham cada um dos seus cargos.

Isto ora tem tanto de bom quanto de mau, pelo que cedo, o produtor em contexto académico se pode rapidamente sentir perdido, não sabendo se está a fazer de mais ou de menos do que a si lhe compete fazer. Isto deve-se também à ideia errada que existe da produção, que acaba muitas vezes por ser tratada como a figura paternal de um projecto. Se existe um problema, tanto de foro profissional como pessoal, o peso acaba sempre por recair sobre as largas costas do produtor. Tal facto, pode muitas vezes, resultar de uma grande frustração por parte do mesmo, que não vê o relógio parar com tudo o que tem entre mãos, embora pareça que nunca nada está realmente bem feito.

---

<sup>1</sup> MCBRIDE, Joseph, 1983, *Filmmakers On Filmmaking Volume One*, Los Angeles: J.P.TARCHER, INC., p. 29

Do ponto de vista profissional tal situação será impensável, pelo que se se verificar, se deverá simplesmente ao facto de o produtor ser um mau profissional. Uma das funções essenciais do mesmo, será manter o equilíbrio dentro da sua equipa no que respeita a vários aspectos. Caso se verifique um desrespeito, por exemplo, a nível das tarefas que cada um dentro da equipa deverá cumprir, a culpa será do produtor, sempre por uma de duas razões: Ou não soube escolher as pessoas indicadas, ou simplesmente cedeu do seu direito criativo, não tendo tido qualquer voto na escolha da sua equipa.

Mas ao fim e ao cabo, o que é realmente um produtor? Como se é um produtor? Segundo *Lawrence Turman* (Diretor do *Peter Stark Production Program* da *University Of Southern California*), já se é um produtor, ainda mesmo antes de o ser.<sup>2</sup> Descomplicando, o que o autor quer dizer é que “produzir” é algo que todos fazemos diariamente. Trata-se simplesmente de pensar com antecedência, planear e preparar uma determinada quantidade de coisas necessárias à concretização de uma meta imposta previamente.

Basicamente, há que trabalhar de trás para a frente: começa-se por perceber tudo aquilo que será necessário para que determinado evento ocorra num momento específico no futuro. A partir daí, é garantir que tudo estará a postos quando esse momento chegar. Nada mais do que senso comum e organização. Claro que os imprevistos acontecem (sempre) e como tal será também de senso comum ter um plano B para cada situação.

Algo a manter em conta é o facto de que um produtor, muito dificilmente é alguma coisa sozinho. Na realidade, ninguém é nada sozinho na indústria cinematográfica. Utilizando o exemplo de *Turman*, “Tu e eu podemos tentar fazer malabarismo com duas bolas. Alguns de nós conseguirão até fazê-lo com três ou quatro. Malabaristas profissionais fá-lo-ão com seis, sete ou mais. Mas ao contrário do malabarismo, a produção não é um espetáculo de uma só pessoa. Tal como um autocarro recolhe passageiros, o produtor terá de recolher ajudantes ao longo do caminho.”<sup>3</sup>

Claro que esta, é uma ideia, à partida, demasiado generalista. Embora a simples ideologia de comparar um produtor a um organizador de eventos pareça fazer sentido na sua base, é errado pensar que qualquer um o poderá fazer. Esta mesmo ideologia, tem em certa medida um grande impacto na educação universitária, descorando a formação de futuros produtores. Podemos sim, planear tudo com antecedência, mas existem noções de que o produtor deverá estar munido, que não nascem simplesmente do seu senso comum, mas do

---

<sup>2</sup> TURMAN, Lawrence, *So You want To Be A Producer*, New York: Three Rivers Press, 2005, p. 18

<sup>3</sup> *Ibidem*.

estudo e experiência. A noção de legislações, direitos de autor, bem como uma facilidade em comunicação e pesquisa não são à partida dados adquiridos pelo cidadão comum. Uma personalidade de liderança e rapidez de pensamento são essenciais para a apresentação de bons resultados.



Figura 1 - *Paul Brooks*

Segundo *Paul Brooks*, produtor britânico, o produtor deve acima de tudo deter um ponto de vista sobre determinado assunto e estar correto. Chegar ao fim, provando a tudo e a todos que algo tem potencial, é possível de ser concretizado, acreditar piamente nisso – enquanto mais ninguém o faz - e efetivamente conseguir fazê-lo. “Acreditar em algo e vê-lo desenrolar-se do modo que pensámos que aconteceria é incrivelmente excitante.”<sup>4</sup> *David Brown*, fala também sobre a sua perspectiva em relação ao produtor, afirmando que “O produtor é, antes de tudo, o homem com o sonho.”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want To Do Is Produce*, London: Faber and Faber Limited, 2006, p. 190

<sup>5</sup> *Ibidem*, p. 29



Figura 2 – Logótipo da *Producers Guild of America*

De acordo com a *Producers Guild Of America*, o produtor é aquele que é responsável por supervisionar todas as fases de uma metragem, seja ela cinematográfica ou televisiva – desde a concepção da história à entrega do produto final. A *Producers Guild of America* dita também o produtor como aquele com a última palavra sobre a maioria das seguintes fases:

- A criação do conceito por trás da história/a seleção e o assegurar dos direitos necessários para utilização do material sobre qual a história se pode basear;
- A seleção do autor(es);
- Supervisionar o desenvolvimento do argumento;
- Assegurar um financiamento inicial, bem como servir de elo de ligação com a entidade/estúdio/rede financiadora;
- Preparar (ou supervisionar a preparação) do orçamento preliminar;
- A seleção do realizador, bem como de outros elementos-chave da equipa técnica (como o diretor de fotografia, o editor, etc.);
- A seleção do elenco;
- A aprovação do calendário de rodagem;
- Providenciar pessoalmente e no *set*, consulta direta para com o realizador, o elenco e todas as cabeças dos diferentes departamentos;
- Supervisionar todas as operações diárias que dizem respeito a filmagens, efectuadas tanto em estúdio como no exterior;
- Visualizar sempre as filmagens efectuadas durante o dia, providenciando sempre uma consulta direta pessoalmente;



- Providenciar sempre uma consulta direta para com o realizador e o editor em relação a cortes iniciais;
- A seleção do compositor musical, bem como a supervisão do desenvolvimento do score e das sessões de gravação;
- Supervisão de todos os títulos e efeitos visuais;
- Consulta perto da distribuidora/estúdio/rede relativa a marketing e planeamento da publicidade referente ao projecto.<sup>6</sup>

Um outro termo que costuma ser alvo de confusão e discórdia no que remete às funções de um produtor, é o diretor de produção (conhecido também como *manager* de produção). Segundo Sandra Lopes, “(...) a sua responsabilidade consiste em facilitar o trabalho do produtor e do realizador e dar-lhes as melhores condições de trabalho possíveis”. Assim sendo, desmistificam-se muitas das funções que erroneamente se costumam atribuir ao Produtor como por exemplo:

- Preparar e gerir o orçamento de uma produção;
- Dirigir a procura e visita de locais para rodagem, bem como fazer as negociações e tratar das autorizações necessárias;
- Garantir e coordenar o alojamento e transporte da equipa técnica bem como do elenco;
- Negociar contractos e seguros relativamente a locais, atores, pessoal e equipamento técnico;
- Representar o projecto perante as autoridades no que diz respeito aos locais de filmagem;
- Por vezes, elaborar o cronograma de rodagem.<sup>7</sup>

Não podemos deixar de enfatizar, o facto de o principal objectivo da produção ser finalizar o filme no prazo e dentro do orçamento (*on time and budget*). É fundamental saber gerir o *stress* e o conflito, procurando sempre evitar ferir egos e o mau ambiente no *set*. Esta definição, embora um pouco contraditória ao que já referi anteriormente (de que muitas vezes o produtor é tratado como uma figura paternal), é inerente à produção e não há como fugir dela.

