

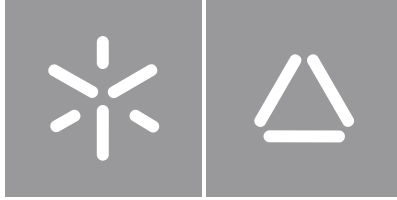
Carolina Pereira
**A produção audiovisual em Portugal:
desafios, dificuldades e exigências
para a criação de uma produtora**



Univeridade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Carolina Pereira

**A produção audiovisual em Portugal:
desafios, dificuldades e exigências
para a criação de uma produtora**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Carolina Pereira

**A produção audiovisual em Portugal:
desafios, dificuldades e exigências
para a criação de uma produtora**

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Audiovisual e Multimédia

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Sara Pereira

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



Atribuição-NãoComercial-Compartilhalgal
CC BY-NC-SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

AGRADECIMENTOS

Começo por agradecer à minha família.

Aos meus pais, por me terem dado todas as oportunidades do mundo e por estarem sempre do meu lado.

Aos meus irmãos por serem os meus maiores exemplos, sem os quais nada disto seria possível.

Ao meu namorado por me acompanhar desde o início desta caminhada, enchendo-a de amor.

À minha cunhada por todas as [boas] conversas.

Ao meu sobrinho por ser a razão do meu sorriso mais fácil.

A todos os tios e primos por na distância me fazerem sentir sempre em casa.

Agradeço também a todos os meus amigos, aos que já tinha e aos que foram surgindo, por terem tornado esta caminhada tão leve e feliz. Um especial obrigado à Catarina, à Flávia e ao Pedro (Noites) por todos os desabafos que foram obrigados a ouvir.

Como não podia deixar de ser, agradeço ao meu orientador de estágio, Pedro Bravo, por ter acreditado em mim e por me ter proporcionado a melhor e mais enriquecedora entrada no mundo profissional.

Por fim, agradeço à professora Sara Pereira, pela paciência e pela orientação na elaboração do presente relatório.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultado em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Os produtores entrevistados deram consentimento para serem identificados, a si próprios e às suas produtoras.

Mais declaro que conheço e que respeito o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Título

A produção audiovisual em Portugal: desafios, dificuldades e exigências para a criação de uma produtora

Resumo

O presente Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, na área profissionalizante de Audiovisual e Multimédia, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, decorre do estágio realizado na Kinéma no período de seis meses, entre 23 de agosto de 2021 a 23 de fevereiro 2022.

Desta experiência, onde foi possível ter um contacto direto com uma empresa audiovisual em Portugal, resultou uma evolução pessoal enquanto entusiasta pela produção audiovisual. Neste estágio, coordenado por Pedro Bravo, produtor da Kinéma, foi possível aprender e perceber o funcionamento das produções (na Kinéma) bem como ter uma maior noção de como se gere uma empresa no setor audiovisual.

Da experiência destes seis meses resultou a questão que se procura estudar neste Relatório: “Quais são os processos inerentes à criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo em consideração o desempenho do cargo de produtor/a?”. Para fazer esta análise recorreu-se à realização de entrevistas a dez produtores audiovisuais que constituíram a sua produtora em Portugal. Os objetivos centram-se em saber o que envolve a criação de uma produtora audiovisual em Portugal; identificar os passos, necessidades, desafios e constrangimentos na criação de uma empresa de produção audiovisual; identificar as características e o percurso de um produtor audiovisual para criar a sua própria empresa e obter um maior conhecimento sobre o funcionamento da industrial audiovisual em Portugal.

Com este estudo, de um modo geral, conclui-se que apesar dos constrangimentos e dificuldades é possível ter sucesso na criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo como base fatores como ter um plano de negócios, contratar um contabilista, ter uma perspetiva internacional, fazer um micro orçamento para a empresa, mas em especial o fator “vontade”.

Palavras-chave: audiovisual; audiovisual em Portugal; constituição de uma produtora audiovisual; produção audiovisual; produtor audiovisual;

Title

Creating an audiovisual production company in Portugal: challenges, difficulties and requirements to create a production company.

Abstract

The current Internship Report, carried out within the scope of the Master in Communication Sciences, in the professional area of Audiovisual and Multimedia, at the Institute of Social Sciences of the University of Minho, is a result of the internship carried out at Kinéma during six months, between August 23, 2021 to February 23, 2022.

This experience, where it was possible to establish direct contact with an audiovisual company in Portugal, resulted in a personal evolution as an enthusiast for audiovisual production. During the internship, coordinated by Pedro Bravo, producer at Kinéma, it was possible to learn and understand how productions operate (at Kinéma) as well as to have a better idea of how to manage a company in the audiovisual sector.

The experience described resulted in the question that this Report aims to study: “What are the processes inherent in the creation of an audiovisual production company in Portugal, taking into account the performance of the producer role?”. To carry out this analysis, interviews were conducted with ten audiovisual producers who founded their production company in Portugal. The objectives are centered on: understanding the requirements for the creation of an audiovisual production company in Portugal; identify the steps, needs, challenges and constraints in creating an audiovisual production company; identify the characteristics and path of an audiovisual producer to create his/her own company; and gain greater knowledge about the operating model of the audiovisual industry in Portugal.

With this study, in general, it is concluded that, despite the constraints and difficulties, it is possible to succeed in creating an audiovisual production company in Portugal, taking into account critical factors such as having a business plan, hiring an accountant, having an international perspective, making a micro-budget for the company, but especially having the “will” factor.