---

<sup>6</sup> TURMAN, Lawrence, *So You Want*, p. 52

<sup>7</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 26

O trabalho de um produtor começa desde o ponto de partida. Feitas as coisas de um modo clássico, é do produtor que surge uma produção. “Talvez a qualificação mais importante de um produtor [...] seja a sua habilidade para detetar uma história que possua em simultâneo apelo comercial e artístico, bem como a sua perícia em avaliar e strair os realizadores e argumentistas certos.”<sup>8</sup> Falando da maneira mais simples possível, o produtor geralmente e aquando de uma produção profissional, escolhe um argumento para produzir, enquanto que é escolhido para produzir um determinado argumento, numa produção académica. Aí, escolhe uma equipa (numa produção profissional) e delibera sobre toda uma série de questões que abordam por exemplo, os custos necessários para a sua execução. Aqui falamos ainda da fase de Desenvolvimento. A escolha da ideia, a criação ou recolha do argumento, a adaptação cinematográfica se de uma obra literária se tratar, etc. “[...] fazer um filme, para o melhor ou para o pior, é um processo essencialmente colaborativo. Pode existir uma personalidade dominante dentro ou fora do *set*, mas mesmo esse ou essa terá de lidar com a necessidade de persuadir uma dezena de outras pessoas para que trabalhem em conjunto para um objectivo comum.”<sup>9</sup>

A falta de conhecimentos por parte do produtor, é à partida uma grande lacuna. Claro que esses conhecimentos serão provenientes da experiência bem como da pesquisa, pelo que um produtor será melhor talhado para um projecto ao fim de umas quantas experiências (falhadas ou concretizadas).



Figura 3 - Logótipo da *Working Title*

No contexto do cinema independente, *Tim Bevan*, presidente da *Working Title Films*, produtora de cinema britânica, fala desta falta de conhecimentos como um erro crasso por parte de quem pretende seguir a produção de um modo sério.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> MCBRIDE, Joseph, *Filmmakers On Filmmaking*, p. 29

<sup>9</sup> *Ibidem*, pp. 2, 3

<sup>10</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want*, p. 89

O produtor deverá ser interessado, inquisitivo e curioso. Levar a área cinematográfica como um mundo excitante e fascinante, exatamente pela sua estrutura aparentemente desregrada no que toca ao papel do produtor na mesma.



Figura 4 – *Hal Wallis*

*Hal Wallis*, fala sobre a importância do pluriconhecimento por parte do produtor relativamente a todas as diferentes áreas do cinema. “Acho que ter conhecimentos de edição é muito importante para o futuro produtor. Ensina como se faz a construção de um filme. Saber algo sobre todos os aspectos técnicos da área é uma vantagem.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> MCBRIDE, Joseph, *Filmmakers On Filmmaking*, p. 15

### 3 A Produção

#### 3.1 Os 4 diferentes tipos de Produção:

##### 3.1.1 O Desenvolvimento

Quando falamos do “Desenvolvimento” numa produção audiovisual, falamos de uma ideia generalista referente a um conjunto de processos necessários à execução do projecto. Ora, para a criação de qualquer que este seja, é necessário ter uma ideia e daí partir numa aventura sem quaisquer certezas, embora sempre com a premissa de atingir uma meta, em mente.

Não podemos deixar de começar por estabelecer as diferenças existentes entre os distintos tipos de produção face a variados contextos. Primeiro, a sua definição no contexto geográfico, pelo que o produtor europeu e o norte-americano, embora partilhando ideias semelhantes no que toca ao lado criativo, diferem bastante na abordagem ao público. Segundo a opinião de *Lawrence Bender*, produtor norte-americano de carreira iniciada com *Reservoir Dogs* (1992), de *Quentin Tarantino*, quando questionado sobre o objectivo de um produtor face às nomeações a um óscar, ou ao dinheiro que um filme pode fazer, este afirma - “[...] o principal objectivo, é o de fazer grandes filmes que as pessoas queiram ver devido à sua visão de cariz distintivo e artístico. O que é interessante, é que nunca parece tornar-se mais fácil, fazendo-nos debater constantemente com a dificuldade em encontrar bom material e em desenvolver bons argumentos.”<sup>12</sup>. Na mesma nota, *Anne Jäckel*, autora e investigadora sobre a indústria cinematográfica na Europa, defende uma ideia idêntica - “Vários produtores europeus mantêm-se fieis à ideia de que o papel que desempenham não é o de simplesmente encontrar dinheiro, sendo primordialmente criativo.”<sup>13</sup> Contudo, e como já referido anteriormente, a abordagem do cinema americano, reflete-se num sistema “democrático” baseado na chamada “tirania da *boxoffice*” enquanto que o cinema europeu se debruça sobre um modelo muito mais “aristocrático”, pondo nas mãos do estado a decisão de que filmes financiar.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want*, p. 21

<sup>13</sup> JÄCKEL, Anne, *European Film Industries*, London: British Film Institute, 2003, pp. 35, 36

<sup>14</sup> DALE, Martin, *The Movie Game*, London and New York: Cassel, 1997, p. 1



Figura 5 – Anne Jackel

Tendo estes conceitos em mente, devemos também fazer aqui a distinção entre a Produção de baixo-orçamento, académica ou independente, (na qual tomaremos como exemplo a curta-metragem universitária *Dorme Em Púrpura* (2015) realizada por Jotta Dúbio e produzida por Manuel Guerra na Universidade Católica Portuguesa do Porto) e a Produção comercial



Figura 6 – João Gadelha e Cláudia Pinto em *Dorme em Púrpura* (2015)

Num contexto profissional, o produtor será aquele a escolher a sua equipa, bem como o argumento a produzir, salvo a exceção em que determinado argumentista ou realizador solicitará o seu trabalho, propondo-lhe assim a sua própria história (sendo que a um nível europeu, principalmente ao nível nacional, esta é mais a regra do que a exceção).

No contexto universitário da curta-metragem, por questões logísticas e pedagógicas, as coisas não funcionam deste modo hierárquico, pelo que o produtor é assim escolhido pelo Realizador, que muitas vezes detém poder sobre o argumento, trabalhando também como argumentista ou co-argumentista. Assim sendo, o produtor não detém qualquer poder sobre o lado criativo do projecto num ponto inicial, vendo-se limitado a trabalhar sobre uma ideia que lhe é previamente imposta.

### 3.1.2 A Pré-Produção

Aqui começa o trabalho na verdadeira acepção da palavra. A fase de Pré-Produção é tão ou mais fundamental do que qualquer uma das outras. Contudo, é nesta que se prepara “o berço” para acolher o projecto em fase de gestação. Falando de um ponto de vista de um produtor de projetos de baixo-orçamento, acaba por se tornar a fase mais divertida e criativamente livre, pelo que se torna necessário encontrar os locais, os atores, e todas as outras “tintas” necessárias para a construção de uma obra da 7ª arte.

Quando falamos de Pré-Produção, falamos de várias coisas, algumas delas essenciais, como listadas no índice do “Manual Prático de Produção” de Sandra Lopes:

- A criação de um guião técnico;
- O desenvolver de um *storyboard*;
- O *Casting*;
- A escolha da equipa;
- A *repérage*;
- O financiamento;
- O orçamento;
- Os direitos de cedência de imagem e contratação;

### 3.1.3 Guião Técnico

Após a escrita final do argumento, este sofre um processo de mutação, onde como resultado do trabalho do realizador, este irá agora incorporar as indicações técnicas necessárias para que passemos da palavra à imagem, dando um corpo ao filme.

É a partir do guia técnico que todos vão trabalhar daqui em diante. Diretor de fotografia, realizador, atores, operador de câmara, produtor, etc, irão guiar-se, tomar decisões e agir sobre as indicações presentes no guião técnico. Este deverá especificar de um modo claro (num trabalho de equipa entre realizador e diretor de fotografia) todas as posições e movimentos de câmara, bem como a escala de planos, detalhes de enquadramento, iluminação e ambientes. Deve também descrever de forma sintética as ações desenroladas em cada plano, bem como cada movimento de cada uma das personagens e a sua relação com os movimentos de câmara.