Keywords: audiovisual; audiovisual in Portugal; constitution of an audiovisual production company; audiovisual production company; audiovisual director

Índice Geral

Introdução.....	2
Capítulo I – A Experiência de estágio na produtora Kinéma	4
1. Apresentação da produtora Kinéma.....	4
1.1. As primeiras produções	4
1.2. A Kinéma atualmente	5
2. A experiência de estágio na produtora audiovisual Kinéma	6
2.1. “Comtradição”	7
2.1.1. Pré-produção.....	8
2.1.2. Funcionamento das gravações de um programa de culinária pela Kinéma.....	13
2.1.3. Gravações (Produção)	14
2.1.4. Pós-Produção	18
2.2. “Cadernos da Filipa”	26
2.3. “Future Makers”	26
2.4. “Vasco WellenKamp”	28
2.5. <i>Branded Content</i> – Na Companhia dos Frescos	28
2.6. “O da Joana”	29
2.6.1. Pré-Produção.....	29
2.6.2. Gravações (Produção)	34
2.6.3. Pós-Produção	37
2.7. “Danças na Cidade”	38
2.7.1. Pré-Produção.....	38
2.7.2. Gravações	40
2.8. Outras tarefas na produtora Kinéma.....	42
2.9. Reflexão final	44
Capítulo II – O caminho do audiovisual pelo mundo e os produtores audiovisuais.....	48
1. O surgimento do audiovisual.....	48
2. O cinema como indústria	49
2.1. Das salas do cinema à televisão	51
2.2. Do cinema e da televisão à internet e a cultura de convergência.....	55
3. A área da produção no audiovisual e os produtores audiovisuais.....	57
4. Os primórdios do cinema e do audiovisual em Portugal	60

4.1. A produção e a indústria audiovisual em Portugal.....	63
Capítulo III – Metodologia de Estudo.....	68
1. Objetivos do Estudo.....	68
2. Recolha de dados: a entrevista.....	69
2.1. Seleção dos entrevistados.....	69
2.2. Realização das entrevistas.....	70
3. Categorias de análise.....	71
Capítulo IV – A constituição de uma produtora em Portugal: a perspetiva e a experiência de dez produtores entrevistados.....	75
1. Caracterização e contextualização dos produtores e das produtoras.....	75
2. Interesse pela produção e pelo cargo de produtor.....	81
3. Vantagens e desvantagens do curso de cinema e as unidades curriculares.....	86
4. As motivações dos produtores para criar uma produtora e as suas perspetivas entre a produção no Norte de Portugal e Lisboa.....	89
4.1. A Motivação dos produtores para criarem a sua própria produtora.....	89
4.2. As perspetivas dos produtores do Norte de Portugal relativamente aos produtores da região de Lisboa.....	91
5. Processos e questões a ter em consideração para criar uma produtora.....	92
5.1. As dificuldades dos produtores no processo de constituição da sua produtora.....	100
5.2. Os primeiros tempos depois da constituição de uma produtora.....	104
5.2.1. De 1992 a 2020: As diferentes experiências dos produtores na constituição das suas produtoras.....	106
6. Perceções sobre a área do audiovisual em Portugal.....	109
7. Síntese.....	116
Conclusão e considerações Finais.....	118
Referências.....	123
Apêndices.....	126

LISTA DE ABREVIATURAS

SICAE - Sistema Informação da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas

CAE - Código de Atividade Económica

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

Covid-19 – *Coronavirus Disease 2019*

VOSDAL – *Viewing On Same Day As Live*

IVA – Imposto de Valor Acrescentado

DIT – *Digital Imaging Technician*

DGPC – Direção-Geral do Património Cultural

CNB – Companhia Nacional de Bailado

UC – Unidade Curricular

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TVI – Televisão Independente

IRC – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

TOC – Técnico Oficial de Contas

ICA – Instituto de Cinema e do Audiovisual

ADN – Ácido Desoxirribonucleico

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - E-mail enviado às empresas de <i>catering</i>	8
Figura 2 – Capa do receituário do programa para o 24Kitchen.....	10
Figura 3 – Primeira receita do episódio nº1 da temporada nº3.....	10
Figura 4 - Dinâmica diária de gravação dos programas para o 24Kitchen por parte da Kinéma.....	13
Figura 5 - Dinâmica do período de gravações dos programas de culinária para o 24Kitchen por parte da Kinéma.....	14
Figura 6 e 7 – Anotação da receita durante o período de gravações.....	16
Figura 8 – Transcrição das receitas para um <i>software</i> digital.....	19
Figura 9 – Sinopse de um episódio do programa de televisão “Comtradição” para o 24Kitchen.....	19
Figura 10 – Mapa de pós-produção do programa “Comtradição” para o 24Kitchen.....	20
Figura 11 - Mapa de produção do programa “Comtradição” para o 24Kitchen.....	21
Figura 12 – Grafismos para uma receita de um episódio do programa “Comtradição” para o 24Kitchen.....	23
Figura 13 – Resultado final do grafismo.....	23
Figura 14 – <i>Setup</i> do estúdio de cor para o <i>grading</i> dos programas de televisão para o 24Kitchen..	24
Figura 15 – Tabela de “Music Cue Sheet”.....	25
Figura 16 – <i>E-mail</i> /tipo para autorização de gravação nos monumentos da DGPC.....	39
Figura 17 – Processo de pré-produção e gravação do projeto “Danças na Cidade”.....	40
Figura 18 e 19 – Lista de Armazéns.....	42/43
Figura 20 - Elaboração e apontamentos do exercício para orçamentar um projeto.....	44
Figura 21 – Apontamento das dicas adquiridas ao longo do período de estágio curricular.....	46
Figura 22 - Espectadores de cinema em Portugal entre 1955 e 2019.....	52
Figura 23 - Sessões de cinema em Portugal entre 1955 e 2019.....	53
Figura 24 – <i>Site</i> “SICAE” com CAE selecionado nº 59110.....	64
Figura 25 – <i>Site</i> “SICAE” com CAEs principais e CAEs secundários selecionados.....	64
Figura 26 – Motivação dos entrevistados para assumir o cargo de produção.....	82
Figura 27 – Orçamentos e financiamentos em países de menor escala (como Portugal).....	112

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Representação gráfica do nº de entrevistados “Por Interesse” e “Por Necessidade” para assumir o cargo de produção.....	71
Tabela 2 – 5 “passos específicos para a constituição de uma produtora audiovisual em Portugal” e 8 “Passos gerais para a constituição de qualquer empresa”	96

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice I – Guião de questões realizadas aos entrevistados

Apêndice II – Termo de consentimento informado

Apêndice III – Declaração de autorização de utilização do nome do produtor e da produtora a que se associa