O produtor tem agora perante si, o que será necessário encontrar. É com uma visão sobre o guião técnico que se poderão tomar decisões para tornar a visão que se encontra na cabeça do realizador, numa realidade audiovisual. Aqui, começa-se então a afinar, o financiamento necessário à sua execução (iniciado muito antes, ainda antes do argumento, no intuito de começar desde cedo na procura de patrocínios) e faz-se uma transposição da linguagem para soluções concretas, procurando os locais mais indicados onde se filmar, decide-se a decoração de cada espaço, procuram-se e escolhem-se atores, decide-se qual o guarda roupa adequado, etc.<sup>15</sup>

Há contudo, que salientar que o método de trabalho até aqui definido, se refere ao estilo de cinema Europeu de baixo-orçamento. Nos Estados Unidos da América, a orçamentação é estipulada numa fase muito mais prévia, ainda antes de ter sido escolhido um realizador e somente na presença do argumentista. Por outro lado, no continente Europeu, a maior parte das vezes só é iniciada a orçamentação após parte da equipa ter já sido escolhida, dado que muita da mesma não é decidida pelo produtor. Em algumas situações, o produtor chega a ser eleito pelo realizador, tendo já a sua própria equipa formada.

---

<sup>15</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, pp. 47, 48



### 3.1.4 Storyboard

O *storyboard*, deve ser seguramente, a ferramenta que mais facilita o trabalho de toda uma produção e o seu desenvolvimento. Assim sendo, e de modo a conceber uma orçamentação e calendarização aprazíveis, o produtor carece de uma necessidade em ter visualmente representada a visão do realizador, de modo a simplificar todos os processos seguintes.

Esta técnica, facilita assim a planificação, dotando-a de uma muito maior precisão, pois é assim possível compreender os planos pretendidos de um modo mais complexo do que através da simples utilização do guião técnico. O *storyboard*, para além de poder ser feito inteiramente por desenhos, (como originalmente por *Walt Disney*), pode também ser feito através de fotografias tiradas no ensaios com os atores, retiradas da *répérage*, ou mesmo através de *softwares* indicados para o efeito.<sup>16</sup>

Para a criação de um *storyboard*, há que ter em mente onde e quando é que a história se passa, bem como decidir a ordem de eventos ocorridos cronologicamente. No caso de se tratar de uma história não linear (com o uso recorrente de retrospectivas, avanços no tempo, diferentes perspectivas, etc.), esta distinção da cronologia é um ponto fulcral para a criação e desenvolvimento do projecto.

Como já referido, o *storyboard* tem o intuito de traduzir a linguagem escrita para uma linguagem visual. Não é contudo suposto criar toda a metragem em desenhos, mas simplesmente demonstrar quais os pontos chave que atrairão o espectador para a acção desenvolvida e a sua importância no desenrolar da trama. Para tal, as cenas escolhidas para serem representadas, deverão ser claras em relação ao desenrolar da história desde o início ao final. Se uma personagem mudar de cidade, de características físicas, se mudar a personagem da perspectiva que estamos a acompanhar, etc., tudo isso deverá estar explícito no *storyboard*.

Debaixo de cada uma das vinhetas, deverá ser descrita a cena, bem como todas as informações necessárias (o diálogo por exemplo), para que a equipa técnica consiga perceber o que é pretendido (como o diretor de fotografia, o editor, etc.), já que o *storyboard* será utilizado em todas as fases de produção para consulta e questionamento.

Assim que todos estes pontos-chave forem decididos e estabelecidos no desenho, bem como todo o *design* concretizado para cada *frame*, há que rever o resultado final aplicando-lhe alguns retoques.

---

<sup>16</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 49

Existem claro, várias escolhas a fazer aquando da concretização de um *storyboard*, como o nível de detalhe a aplicar. Considerar o uso de cor e do pormenor, pode muitas vezes ser contraproducente, no sentido em que o cinema é bastante mutável e podemos querer seguir outra direção por alguma razão e a qualquer altura. Acima de tudo, nunca deverá existir uma preocupação ao nível estético para com a perfeição do resultado final, sendo que é apenas essencial que a equipa de trabalho o consiga compreender e seguir.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.wikihow.com/Create-a-Storyboard>

### 3.1.5 Casting

A partir do momento em que o guião está pronto a ser utilizado, é fácil ter uma percepção de quantas personagens/atores serão necessários para a sua concretização, (principais, secundários e/ou figurantes, respectivamente). É também possível atentar na sua idade, sexo e qualquer outro pormenor importante à construção correta da sua personalidade e aparência física. É óbvia a importância de ter os atores certos para cada projecto, pelo que é o ator quem vai provocar determinadas emoções no espectador, é o intermediário mais direto entre a história e o público. De um ponto de vista financeiro, pode também depender da escolha de atores o interesse despertado em possíveis financiadores, distribuidores e salas de exibição, sendo que atores de renome chamam a atenção do público, trazendo mais gente às salas de cinema.<sup>18</sup>

No que toca a uma produção académica, o processo de procura e contratação de atores baseia-se num processo relativamente simples e intuitivo. Falando de produções meramente académicas e sem um orçamento fixo, falamos também de um *acting* sem remuneração, algo a que nem todos os atores estão disponíveis, pois não só degrada o seu estatuto como profissão, como talvez os coíba de encontrar um outro trabalho remunerado. Contudo, falando de um trabalho pago, a afluência ao pedido de atores é, à partida, muito maior.

Não existe contudo (e como em muitas outras áreas) uma fórmula x para a realização de um casting. Existe claro, uma espécie de base a seguir, mas tudo o resto dependerá inteiramente do projecto, do contexto e da equipa em si.

Em primeiro lugar, há que fazer chegar aos interessados a informação de que são procurados atores e/ou figurantes. Para tal, a criação de um cartaz apelativo será o melhor a fazer nesta fase embrionária.

#### 3.1.5.1 O Cartaz

Opiniões divergem na criação de um cartaz referente a um casting. Muitos defendem que o cartaz deverá ter o mínimo de detalhe em relação ao projecto, sendo objectivo e imparcial, para que deste modo não influencie os potenciais interessados. Deverá apresentar a informação estritamente necessária, como o local e data do *casting*, o nome do projecto, se é remunerado ou não, um contacto de produção para pré-inscrição no mesmo e as características físicas procuradas na personagem. Ora, esta opção revela-se, na maior parte

---

<sup>18</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 58

das vezes pouco eficaz, dado que tem como resultado o pouco interesse por parte dos potenciais interessados e uma amálgama de candidatos muito diferenciados, sem qualquer especificidade em relação ao pretendido.



Figura 7 – Cartaz para o *casting* de *Dorme em Púrpura* (2015)

Pelo contrário, feitas as coisas com profissionalismo, o cartaz ideal deverá à partida transmitir um pouco do *look* inicial pretendido para o projecto. Isto não só atrairá interessados ao projecto pelo que ele é e não simplesmente porque sim, bem como o facto de ter um design apelativo está provado socialmente atrair ao consumo (neste caso, da informação comunicada).

Deverá ser acompanhado por uma pequena sinopse da história e uma descrição não só física mas também psicológica das personagens que se procuram. Um contacto de produção (*e-mail*, telefone, etc) deverá ser acompanhado de uma página de *Facebook*, um *website*, ou qualquer plataforma semelhante referente ao projecto. Não parecendo, a existência de uma presença *online*, dará imediatamente uma maior credibilidade ao projecto. Deverá igualmente indicar o local, data e horário de funcionamento do *casting*.

### 3.1.5.2 A Divulgação

Após a concretização do cartaz, é chegado o momento da sua divulgação. Existem, hoje em dia dezenas de plataformas *online*, como o caso do *Coffee Paste*<sup>19</sup>, ligadas diretamente às artes e ao mundo do espetáculo. Todas elas serão um bom ponto de partida, sendo que muitos atores e aspirantes ao mesmo as visitam diariamente na procura de oportunidades de trabalho.



Figura 8 – Plataforma *online* “Coffee Paste”

Outro modo de promoção é o mais tradicional, o de impressão de cartazes em papel e afixação em locais chaves, como escolas de teatro, grupos de teatro amador, agências, universidades, cafés com uma forte conotação artística, etc. No fundo, locais frequentados diariamente por pessoas do meio e potenciais interessados.

### 3.1.5.3 O Casting

A par com a divulgação do *casting*, será necessário tratar do mesmo. Aqui o produtor terá de procurar um local apropriado para tal, bem como tratar de organizar o *catering*,

<sup>19</sup> <http://www.coffeepaste.com>

material técnico necessário para a gravação de imagem (se necessário) e a organização dos participantes em diferentes períodos de tempo, de modo a evitar o cruzamento dos mesmos, filas de espera e desorganização para que tudo corra pelo melhor.

Numa produção académica, o local estará à partida assegurado. Utilizando mais uma vez a curta-metragem *Dorme em Púrpura* (2015), da qual fui produtor, como exemplo, foi nas instalações da universidade que os *castings* se realizaram.



Figura 9 – Candidatos a *casting* aguardando a sua vez

No que toca ao processo de *casting*, existem também inúmeras formas diferentes de o realizar, cada uma com os seus pontos fracos e fortes. Numa produção profissional, o processo tende a ser muito rápido e conciso, não demorando mais do que cinco minutos com cada candidato, tendo à partida, milhares para ver e analisar dentro de um tempo determinado. Podem existir uma ou mais fases, mediante a indecisão do realizador na escolha dos atores certos, fazendo-os passar por diferentes situações de modo a confirmar se a obtenção de resultados corresponde à expectativa criada. Num contexto académico o tempo é um pouco mais brando com o processo, permitindo, se necessário, uma maior envolvência entre a equipa e os candidatos.

No que toca ao desenrolar do *casting* em si, várias podem ser as premissas utilizadas: os candidatos podem ter recebido um excerto que devam preparar, retirado ou não do

argumento original. Outra possibilidade é tratar-se de um excerto retirado de um outro sítio qualquer, mas que transmita a mesma premissa pela que a personagem em questão se deva comportar.

Num âmbito muito mais criativo, o *casting* pode ter uma muito maior abertura sendo baseado em processos de improvisação mediante desafios postos perante o ator. É lhe apresentada determinada situação e contexto na perspectiva de assim analisar como é que o ator se comporta perante o inesperado. Esta tática pode inclusive ser utilizada entre vários atores de modo a analisar a sua relação e interação, bem como a química existente entre todos.

As táticas mais simples são também, a simples leitura e interpretação de parte do argumento, ou de algo que o ator escolha trazer de sua inteira responsabilidade.

#### O papel do produtor:

O produtor, para além de ser responsável por organizar todos os parâmetros necessários à realização de um casting, tem também a obrigação de receber e se despedir de todos os potenciais candidatos, recolhendo todas as informações de relevância necessária (como medidas, alergias, marcas físicas, contactos, etc.) “Sempre que os candidatos terminem uma prova o produtor deve agradecer pessoalmente a presença no casting, estabelecer uma data para dar uma resposta e realçar um aspecto positivo na prestação do ator. Deve usar sempre de diplomacia e simpatia pois, mesmo que não vá trabalhar com o ator nesse filme, poderá sempre voltar a relacionar-se num projecto futuro.”<sup>20</sup>

Feita a deliberação e escolha do elenco, o produtor terá assim de contactar todos os interessados informando-os da decisão (inclusive os que não foram escolhidos para o projecto). Finalizado o processo, a produção poderá agora continuar.

---

<sup>20</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 63

### 3.1.6 Equipa

Qualquer produção audiovisual requer uma equipa formada por entendidos em diferentes e específicas áreas de interesse para um resultado final de sucesso. Esta equipa é assim subdividida em diferentes departamentos, cada um com a sua própria organização e um número variável de integrantes.<sup>21</sup>



Figura 10 – Equipa de Som do documentário ficcional *Filtros* (2015)

No que toca a uma produção de âmbito profissional, o produtor está automaticamente responsável pela procura e contratação de uma equipa audiovisual competente. Uma má escolha de algum elemento pode comprometer qualquer uma das fases de produção seguintes, bem como o resultado final apresentado. Escusado será dizer que com tal responsabilidade entre mãos, o mau funcionamento de qualquer uma destas fases recairá, como já referido anteriormente, nas costas do produtor.



Figura 11 – Realizador e anotador do documentário ficcional *Filtros* (2015)

---

<sup>21</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 63



Debruçando-nos sobre a produção de baixo-orçamento, especificamente a académica, o processo de contratação *per se* não se realiza na verdadeira acessão da palavra. Tendo em conta que a equipa é formada por alunos de um mesmo curso, existe simplesmente uma escolha de membros, baseada no trabalho dos mesmos provado ao longo do tempo através de projetos realizados previamente, ou num contexto menos profissional, por simples exclusão de partes.

### 3.1.7 *Répérage*

Como já referido anteriormente, em nota de rodapé, a *répérage* é o termo utilizado para a pesquisa, procura e arquivação de locais que reúnam as condições necessárias para serem filmados e utilizados em determinada produção.<sup>22</sup>



Figura 12 – Exemplo de *répérage* para a curta-metragem *Dorme em Púrpura* (2015)

Num contexto profissional, a construção de *décores* assume um papel fundamental no contexto cenográfico de uma produção. Com o devido orçamento, quase todos os “locais” são assim criados de raiz, (ainda mais no mundo televisivo).



Figura 13 – Resultado final do *décor* após o trabalho de direção de arte e iluminação

---

<sup>22</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 72

Por outro lado, numa produção académica, ou mesmo numa independente, a recolha de locais reais para as rodagens tem uma muito maior presença, eliminando assim muitos dos problemas orçamentais. Utilizando como exemplo a curta-metragem *Dorme em Púrpura* (2015), muitos dos locais como o “Grande Hotel de Paris”, cederam as suas instalações para as filmagens do projecto em troca de serviços. Assim, no final das rodagens, alguns membros da equipa deslocaram-se até ao mesmo para tirarem algumas fotos com fim promocional. Revendo aquilo que já foi dito sobre o patrocínio, esta troca de serviços ou meios, tem um efeito muito mais barato e imediato, e como tal, é um óptimo *modo operandis*, quando o financiamento não confere grande espaço de manobra.

### 3.1.8 Orçamento

Quando falamos de orçamento, existem quatro grandes categorias de custos a considerar. Falamos então dos direitos de propriedade intelectual, os recursos humanos (técnicos e artísticos), recursos materiais e os custos gerais, como por exemplo, seguros.

Para uma criação plausível de um orçamento, há que em primeiro lugar, levantar o argumento final, determinando o elenco, equipa, o tempo de duração da produção (dias de rodagem), despesas de equipamento, arte, encargos de pós-produção, etc. Feito isto, o produtor ficará com uma ideia generalista de tudo o que será necessário, contactando de seguida fornecedores de equipamento, atores, equipa, etc, tentando assim calcular os gastos que serão feitos, para daí elaborar um orçamento base com a função de o apresentar a futuros investidores. Este orçamento, deverá ser dividido em dois diferentes aspectos: o custos “*above-the-line*”, (referentes às remunerações de criativos, como o produtor, realizador, etc e dos performers) e os “*below-the-line*”, como a equipa técnica, o seu equipamento e todas as necessidades técnicas de que uma produção carece.