Escolhe um trabalho de que gostes, e não terás que trabalhar nem um dia da tua vida.
Confúcio

Introdução

O presente relatório surge da experiência de estágio ocorrida entre 23 de agosto de 2021 e 23 de fevereiro de 2022 na produtora portuguesa Kinéma, situada em Lisboa, com a orientação do produtor e diretor Pedro Bravo. Esta oportunidade surgiu no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação da área profissionalizante de Audiovisual e Multimédia, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Da experiência de estágio foi possível elaborar a questão de investigação deste trabalho: “Quais são os processos inerentes à criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo em consideração o desempenho do cargo de produtor/a?”. Para responder a esta questão foram realizadas dez entrevistas a dez produtores que constituíram a sua produtora em Portugal. O guião da entrevista contava com cerca de onze questões divididas em quatro categorias. A primeira procurava conhecer e contextualizar o entrevistado; a segunda pretendia perceber qual a motivação do entrevistado para se tornar produtor; a terceira, tinha como objetivo saber o que se deve ter em consideração para se criar uma produtora e, por fim, a última pretendia conhecer a opinião e o ponto de vista dos entrevistados relativamente à área do audiovisual em Portugal. Apesar de serem estas as questões orientadoras pensadas desde o início do estudo, durante as entrevistas foram surgindo outros temas que se considerou interessante analisar, por exemplo, a motivação dos já produtores para criarem a sua própria produtora e as perspetivas dos produtores do norte de Portugal relativamente aos produtores da região de Lisboa.

Os objetivos deste estudo centram-se em saber o que envolve a criação de uma produtora audiovisual em Portugal; identificar os passos, necessidades, desafios e constrangimentos na criação de uma empresa de produção audiovisual; identificar as características e o percurso de um produtor audiovisual para criar a sua própria empresa e obter um maior conhecimento sobre o funcionamento da industrial audiovisual em Portugal.

Todas as aprendizagens são adquiridas ao longo de experiências e, como tal, neste estágio foi possível vivenciar o método de trabalho da produtora em questão e assim conhecer os mecanismos e estratégias para o bom funcionamento da mesma. No âmbito do estágio foi possível participar em sete projetos, embora a total participação nas três fases de produção (pré-produção, produção e pós-produção) tenha sido possível apenas em dois projetos (Comtradição e O da Joana). Esta experiência será relatada no primeiro capítulo deste trabalho por ordem dos projetos realizados.

No Capítulo II foram abordados temas como o surgimento do audiovisual e a emergência do mesmo até à atualidade, a área da produção audiovisual e os seus produtores e uma breve história e situação do audiovisual em Portugal.

O terceiro capítulo contou com a metodologia do estudo realizado. A técnica de recolha de dados utilizada foi a entrevista, um método de cariz qualitativo que possibilitou a análise das destas entrevistas com vista a resposta à questão de investigação mencionada.

Por fim, no quarto e último capítulo foi realizada a análise das entrevistas onde foi possível perceber as semelhanças e as diferenças nas respostas de dez produtores portugueses relativamente à constituição de uma produtora audiovisual e ao desenvolvimento da mesma em Portugal.

CAPÍTULO I

A Experiência de estágio na produtora Kinéma

Neste primeiro capítulo será apresentada a produtora onde foi realizado o estágio curricular bem como o produtor da mesma. De seguida, será relatada toda a experiência de estágio contando com as aprendizagens e a envolvimento em projetos no período de seis meses.

1. Apresentação da produtora Kinéma

A KNMA Media Unipessoal LDA, mais comumente chamada de Kinéma, foi a empresa que acolheu o meu percurso de seis meses de estágio curricular.

A empresa encontra-se registada pela SICAE (Sistema informação da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas) com o CAE (Código de Atividade Económica) 59110 como empresa de “produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão”. Foi registada legalmente em 2010 mas, aquilo que levou ao surgimento da empresa iniciou uns anos mais cedo com um jovem empreendedor e futuro produtor e dono da empresa Pedro Bravo.

Foi desde os seus 16 anos que descobriu o gosto por “fazer filmes” e a partir daqui facilmente percebeu que seria este o seu futuro. Foi então aos 18 anos, já no curso de Cinema na Escola Superior de Teatro e Cinema no Instituto Politécnico de Lisboa, partindo da necessidade de se afirmar como uma produtora de filmes, que se registou como empresa legal com o nome de Kinéma, a 30 de maio de 2010. A origem deste nome surge da palavra cinema, em grego, “Kinéma” que significa “movimento”. Para além de proprietário e produtor da Kinéma o Pedro Bravo é também realizador em alguns projetos, nomeadamente, os programas de culinária do canal de televisão 24Kitchen.

Relativamente ao período de estágio de 6 meses (de 23 de agosto de 2021 a 23 de fevereiro de 2022) o Pedro Bravo exerceu o papel de coordenador. Como tal, todo o estágio e, consequentemente todo o relatório, seguem as aprendizagens e as tarefas atribuídas pelo mesmo.

1.1. As primeiras produções

Durante uma entrevista com o produtor o mesmo referiu que o início da atividade da produtora se pode dividir em duas fases. A primeira fase refere-se aos primeiros trabalhos com os seus colegas na disciplina de Área de Projeto no ensino secundário onde faziam curtas-metragens. A segunda refere-se ao momento em que ingressa na Escola Superior de Teatro e Cinema coincidindo esta fase com o

surgimento da produtora como empresa. Nesta segunda fase as primeiras produções centravam-se, principalmente, em videoclipes. Comparativamente a curtas-metragens e outras produções maiores estas eram consideradas produções mais lucrativas, uma vez que exigiam menos tempo e equipamento. Para além disso, as editoras tinham maior interesse em produtoras audiovisuais emergentes, acreditando serem mais criativas e ao mesmo tempo com orçamentos mais reduzidos.