O formato em que o filme será feito, é uma prioridade no que toca aos custos efectuados, pelo que os custos associados ao registo em película são muito mais exigentes, quer na fase das filmagens devido ao preço acrescido da mesma, como no processo de edição que requer um laboratório de revelação.

No caso de uma produção de baixo orçamento, todo este processo se torna muito mais estimulante, devido ao factor desafio. O produtor deve assim procurar uma resolução de problemas na base do gratuito, retirando assim gastos do orçamento, reservando-o para outras necessidades.

O modo como este é realizado, bem como a comparação entre uma produção de baixo-orçamento e uma produção profissional serão abordados posteriormente no capítulo intitulado “O Contexto Académico/Independente *versus* O Contexto Profissional”

O papel do produtor:

No meio de todo este caos, é necessário o produtor ter sempre em mente quais os seus papéis fundamentais: o levantamento do guião, o *casting*, a contratação da equipa, elaborar o orçamento, assegurar financiamento, procurar e definir locais de filmagem, assegurar o equipamento, veículos e *catering*, preparar acordos e assinar contratos com elenco e equipa, calendarizar a produção, pesquisar adereços e figurinos, contactar as autoridades locais (em

caso de necessidade), iniciar a construção/transformação de *décores* e contactar os serviços de pós-produção.<sup>23</sup>

## **3.2 A Produção**

### **3.2.1 Os Locais de Rodagem**

Neste ponto, todos os elementos da equipa, estarão devidamente cientes dos horários e planificação pré-estipulada para a rodagem. É também expectável que aqui, todos os décors estejam prontos a serem utilizados (interiores e exteriores), bem como a sua complementação com infraestruturas e material técnico de cada uma das diferentes áreas (iluminação, som, operação de câmara) e acima de tudo com o ambiente descrito previamente no argumento segundo as decisões do diretor de arte e do realizador.<sup>24</sup>

### **3.2.2 A Equipa**

O número de pessoas pertencentes a uma equipa de produção cinematográfica intervenientes na rodagem do projecto, depende numa grande escala de que tipo de produção estamos a falar, bem de como o seu tamanho e o orçamento do projecto. Quando falamos duma produção académica, o número de pessoas será obviamente reduzido, limitando a equipa às funções principais e necessárias à realização do projecto, cortando o *staff* ao mínimo (por razões logísticas e financeiras). Num projecto profissional, o número será largamente maior, contando com diferentes subdivisões das principais áreas, garantindo assim, à partida, uma muito maior eficácia e qualidade do resultado final. Durante as rodagens, participam a equipa de realização, produção, câmara, som, direção de arte, maquilhagem e cabeleireiro, eletricitas e maquinistas (no caso de uma produção profissional), transportes, atores e figurantes.

### **3.2.3 A Rodagem**

No que toca ao momento de iniciar as filmagens, ou “rodagens”, é necessário que o Produtor tenha em mente que deverá ser o primeiro a chegar ao *set*, bem como o último a

---

<sup>23</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 54

<sup>24</sup> *Ibidem*, p. 118

abandoná-lo. Isto serve para que tudo se encontre preparado a tempo para que o desenrolar das filmagens respeite os horários previamente estipulados, evitando atrasos e para que no final tudo se encontre arrumado e organizado e/ou preparado para o dia seguinte. Quanto mais eficiente o produtor for nesta pequena tarefa, melhor as coisas correrão.

No que toca a uma produção profissional, Sandra Lopes descreve o processo de rodagem como dividido em quatro diferentes fases: *blocking*, iluminação, ensaios e gravação.<sup>25</sup>



Figura 14 – João Gadelha e Cláudia Pinto em ensaio – *Dorme em Púrpura* (2015)

Assim sendo, o processo de *blocking* refere-se a uma espécie de ensaios geral privado, onde estarão presentes unicamente os atores (que entram na respectiva cena), o realizador, diretor de fotografia, assistente de realização e operadores de câmara. Este ensaio servirá para que se tomem decisões sobre os movimentos dos atores em cena, as posições e movimentos de câmara e o determinar conclusivo do *look* pretendido para a cena (e para o filme respectivamente). Enquanto isto é feito, o realizador fará uma leitura completa da cena com os atores (sem representação) para que juntos cheguem a algumas novas ideias e conclusões. Esta fase pode e deve ser repetida as vezes que forem necessárias até se atingir o resultado pretendido.

---

<sup>25</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 128

2. O processo de iluminação é apenas possível após o concluir do *blocking*. Isto devido ao facto de que para fazer o desenho de luz, é necessário que todas as posições estejam marcadas, bem como que o diretor de fotografia e o realizador estejam em total sincronia no que toca aos movimentos de câmara e ângulos pretendidos. Aqui, iluminadores, operadores e assistentes de câmara, eletricitas e o diretor de fotografia discutirão e montarão as luzes de acordo com a cena para que esta possa ser gravada.

É nesta fase também que os atores passam ao guarda-roupa e maquiagem para logo de seguida regressarem ao *set*.

3. Finalizados ambos os processos anteriormente referidos, todos regressam ao *set* para o ensaio final. Este difere do *blocking* no sentido em que tudo está pronto para ser filmado e os atores já darão a sua interpretação à cena. É também esta a fase dos últimos retoques. Falamos do som, da lentes, da direção de arte, das indicações aos atores, etc.



Figura 15 – Cláudia Pinto a ser maquiada – *Dorme em Púrpura* (2015)

4. Finalmente entramos na fase de gravação. Aqui, o assistente de realização deverá pedir silêncio total no *set*, pedir a confirmação da equipa de fotografia e de som e bater a claquete. Assim que o realizador gritar “ação” damos início à cena. O número de *takes* necessários até à obtenção da cena perfeita (som, imagem e *acting*) não tem limites previamente impostos. Tudo terá de ser polvilhado com um pouco de senso comum e observação sobre a exaustão tanto da equipa técnica como dos atores. No final de cada plano capturado, o anotador(a) deverá confirmar toda a sua informação com o realizador, diretor de fotografia e equipa de som para que possa assim indicar qual o melhor *take* (para referência futura no processo de edição).



Figura 16 – Carla Bolito e João Reis em *Filtros* (2015)

Finalizado o primeiro *take*, o processo será simplesmente repetido ao longo de toda a produção. Se tudo estiver previamente tratado e o planeamento for seguido com rigor, as rodagens desenrolar-se-ão de um modo tranquilo e sem qualquer tipo de atrasos. “Se existirem atrasos e for necessário fazer horas extras, estas não podem ser autorizadas nem pelo realizador, nem por ninguém no *set*. É uma prerrogativa do produtor!”<sup>26</sup>

Ao falarmos de uma produção académica, é seguro dizer (que embora o devessem) as coisas não correm de um modo tão linear. Em grande medida, isto deve-se antes demais à falta de experiência inerente aos membros de uma equipa, mas acima de tudo ao sentido de responsabilidade pouco apurado, bem como uma rapidez de raciocínio não muito aguçada no que toca ao tomar decisões ou fazer aquilo que tem de ser feito previamente. Não podemos claro, generalizar, nem tomar à partida uma produção académica como uma má produção e muito menos servirmo-nos de tal “rótulo” como uma desculpa para um trabalho pouco eficiente.

---

<sup>26</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 131



O papel do Produtor:

Segundo *Barbara Broccoli e Michael G. Wilson*<sup>27</sup>, dois produtores norte-americanos, o produtor deve estar presente desde o início das filmagens, à conclusão das mesmas. Em simultâneo, deverá assistir a todas as filmagens realizadas, mantendo-as em mente a todos os momentos. Esta informação será necessária posteriormente, na altura de tomar decisões. Por exemplo, se “[...] quando meses mais tarde, nos encontrarmos no processo de edição e estivermos em conversa com o estúdio responsável e nos apresentarem questões como “Pode-se mudar isto?” ou “Isto pode-se fazer?”, tem tudo de estar presente no nosso banco de memória.”<sup>28</sup> Ao fim e ao cabo, deste modo, o produtor saberá sempre o que responder, pois conhece todas as imagens captadas, sendo que viu sempre todas as filmagens durante o processo de rodagens.