Neste âmbito, durante os primeiros anos de vida da Kinéma foram produzidos videoclipes com artistas portugueses, tais como, Zé Manel dos *Fingertips*, Miguel Gameiro dos Polo Norte e, um projeto chamado “Voz e Guitarra”, que contava com 12 bandas/artistas (Ana Bacalhau, Amor Electro, Maria João, *Boss Ac*, entre outros). O envolvimento com artistas desde muito cedo permitiu à Kinéma uma exposição mediática que lhe possibilitou chegar a outras editoras, permitindo assim a sua expansão. Ainda assim, não foi aqui que a empresa alcançou o seu maior patamar. Algum tempo depois passou a produzir conteúdo de moda com várias marcas portuguesas como Diogo Miranda e Vicri. A produção que, de facto, elevou o nome da produtora foi um conteúdo que englobava várias marcas geridas por uma agência de comunicação. Foi aqui, com a difusão deste vídeo e com a sua transmissão no Cinema S. Jorge, que várias agências e produtores conheceram a Kinéma.

Em 2015 iniciou a produção de conteúdos para os canais televisivos Fox, sendo estes, o tipo de produção com maior suporte a nível financeiro da produtora.

1.2. A Kinéma atualmente

Durante a entrevista, Pedro Bravo refere que, na sua perspetiva, a Kinéma é uma empresa que se encontra no meio de três tipos de produtoras existentes. As grandes produtoras a nível nacional que produzem conteúdo televisivo como telenovelas e *reality shows* (Endemol, Plural); e as produtoras mais pequenas que produzem conteúdos mais reduzidos ao longo do ano. A Kinéma encontra-se, portanto, no meio destas duas. Com uma equipa mais pequena agilmente se consegue adaptar a diferentes tipos de projetos, seja um videoclipe para um cliente particular ou a um programa de culinária para um canal televisivo como o 24Kitchen da Fox, onde adiciona mais elementos à equipa através da contratação de prestadores de serviços qualificados.

Uma vez que a formação de Pedro Bravo foi em Cinema a sua visão perante os conteúdos que produz, sejam eles de teor mais criativos ou mais formais, terá sempre como base a sua formação académica ao estilo cinematográfico. Atualmente, a sua presença como produtor e realizador dos

programas “Comtradição” de Henrique Sá Pessoa, ou “O da Joana” de Joana Barrios, mantém-se precisamente por esta visão cinematográfica ser muito apreciada pelo cliente, uma vez que se destaca de outras produções. Como exemplo disto, temos o uso de câmaras “à mão” em vez de câmaras estáticas e por um estilo de edição dos programas mais dinâmico. Como o próprio refere numa entrevista informal “Nós fazemos tudo, tentamos é fazer tudo de uma forma diferente”.

Por ano a Kinéma mantém-se firme em 3 pilares:

1. Estrategicamente produz dois grandes projetos ao ano, sendo estes os programas de culinária já mencionados para o canal de televisão 24Kitchen, com um tipo de conteúdo mais comercial.
2. Para manter o estatuto artístico e se afirmar como uma produtora de conteúdos também cinematográfico realiza um ou dois documentários para a estação de televisão RTP (ex: Future Makers e Danças na Cidade).
3. Por fim, produz pequenos projetos que vão surgindo ao longo do ano como por exemplo *Branded Content*.

Trata-se então de uma produtora fiel ao seu ADN, mantendo o foco na produção de filmes, vídeos e programas de televisão. Devido a esta capacidade de adaptação a diferentes produções e à sua visão inovadora, a produtora é procurada pelas melhores marcas nacionais.

2. A Experiência de estágio na produtora audiovisual Kinéma

O estágio na Kinéma teve início a 23 de agosto de 2021. Ao longo deste período tive a oportunidade de participar em sete projetos. Destes estive apenas envolvida em dois do início ao fim, nomeadamente, nos programas de televisão “Comtradição” e o “O da Joana” para o canal 24Kitchen. No projeto “Danças na Cidade” para a RTP, a minha participação terminou durante o período de gravações. Já nos restantes a minha participação foi na pós-produção, como no programa de televisão “Cadernos da Filipa” para o 24Kitchen, nos documentários Future Makers e Vasco WellenKamp para a RTP, e na pré-produção de um *branded content* para o Continente, pertencente ao canal FOX.

Toda a experiência descrita neste relatório contará, naturalmente, com a reflexão sobre a participação nos projetos mencionados. Esta experiência será relatada não por ordem cronológica mas por projeto, respeitando, ainda assim, a ordem pela qual se iniciaram no tempo.

Os horários de trabalho na Kinéma concentravam-se das dez horas da manhã às seis horas da tarde (com pausa de uma hora para almoço), salvo os momentos gravação em que os horários se alteravam consoante a necessidade do período de filmagens.

Devido à situação pandémica em que o país e o mundo se encontravam, inicialmente o estágio definiu-se como sendo remoto. Assim, todo o trabalho realizado nas duas primeiras semanas, de 23 de agosto a 10 de setembro de 2021, foi efetuado à distância sempre com a orientação do orientador de estágio Pedro Bravo, através das plataformas de *e-mail*, *WhatsApp* e chamadas de telefone. Posteriormente, quando a situação pandémica ficou mais estável, todas as tarefas foram realizadas presencialmente, exceto em certos períodos não maiores do que uma semana em que, por vezes, se adotava o regime de teletrabalho.

2.1. “Comtradição”

A minha entrada na Kinéma coincidiu com o período pré-produção do programa “Comtradição” que tem como protagonista o conceituado chefe de cozinha Henrique Sá Pessoa.

O programa é composto por 30 episódios divididos por 3 temporadas, sendo que cada episódio conta com 3 receitas de várias regiões do mundo mas, como o próprio nome indica, com algumas “contradições”. Este programa conta com a direção de realização e produção de Pedro Bravo, o próprio orientador de estágio. O programa estreou a 17 de janeiro de 2022 com exibição no canal de televisão 24Kitchen, diariamente, duas vezes ao dia, às 15 horas e com repetição às 21 horas.

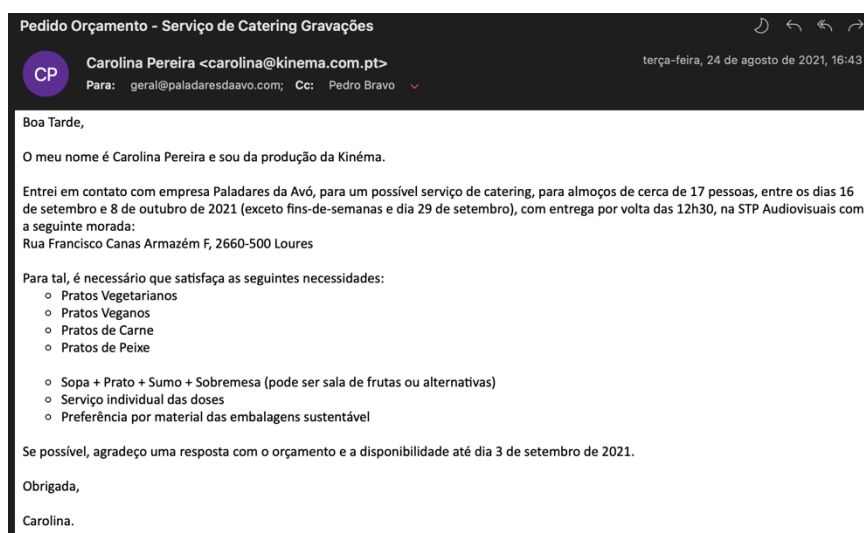
A duração total da produção do programa “Comtradição” foi de cerca de 5 meses, tendo eu estado presente em 4.

2.1.1. Pré-produção

A fase de pré-produção a seguir apresentada representa o período entre 23 de agosto e 9 de setembro de 2021.

A primeira tarefa atribuída pelo orientador centrou-se na procura de empresas de *catering* para as gravações que iriam decorrer no mês de setembro e outubro. O método passava pelo envio de um e-mail, corrigido pelo orientador, a todas as empresas que se considerassem pertinentes para realizar este serviço no período de gravações com todos os requisitos a ter em conta (datas de entrega, local e horário) (Figura 1).

Figura 1: E-mail enviado às empresas de *catering*



Desta forma, à medida que realizava a pesquisa pela zona de Lisboa e Loures, local do estúdio das gravações, foram anotados os nomes das empresas, os contactos e todas as informações que apresentavam nos respetivos *websites*. O passo seguinte passou pela análise das propostas de cada empresa, tendo em consideração o orçamento do projeto e as respetivas necessidades. Apesar de aparentar ser uma tarefa bastante simples é um trabalho bastante metucioso (alergias, intolerâncias, gostos, etc.). Alguns pontos que inicialmente não foram tidos em consideração foram depois elucidados pelo orientador. Portanto, antes de seguir com o contrato, era necessário perceber:

- O valor de refeição por pessoa;
- A existência de menu completo (sopa, prato principal, bebida e sobremesa);
- O tipo de refeição (carne, peixe, vegetarianas, vegan, sem glúten, etc.);
- A possibilidade de personalizar a refeição;

- A existência de embalagens individuais registadas com o nome ou código do pedido – facilitando a distribuição do mesmo;
- A sustentabilidade das embalagens;
- Se a comida vem quente ou fria – evitando filas para aquecer;
- O orçamento;
- A taxa de entrega;
- Se a entrega está dentro da zona de entrega da empresa;
- Se os talheres vêm incluídos no preço;
- Onde se verifica o menu da semana;
- Com que antecedência é necessário efetuar o pedido;
- Se o pedido pode ser realizado por cada membro da equipa e se o processo é simples;
- Se o valor das refeições pode ser retirado do sistema (app EatTasty), para que a equipa não tenha acesso;
- Se o orçamento se altera conforme são ou não realizados pedidos.

Depois de avaliadas todas as empresas selecionou-se aquela que cumpria todos os requisitos e procedeu-se então à realização do respetivo contrato. O tempo decorrido para executar esta tarefa, desde o contacto ao fecho do contrato, foi de cerca de nove dias úteis.

Posteriormente, para além da procura por empresas que fornecessem as refeições principais, foi necessário procurar por outras entidades que efetuassem entrega de alimentos para o *coffee Break*. O processo foi semelhante ao anterior mas, como se tratava de um pedido geral para toda a equipa, tornou-se mais simples. Aqui, teve-se em consideração, mais uma vez, o tipo de alimentos, a quantidade e novamente o orçamento. De forma a facilitar o processo decidiu-se optar por serviços de pastelaria ao invés de empresas de *coffee break*, por serem mais práticas e com orçamentos mais apetecíveis. O contacto foi realizado via telefone de uma forma informal, uma vez que se trata de um pedido simples de entrega diária.

Outra tarefa na qual estive envolvida na fase de pré-produção foi a procura de empresas de aluguer de automóveis. O método passava pela procura e registo das empresas encontradas na *internet* e, posteriormente, pelo envio de *e-mails* às que preenchessem os requisitos. Tratava-se de um processo simples, o qual teria de ter em conta, essencialmente, o orçamento. A procura visava a escolha de um carro que transportasse no mínimo duas pessoas, que incluísse uma mala espaçosa para o transporte

de equipamento e que fosse a *Diese/* para que o seu gasto fosse registado em contabilidade. Durante os projetos seguintes, a Kinéma continuou a alugar veículos nesta mesma empresa.

Dentro da área da realização, tendo em conta que o orientador de estágio, para além de produtor é também realizador, foi-me inculcida a formatação do guião (receituário com todas as receitas do programa) (Figura 2 e 3).

Figura 2: Capa do receituário do programa para o 24Kitchen



Figura 3: Primeira receita do episódio nº1 da temporada nº3

"COMTRADIÇÃO" T03

S03 PGM01 BRASIL - BOLINHO DE FEIJOADA BRASILEIRA



Ingredientes

- Feijão preto
- Chouriço
- Entrecosto
- Novilho de guisar
- Alho
- Cebola
- Louro
- Azeite
- Linguiça
- Laranja
- Couve
- Bacon

Os bolinhos de feijoada foram criados pela chef brasileira Katia Barbosa, com base em memórias de quando via o seu pai amassar um bocado de feijão, farinha e arroz e com isso fazia um bolinho a que chamava capitão. Ao contrário da sua mãe, que apenas colocava sal e alho no feijão, a chef adicionou linguiça e bacon ao bolinho, fazendo lembrar o sabor da feijoada tradicional brasileira e dando-lhe o nome pelo qual ainda hoje é conhecido um pouco por todo o Brasil.