---

<sup>27</sup> *Barbara Dana Broccoli e Michael G. Wilson* são filhos do conceituado produtor *Albert R. “Cubby” Broccoli*, responsável pelos filmes de *James Bond* até ao ano de 2005. A partir daí, assumem a produção dos mesmos.

<sup>28</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want*, p. 31

### 3.3 A Pós-Produção

#### O papel do produtor

Como já referido várias vezes, o papel do produtor é acima de tudo o de estar sempre à frente do seu tempo. Numa produção, profissional ou não, será pelo melhor se o produtor estiver já a preparar a fase de produção. Claro que isto se tornará possível muito mais facilmente se toda a fase de Produção decorrer dentro do calendário previsto.<sup>29</sup> Esta última fase, deverá assim ser encarada como uma fase completamente diferente de todas as outras, com a sua mão cheia de novos desafios e problemas a enfrentar. O produtor deverá então desempenhar um papel primordial, funcionando novamente como um negociador e um criativo. Tal como *Barbara Broccoli* faz questão de enfatizar, o produtor deve assistir a todas as filmagens durante o processo de rodagem, para que agora possa tomar conta do projecto em qualquer situação, incluindo aquela em que o realizador tenda a resistir a esta fase, por frustração de as coisas não terem corrido como previa. “O visionamento na pós-produção faz reviver o pesadelo vivido na rodagem”.<sup>30</sup> O produtor, terá como mais uma das suas funções a de incentivar o realizador a encarar tais situações como um desafio acrescido e entusiasmante (alimentando a sua mente criativa) para a resolução de problemas em pós-produção.



Figura 17 – Exemplo do processo de edição – *Dorme em Púrpura* (2015)

<sup>29</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 134

<sup>30</sup> *Ibidem*.

Aqui existe uma preocupação acrescida sobre o orçamento, sendo que se um projecto ultrapassar o orçamento previsto na fase de produção, será da fase de pós-produção que será retirado o dinheiro em falta. Cabe então ao produtor garantir que o orçamento estipulado para uma produção nunca deverá ser ultrapassado.

Num contexto profissional, é também da competência do produtor a busca e o aluguer de uma unidade de edição devidamente equipada, garantido o dinheiro necessário para a manter durante todo o processo de pós-produção. Numa produção académica, tal situação não se concretiza, pelo facto de que na maior parte das situações, as universidades dotadas de cursos de audiovisual se encontram já devidamente equipadas para o efeito. Cabe também ao produtor procurar o editor indicado para o projecto, o que mais uma vez não se verifica num contexto académico devido ao facto de que toda a equipa é geralmente fundada por alunos ligados ao projecto, aos quais as principais funções são atribuídas.

#### 4 O Baixo-custo – Relatividade e Perspectivas

Quando falamos em questões orçamentais, há que conseguir ver de fora para dentro, tentando compreender a dimensão do projecto, bem como o seu equivalente monetário para atingir um resultado satisfatório. Aqui falamos de perspectivas, pelo que o tamanho de uma produção terá sempre o seu equivalente.

Seguindo a velha máxima de que “mais é menos”, numa produção de baixo orçamento, é necessário manter em mente que o número de papéis e locais atribuídos se deve também manter ao mínimo indispensável. Mesmo que o produtor consiga encontrar locais e modos de deslocação gratuitos, tudo custará dinheiro mesmo que indiretamente, pois as boleias acontecerão inevitavelmente, bem como as despesas de restauração, etc.<sup>31</sup>

Esta é uma boa altura, para pôr de parte o contexto meramente académico e tentar perceber o que significa realmente ser “independente”. Nas palavras de *Simon Channing-Williams*, produtor de cinema, “Na verdadeira acessão da palavra, eu sou um produtor total e genuinamente independente.”<sup>32</sup> Simon, refere-se á indústria cinematográfica norte-americana tipicamente “*hollywoodesca*”. Aponta o trabalho aliado a um estúdio como uma espécie de prisão que lentamente vai distorcendo a visão genuína de quem quer contar uma história de determinada maneira. Assim sendo, declara a produção profissional como um contexto munido de uma mentalidade própria, mentalidade essa a qual o único propósito é o de ter determinado retorno das exposições do produto final. Para tal, uma série de “exigências” terão de ser preenchidas, como a presença de um ator, realizador ou diretor de fotografia de renome. Inevitavelmente tentariam alterar a história para que de algum modo abraçasse o espírito norte-americano e exigiram um grande nome do cinema comercial para o protagonista.

A ideia aqui, não está em ser contra qualquer um destes ideias nem dizer que é errado fazer cinema deste modo, mas o facto de um estúdio ter qualquer tipo de poder monetário sobre um projecto, acabará sempre por lhe dar também poder criativo, mexendo no equilíbrio natural que caracteriza o cinema independente.

---

<sup>31</sup> <http://www.thetakes.com/blog/5-rules-for-a-successful-low-budget-production>

<sup>32</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want*, p. 62

No fundo, a grande diferença entre ambos é a ideia de que o cinema independente pretende contar uma história como ela é, enquanto que o cinema profissional o fará também, mas sempre com um interesse financeiro à mistura, independentemente das cicatrizes que possa criar na pureza da história contada. Num, o objectivo é o de criar os filmes sem um limite de produções a serem feitas em simultâneo e sem prazos, enquanto que no outro existe uma obrigatoriedade para com entidades de ter um número mínimo de produções finalizadas em tempo limitado. Nas palavras de *Had Wallis*, este refere essa liberdade sentida na primeira pessoa. “(...) Passei a concentrar-me num filme de cada vez, levando um projecto do início ao fim. (...) Não tinha um número fixo de projetos a entregar nem qualquer tipo de prazos.”<sup>33</sup> No que toca à produção profissional, *Wallis* fala dos tempos em que trabalhou na *Warner Bros*, referindo o completo oposto. “Filmávamos cinco filmes, editávamos outros cinco e preparávamos ainda mais outros cinco ou dez em simultâneo. Havia uma enorme quantidade de trabalho

---

<sup>33</sup> MCBRIDE, Joseph, *Filmmakers On Filmmaking*, p. 15

## 4.1 O Contexto Académico/Independente *versus* O contexto Profissional

### 4.1.1 O Género

#### Contexto Académico/Independente

O género escolhido para uma produção cinematográfica de baixo-orçamento (terror, ficção-científica, romance, comédia, etc.), é um dos pontos chave no que toca à sua criação e sucesso futuros. Na maioria das opiniões, o terror ocupa o primeiro lugar de preferências relativas ao baixo-orçamento, embora a acção, apesar de mais bem sucedida no que toca ao apelo da audiência se mostre um desafio acrescido no que toca à relação preço/qualidade.

A indústria considera ainda a comédia, como o género mais arriscado a ser produzido, pelo que o que é considerado engraçado nos Estados Unidos da América, pode não ser considerado no Japão e/ou em Espanha, principalmente após as suas respectivas traduções, dobragens, etc.<sup>34</sup>

#### . Contexto Profissional

Num contexto profissional, a escolha do género a produzir, não deixa de ser uma questão pertinente, pois este, será um dos factores responsáveis pelo sucesso ou insucesso do produto final perto de uma audiência. As opiniões divergem mais uma vez, apontando vários problemas no que toca a diferentes géneros.

O Documentário é tido como o mais problemático, acima de tudo pela sua execução. Dias e horas de filmagens, tornam o processo lento e penoso aquando da edição. Existe um trabalho de pesquisa e organização de informação recolhida ainda antes do processo de edição, o que mais uma vez, leva muito tempo. Para não falar da recolha de imagens com diferentes tipos de câmara, a ajuda de especialistas para confirmar a credibilidade das informações, e todas as deslocações necessárias, muitas vezes à volta do globo.