- a chef Katia Barbosa considera as cópias do seu petisco uma homenagem.

A tarefa consistia apenas em formatar o documento, verificar alguma falha e pela procura de ingredientes de receitas que ainda não tinham sido completadas.

Estas foram as funções numa fase de pré-produção já um pouco adiantada, do programa “Comtradição”.

Apesar de a nível cronológico o projeto “Comtradição” não ter sido o primeiro em que estive envolvida, foi o primeiro em que iniciei na fase de pré-produção e, como tal, acompanhei todo o processo. Desta forma, foi neste projeto onde foi absorvida grande parte das aprendizagens e conhecimentos transmitidos pelo orientador. Foi neste primeiro contacto com a Kinéma que tomei conhecimento de todas as técnicas, onde tive formação acerca do funcionamento de uma produção audiovisual na sua generalidade, e de uma produção audiovisual mais focada em programas de culinária, que deram até origem a um documento, escrito manualmente, com todas estas dicas.

Nesta fase de pré-produção foi possível conhecer as tarefas a desempenhar antes do período de gravações, tarefas essas que permitem não só que as filmagens corram como o pretendido, como permitem também o bem-estar da equipa. Convém salientar que várias das funções desempenhadas enquanto estagiária de produção são, normalmente, realizadas por outros cargos, nomeadamente secretárias, no entanto, a Kinéma, como tantas outras produtoras audiovisuais, apresenta uma equipa reduzida e, portanto, estas tarefas tendem a ser realizadas pelo produtor, assistente de produção e/ou estagiária/o de produção. De certa forma, isto permite que exista uma maior noção dos trabalhos a desempenhar nesta fase, refletindo-se numa maior preparação para o mercado de trabalho audiovisual em Portugal.

Para além de tudo o que foi mencionado nesta fase de pré-produção, apresento abaixo outros conhecimentos adquiridos durante este processo.

Foi-me apresentado pelo coordenador de estágio 2 softwares e 2 sites:

- a. *Frame.io*, um *software* de aprovação de conteúdos com possíveis clientes. Trata-se de uma plataforma onde são inseridos os conteúdos filmados que permite ao cliente, realizador ou pessoa responsável pela avaliação do produto final, comentar ao longo desse conteúdo audiovisual. Local onde se colocam alterações ou notas para que a equipa de edição possa alterar. É um software prático e que facilita o processo de validação de projetos, uma vez que a versão seguinte, ao ser enviada para a plataforma com a mesma nomenclatura, substitui a primeira versão;

- b. *Studiobinder*, um *software* de realização de folhas de serviço, partilha de guiões, calendários, métodos de trabalho e outros. A utilização deste pela Kinéma é feita, na sua grande maioria, pela folha de serviço onde é possível colocar toda a informação de um projeto e todos os contactos associados ao mesmo. É uma plataforma intuitiva que permite gravar as folhas de serviço e editar apenas os dias e as informações necessárias para se “reutilizar” num dia seguinte de gravações. Estas *call sheets*, podem ser enviadas para os elementos da equipa por e-mail e mensagem com texto personalizado, facilitando o processo de chamada para as gravações.
- c. “No Film School”, um *site* com a atualidade do cinema e do audiovisual no geral;
- d. “Cine D”, um *site* também recheado de atualidade no cinema, focado essencialmente em equipamentos audiovisuais, permitindo que a produtora se mantenha informada e atualizada dos novos lançamentos.

Para além do conhecimento destas plataformas, foi nesta fase de pré-produção que percebi quais as melhores técnicas e soluções para produzir os conteúdos de culinária.

Inicialmente, e ainda enquanto telespectadora dos programas de culinária do 24Kitchen, imaginava que todo o cenário se tratava, efetivamente, de uma cozinha de uma casa ou até de uma cozinha pré-feita onde o talento iria cozinhar com a equipa de filmagem. Apesar desta solução comportar custos menores, a construção de um cenário de raiz acarreta benefícios maiores, como a possibilidade de alterar todo o cenário sempre que necessário, pintar paredes ou móveis, ou até mesmo reutilizar a madeira de determinados módulos para fazer outra peça de mobiliário, que podem funcionar em outros programas com diferentes talentos. Ou seja, trata-se de algo que pertence à produção e, portanto, existe liberdade em se alterar sempre que necessário. Para além disso, existe uma facilidade acrescida de se poder transportar este cenário para qualquer outro estúdio.

Um dos temas discutidos durante o período inicial do estágio com o orientador foi precisamente aquilo que posteriormente será abordado no enquadramento teórico e que também se pretende analisar neste relatório de estágio: a criatividade na área da produção. Apesar de ser uma área com trabalhos considerados burocráticos, por envolver gestão de orçamentos, fecho de contratos, organização da logística de trabalho, entre outros, a produção é e deve ser também criativa. Atentemos no exemplo acima, na imprevisibilidade de um cenário acordado para um determinado projeto já não estar disponível, nesse caso, é a produção, com total acesso aos conteúdos, que deve pensar numa alternativa coerente com o projeto.

2.1.2. Funcionamento das gravações de um programa de culinária pela Kinéma

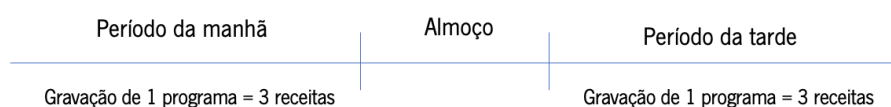
De modo a facilitar a compreensão do que será relatado a seguir, serão explicadas, brevemente, as várias fases das gravações de um programa de culinária para o 24Kitchen, ficando já esclarecido para o tópico sobre o programa “O da Joana” também para o mesmo canal televisivo.

Antes das gravações propriamente ditas, nos três dias que antecedem, todo o material começa a ser montado num estúdio, nomeadamente o cenário, os elementos decorativos, as loiças, o material de gravação, as luzes e tudo aquilo que for fundamental para dar início ao período de filmagens.

Em primeiro lugar é montado o cenário, depois decorado e por fim iluminado. Deste modo, nos primeiros 2 dias o cenário é construído por uma equipa destinada a esse fim e decorado pela diretora de arte, com a colaboração dos elementos de produção. No terceiro dia, isto é, no dia que antecede às gravações, são feitos testes. O dia denomina-se de *pré-light*, e é neste que se verifica se tudo se encontra pronto para iniciar a fase de filmagens que deverá cumprir um calendário (Figura 5).

Durante as rodagens são gravados dois programas por dia, um de manhã e um à tarde, significando isto que são confeccionadas e gravadas 3 receitas de manhã e 3 receitas no período da tarde (Figura 4), tendo sido esta a dinâmica ao longo das três semanas. Por norma, o primeiro programa nunca é o primeiro a ser gravado. Este é um dos últimos, pois nos últimos dias de gravações a equipa já está normalizada com a rotina e com a dinâmica de trabalho, permitindo que, o primeiro programa seja gravado com maior sucesso, já que este é o que impressionará os espectadores na sua estreia.

Figura 4: Dinâmica diária de gravação dos programas para o 24Kitchen por parte da Kinéma

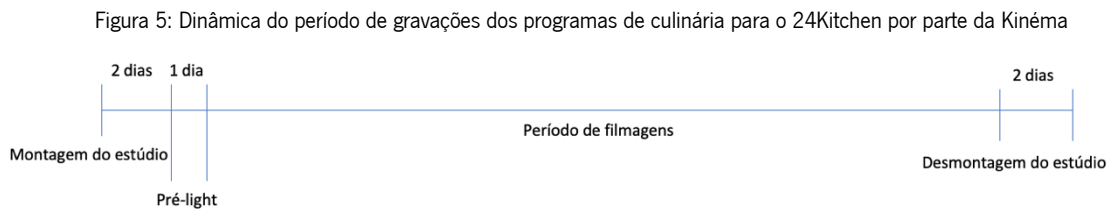


Para o bom funcionamento das gravações e para que tudo seja gravado no período proposto, além da cozinha onde são feitas as gravações, existe uma cozinha de apoio com um chefe assistente que auxilia o talento na execução das receitas, permitindo aqui uma dinâmica fluida no que diz respeito à confeção de receitas e, conseqüentemente, ao próprio dia de filmagens.

No final deste período há mais três dias para fazer o oposto dos primeiros, isto é, desmontar o cenário, guardar toda a decoração, as loiças e o material. No primeiro e no segundo dia todo o cenário

é desmontado, todos os elementos de decoração são arrumados e todos os objetos/eletrodoméstico de patrocínios são devolvidos (Figura 5).

No último dia são ainda feitas algumas recolhas, verifica-se se o estúdio se encontra sem objetos alheios e inicia-se o processo de limpeza por uma equipa especializada, garantido que o mesmo é deixado exatamente como foi encontrado.



2.1.3. Gravações (Produção)

As gravações, contando com o período de montagem e desmontagem do cenário, compreenderam o período de 10 de setembro a 8 de outubro de 2021.

No programa “Contradição” estive presente nos primeiros três dias de estúdio acompanhando e auxiliando no que fosse necessário. Nos primeiros dois dias foi organizado o estúdio onde se iriam realizar as gravações, o espaço comum para a equipa (local de refeições e convívio) e o camarim do talento, onde é vestido e maquiado. Tratava-se, portanto, de organizar a decoração da cozinha (que vem do armazém da produtora) e receber os produtos que fizessem parte dos patrocínios do programa. São tarefas que envolvem algum tempo, pois é necessário garantir que nada falte para as gravações e que tudo estará pronto a ser utilizado. Nesta fase explorava com atenção todas as tarefas, tentando compreender a dinâmica das várias equipas.

O terceiro dia para além de ainda ter sido dedicado à organização e finalização de alguns detalhes, foi principalmente dedicado ao chamado *pré-light*. Foi o dia em que a luz foi montada e o diretor de fotografia, juntamente com os principais operadores de câmara, se encontraram no estúdio para serem realizados os testes de luz e imagem. Normalmente, neste dia ou num dia seguinte, são realizados testes com o talento ou com outra pessoa para que se possam testar as definições, posições e planos com as câmaras. Este foi um dos pontos anotados inicialmente neste período de gravações, com a importância de se registar no mapa de gravações, um dia de testes, permitindo que tudo está planeado corretamente e que as gravações podem seguir sem problemas técnicos.

Como já mencionado acima, o programa de estreia não é gravado no início das gravações, uma vez que este deve ser gravado com algum distanciamento do primeiro dia de gravações. Aqui a equipa já estará familiarizada com o ambiente e trará melhores resultados. O programa número um é muitas vezes aquele que define o sucesso dos seguintes. Os primeiros dias de gravações tendem a ser menos dinâmicos, uma vez que a equipa ainda se encontra em fase de adaptação e captação de possíveis erros.

Depois de tudo pronto e testado iniciaram-se, finalmente, as gravações. A equipa contou com um total de quinze membros:

- Talento;
- Produtor e realizador (orientador de estágio);
- Assistente de realização;
- Assistente de produção;
- 3 operadores de camara;
- Fotografo;
- Diretor de Som;
- Editor assistente;
- Maquilhadora/ *Stylist*;
- Diretora de Arte/ *Set Manager*;
- *Food Manager*;
- Chefe Assistente
- Copeira

A principal tarefa desempenhada por mim durante este período foi a transcrição das receitas ao longo das gravações para que estas fossem colocadas no site do 24Kitchen.

Apesar de existir um receituário com toda a receita e os passos da mesma é fundamental transcrever tudo o que é filmado, pois podem existir alterações durante este processo e é necessário que aquilo que foi gravado coincida perfeitamente com o que está no *site* do canal. Além disto, qualquer informação que possa ter sido omitida durante as gravações pode ser acrescentada posteriormente, tirando sempre a dúvida ou com talento ou chefe assistente. Esta tarefa deve ser realizada durante as gravações e não em pós-produção, pois permite que na fase de pós-produção grande parte deste trabalho esteja adiantado. Permite também orientar os responsáveis pela edição em

qualquer informação sobre a receita que não seja totalmente compreendida ou que tenha sido omitida, permitindo que esta possa ser acrescentada.