A Comédia é tida como um dos géneros preferidos, especialmente pelo público norte-americano. Contudo, também ela detém toda um conjunto de questões a discutir quando aplicada ao cinema e televisão.

---

<sup>34</sup> <http://www.thetakes.com/blog/5-rules-for-a-successful-low-budget-production>

A Ficção, por último exemplo, é conhecida pela mais desenvolvida ao nível do argumento. Requer a recolha prévia de locais (como já referenciado), e um entrelaçar preciso de diálogos e trama do início ao fim.<sup>35</sup>

#### 4.1.2 O Orçamento

##### . Contexto Académico/Independente

Na questão orçamental, os gastos deverão sempre ser tidos em conta de encontro ao mínimo absoluto. Assim sendo, o argumento escolhido, deverá ter um cariz de concepção razoavelmente simples de modo a evitar extravagâncias desnecessárias e contraproducentes. Será de considerar uma campanha de *crowd-funding*, com a intenção de sondar o público-alvo, para assim ter uma noção sobre se o projecto terá uma audiência a servir, ainda antes de começar. Caso o contexto englobe a utilização de um ator de renome, ou alguém que traga visibilidade ao projecto perto do público, será à partida uma mais valia. Quando nos debruçamos sobre uma produção meramente académica, o orçamento será na maior parte das vezes bastante reduzido. Como diz a autora Sandra Lopes, quando tratamos de um filme com baixo orçamento, o processo torna-se muito mais estimulante, pois é necessário procurar e garantir o maior número de elementos gratuitos.<sup>36</sup> Falemos, por exemplo, de 3.000€ - o valor que o ICA cedeu à Universidade Católica Portuguesa do Porto para cada uma das produções do Mestrado de Som e Imagem – especialização de Cinema, no ano lectivo de 2014/2015. Ao estabelecer uma partilha de gastos bem pensada, este valor consegue cobrir o pagamento de atores (que serão quase sempre em número reduzido derivado á característica fundamental dos projetos – a curta-metragem), bem como todos os gastos principais, não contando com o pagamento da equipa técnica dada a sua composição por alunos do próprio mestrado.

##### Contexto Profissional

No que toca a uma produção profissional, *Barbara Broccoli* fala-nos sobre as suas preocupações à cerca dos custos enquanto se desenvolve um argumento. Quando se está dependente do financiamento por parte de um estúdio, como a *Warner Bros.* ou a *Paramount Pictures*, o sentimento de responsabilidade é muito maior, pelo que um produtor tende a tratar esse dinheiro como se do seu mesmo se tratasse. “Eu debato-me muito mais com que questões

---

<sup>35</sup> <http://aframe.com/blog/2013/07/tv-genres-common-problems-of-production/>

<sup>36</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 96

financeiras no que toca à construção em relação a um filme, do que em obras de remodelação na minha própria casa!”<sup>37</sup> Tudo se trata de saber como e quando utilizar o dinheiro, já que muitas vezes se pode gastar uma quantidade enorme do mesmo e nem sequer se notar no ecrã, o que é fulcral. Muitas vezes, será melhor saber gerir melhor as coisas não gastando tanto e conseguindo o mesmo, ou até, um melhor efeito. Claro que tudo isto depende de quem o produtor tem à sua volta, bem como da sua experiência e modo de resolução de problemas. “(...) quando se tem a noção de que cada cêntimo desempenha um papel crítico, queremos vê-lo no ecrã.”<sup>38</sup> Esta preocupação com quanto vai custar cada coisa, terá de ser tida em conta aquando da análise do argumento e/ou *storyboard*. Se por exemplo, existe uma cena em que uma personagem tem de percorrer um corredor até chegar a uma divisão, há que ter em conta que todo esse corredor terá de ser montado. Desde as paredes em si, à decoração do espaço, tudo isto terá um custo respectivo, numa cena em que a última coisa importante é o corredor em si. Então, porque não, simplesmente fazer a personagem entrar na porta da divisão seguinte? Assim se poupa tempo e dinheiro, conseguindo exatamente o mesmo efeito.

É claro, que nesta fase, teremos de falar de um dos principais combustíveis de uma produção cinematográfica, seja ela de que qualquer cariz – o patrocínio.

---

<sup>37</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want*, p. 38

<sup>38</sup> *Ibidem*.



#### 4.1.3 O Patrocínio

Entenda-se o termo patrocínio como uma variável de comunicação cujo objectivo é a transmissão do nome e da imagem de uma empresa, bem como dos seus produtos e serviços, através da sua associação a determinado evento, entidade desportiva ou cultural. No caso de uma produção audiovisual, falamos maioritariamente do chamado Patrocínio Promocional.



Figura 18 – Imagem onde é possível observar o “*product placement*” – *Twilight* (2008)

Aqui, o objectivo da empresa é a promoção da marca e dos seus produtos e/ou serviços, através de um apoio financeiro ou de material, a um acontecimento de cariz cultural, com a finalidade de retirar benefícios traduzidos num retorno de vendas. Quando falamos de patrocínios no cinema, estes podem contemplar um vasto leque de possibilidades. O patrocínio pode ser interpretado como um acordo entre duas entidades, em que ambas retiram algo de benéfico para si com a experiência, como já referido, embora não tenha necessariamente de haver dinheiro envolvido. Deste modo, podemos facilmente resolver determinados “problemas”, poupando o orçamento e podendo, deste modo, guardar algum dinheiro para posteriores eventualidades. Claro, que o financiamento nunca é uma tarefa fácil. “(...) como se convence alguém a financiar um primeiro projecto de um produtor ou realizador? Não existe uma fórmula secreta de sucesso para angariar patrocínios. Ouve-se

muitos não antes de se ouvir um sim. É necessário ser perseverante, persuasivo e acreditar no projecto.”<sup>39</sup>

No caso da curta-metragem *Dorme Em Púrpura* (2015), realizada por Jotta Dúbio (aluno de Som e Imagem da Universidade Católica Portuguesa do Porto), o patrocínio teve um enorme papel, principalmente no que toca à alimentação de toda a equipa (atores e equipa técnica), pelo que a cadeia de supermercados *Intermarché* disponibilizou uma enorme quantidade de alimentos em condições consideradas impróprias para venda, mas perfeitamente passíveis de serem utilizadas e/ou consumidas. Deste modo, toda a parte do orçamento pensada para a alimentação, foi poupada. Em troca, todos os cartazes e meios de divulgação e promoção do projecto, ostentavam o logótipo da cadeia de lojas e/ou serviços, promovendo-a.

Outros exemplos, são os patrocínios de lojas de roupa em segunda mão, como a “*Mon Père*” e a “*Absolut Tribut*” - que se encarregaram de vestir todas as personagens em troca de nada (falando monetariamente), bem como o patrocínio da “Porta de Ferro”, loja de decoração localizada na cidade do Porto, que cedeu também e de bom grado, imensos acessórios para complementar a direção artística do projecto.



Figura 19 – Presença do patrocínio no cartaz final – *Dorme em Púrpura* (2015)

### A Distribuição

O termo distribuição é entendido pelos diferentes processos de duplicação, publicidade e promoção de uma obra audiovisual para cinema, televisão ou para o mercado de *home*

<sup>39</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 88

*vídeo*, quer no país de origem, quer internacionalmente. O conjunto formado pela produção, distribuição e exibição é geralmente comparado a um processo tradicional de manufactura e venda de qualquer objecto, no sentido em que muitos autores defendem a realização de uma prospecção de mercado, da audiência e do que os distribuidores procuram ainda antes de se iniciar uma produção.<sup>40</sup>

Refletindo um pouco sobre o que foi já falado no capítulo referente ao patrocínio e dando algum ênfase ao chamado “*product placement*”, este poderá também ter um grande papel no que toca a promoção e possível distribuição de um filme. *Barbara Broccoli*, utiliza o seu legado assente sobre as aventuras de *James Bond* e a ligação que detém com a *Ford* como um bom exemplo de uma aliança benéfica para ambas as partes. “Não recebemos pagamentos em dinheiro. Muita gente pensa que recebemos uma enorme quantidade de dinheiro para que determinado produto seja colocado no filme, mas não é assim que funciona.”<sup>41</sup> O que acontece, é que neste caso, a *Ford* ganha imenso ao nível da promoção do seu próprio produto ao colocá-lo num *blockbuster*. A partir daqui, ambos terão a ganhar pois, “Poupa-nos imenso o orçamento destinado para a publicidade se tivermos produtos e anúncios, portanto se a *Ford* tenciona realizar um onde utiliza o *Jaguar* ou algo do género, isso é bom para eles – porque vão utilizar clipes do filme – e funciona para nós porque significa que não teremos de comprar esses minutos de televisão para passar um *trailer*. É assim, um benefício para o filme e um benefício para o produto.”<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> LOPES, Sandra, *Manual Prático*, p. 155

<sup>41</sup> WINTER, Helen de, *What I Really Want*, p. 43

<sup>42</sup> *Ibidem*.

## 5 Conclusão

Finda esta dissertação, são inúmeras as conclusões e conceitos apreendidos. Mais do que tudo o resto, o produtor é um dos principais motores de uma produção, dada a sua pluralidade de funções e objectivos a cumprir. Há que reter a importância do seu cargo, bem como a necessidade de uma correta instrução para o desenvolver de futuros produtores no ramo cinematográfico, já que tudo recai sobre as suas mãos e as decisões que toma, independentemente de serem feitas a solo ou em equipa. A sua palavra será sempre final, e deverá ser sempre certa para o bom começo, desenrolar e conclusão de um projecto.

O que interessa entender, após a leitura desta pesquisa, são os diferentes processos e fases pelo qual uma produção tem de passar, no seu desenrolar. Tendo como especial enfoque o papel do produtor, há que compreender exatamente quais as suas funções de modo a não se sobrepor às de outrem, e vice-versa. O sucesso de uma metragem, (seja ela curta, média ou longa; de cariz comercial independente ou puramente académico) depende acima de tudo de uma boa gestão de recursos, financiamento e correto planeamento por parte do produtor.

Durante o desenvolver deste documento, um dos objectivos a cumprir que se mostrou desde logo desafiante, foi a procura de uma distinção entre o cinema profissional/comercial e o independente/académico, dado que estas duas categorias se poderiam subdividir em muitas mais. Assim sendo, foi complicado referir-me a ambas com a certeza de que tudo se aplicava a umas e outras, embora tenha sido de grande interesse debater as suas diferenças e semelhanças. O papel do produtor, contudo, é semelhante em ambas, tirando algumas exceções, como o papel criativo do mesmo em diferentes contextos.

Na questão do orçamento, foram abordados vários modos de obter financiamento, bem como modos de fazer a sua boa gestão, não comprometendo um projecto no futuro próximo. Desde o *crowd-funding*, passando pelo patrocínio e o *product placement*, culminamos na distribuição que pode muitas vezes nascer de um dos pontos anteriores.

Sem nenhum tipo de experiência no ramo da produção, pelo menos a um nível dito, oficial, encontrei no projecto final um papel sobrecarregado de responsabilidade e constante *stress*, acabando por compreender que estes são inerentes à produção. A questão “mas o que é que um produtor faz?” sempre me invadiu o pensamento desde os primeiros passos na área do cinema e vídeo, pelo que a descoberta (tanto a nível intelectual como prático), se revelou uma

experiência simultaneamente exaustiva e fascinante, aquando do visionamento do produto final.

Cheguei assim à conclusão de que o produtor faz tudo. Não na verdadeira acepção da palavra, é claro, fazendo contudo a grande maioria do que envolve a concretização de um projecto audiovisual.

O produtor está assim presente em todas as fases, desde a concepção (escolhendo o argumento a produzir e a equipa que quer ter a seu lado tendo sempre em mente os melhores resultados), ao desenvolvimento e pré-produção (analisando o argumento, recolhendo fundos, realizando um orçamento, organizando horários a cumprir, tratando de contratações, concebendo a concretização do *casting*, encontrando locais para a rodagem, etc.), passando pela produção e as rodagens em si. Neste ponto, está já a pensar de antemão na fase de pós-produção (onde terá de garantir material e técnicos capacitados para a mesma, bem como pensar na distribuição do produto).

Esta dissertação ganhou um conceito muito mais didático, tendo sido bem sucedida na discriminação do processo de produção em todos os aspectos abrangidos pelo produtor. O seu intuito foi cumprido, sendo este o da instrução do mesmo para aqueles que tiverem a curiosidade e a vontade necessárias para seguirem este ramo. Ajudou-me, acima de tudo a perceber quais os limites e a abrangência das responsabilidades que o cargo acarreta, bem como onde atentar os erros de uma produção.

No que concerne ao futuro, a produção será sempre uma área de grande interesse da minha parte, embora tenha descoberto na direcção de arte a minha verdadeira paixão. Contudo, e mais uma vez, uma não vive sem a outra, pelo que todos os conhecimentos por mim adquiridos ao longo desta dissertação são de enorme importância para ambas as áreas, as quais, tendo oportunidade, tenciono abraçar em conjunto.

Acima de tudo, esta pesquisa e análise permitiu só não entender o produtor, como um pouco de todo o processo cinematográfico, desde a fase embrionária, á sua divulgação seja a nível nacional como internacional. Permitiu conhecer as diferentes fases que constituem a preparação e rodagem de um filme, o que aliado à experiência da curta-metragem que produzi – *Dorme em Púrpura* (2015) – me tornou muito mais eficaz no cumprimento de objectivos e desenvolvimento de competências.

## Referências e Bibliografia

DALE, Martin, *The Movie Game*, London and New York: Cassel, 1997;

JÄCKEL, Anne, *European Film Industries*, London: British Film Institute, 2003;

LOPES, Sandra, *Manual Prático de Produção*, Lisboa: Chiado Editora, 2014;

MCBRIDE, Joseph, *Filmmakers On Filmmaking Volume One*, Los Angeles: J. P. Tarcher, Inc., 1983;

TURMAN, Lawrence, *So You Want To Be A Producer*, New York: Three Rivers Press, 2005;

WINTER, Helen de, *What I Really Want To Do Is Produce*, London: Faber and Faber Limited, 2006

Webgrafia:

<http://aframe.com/blog/2013/07/tv-genres-common-problems-of-production/>

<http://www.thetakes.com/blog/5-rules-for-a-successful-low-budget-production>

<http://www.wikihow.com/Create-a-Storyboard>

## ANEXOS

Anexo A

Guião Técnico

Dias de Rodagem	Nº de Cena	Nº de Plano	Interior/Exterior	Iluminação	Ângulo	Escala de Plano	Movimento	Local	Descrição da ação	Áudio	Montagem e Sequencição	Obs.
(a definir)	1	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Monte Farinha (Mondim de Basto)				
(a definir)	2	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Figas de Ermelo (Mondim de Basto)				
(a definir)	3	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Campos de Vinha (Veade)				
(a definir)	4	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Campos de Vinha (Atel)				
(a definir)	5	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Ponte Romana sob Rio Tâmega (Ribeira de Pena)		Música (a definir)	(a definir)	
(a definir)	6	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Ponte Romana sob Rio Tâmega (Cavez)				
(a definir)	7	(a definir)	Exterior	Natural	(a definir)	Plano Geral	(a definir)	Ponte Romana sob Rio Tâmega (Mondim de Basto)				

Anexo 1 – Exemplo de guião técnico



Anexo B



Anexo 2 – Exemplo de *storyboard*