Isto permite um maior controlo na coerência de todos os conteúdos publicados (Figura 6 e 7).

Figura 6: Anotação da receita durante o período de gravações

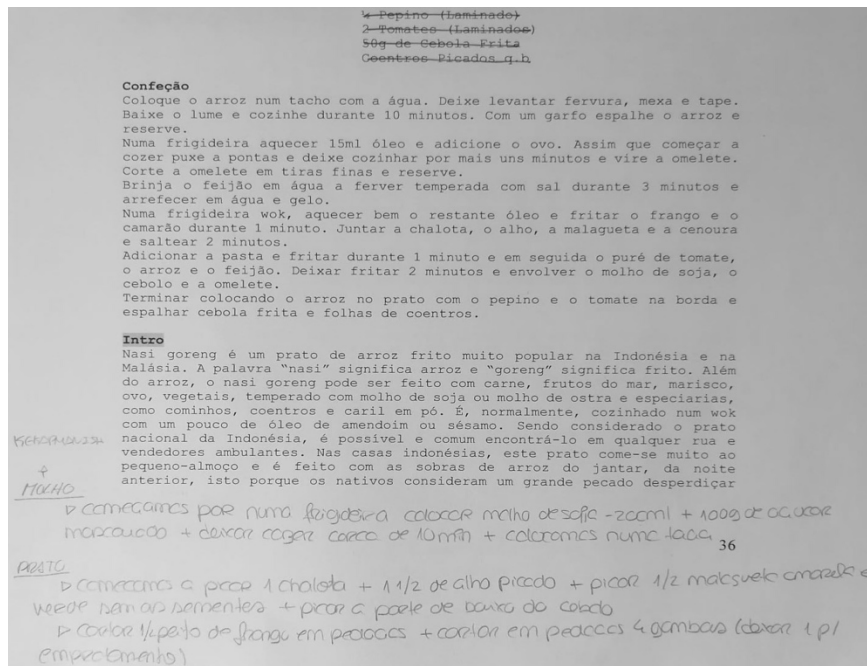
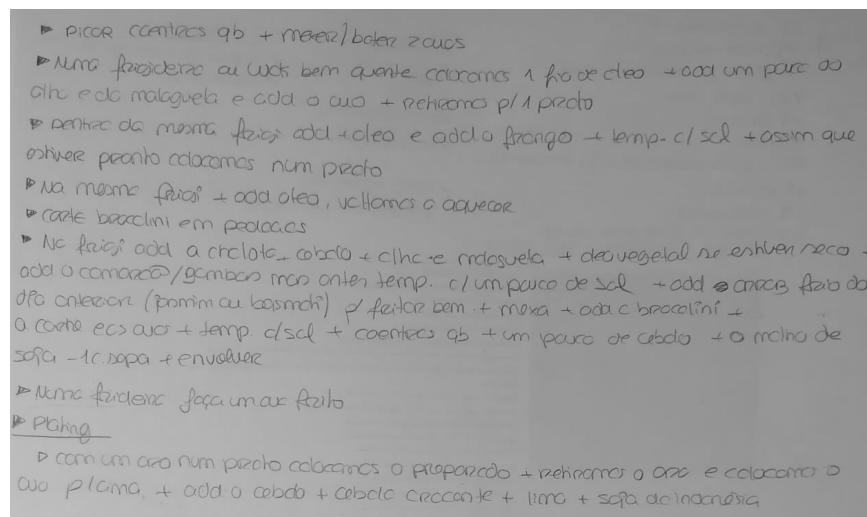


Figura 7: Anotação da receita durante o período de gravações



Esta tarefa deve ser realizada manualmente, uma vez que, se fosse realizada num computador, o que adiantava o processo de transcrição na pós-produção, produzia ruído perturbando as gravações.

Apesar desta ter sido a minha principal tarefa foram também desempenhadas outras funções como:

- Verificar, no início de uma receita, a lista de ingredientes e comparar com o que efetivamente estava na bancada, onde são confeccionadas as receitas no programa, para que no momento de gravações não faltassem os elementos necessários;
- Confirmar com o talento a lista dos ingredientes;
- Coordenar a equipa, atendendo a todas as necessidades;
- Distribuir as refeições na hora de almoço;
- Verificar, no início e no final de cada dia, todos os espaços para certificar que tudo se encontrava em bom funcionamento para o dia seguinte.

Este último ponto foi uma das primeiras dicas transmitidas pelo orientador na fase de gravações: quanto mais organizado o ambiente estiver, mais fluido se torna o trabalho.

No primeiro dia de estúdio, antes de se iniciarem as gravações, é também necessário que a produção se mantenha até ao final, verificando todos os aspetos para que o período de rodagem se realize com sucesso. Desta forma, devem ser verificadas as definições das camaras, as posições das mesmas, os cartões de memória e o cenário. Não menos importantes são também as etiquetas nos elementos decorativos, que facilmente escapam ao olhar.

Ainda neste ponto (organização), uma das dicas transmitidas pelo orientador foi o cuidado que a produção transparece nas ações que pratica para com a equipa e membros externos à mesma. Este cuidado pode ser notado, por exemplo, criando uma área de *catering* organizada na sala comum e também mantendo todas as áreas limpas e asseadas. Estes mínimos detalhes fazem com que a equipa se sintam bem no local de trabalho permitindo melhores resultados no trabalho desempenhado.

Por fim, nos três dias finais, todos os elementos da produção estão presentes na desmontagem do cenário, onde são também embalados os adereços e decorações. É neste momento que são devolvidos todos os *sponsors*. Nesta última fase deve garantir-se que o estúdio é entregue da mesma forma em

que o mesmo foi encontrado e, por esse motivo, no início de cada período de gravações deve registrar-se o estado do estúdio.

Este primeiro contacto direto com o período de gravações foi muito enriquecedor, pois foi aí que adquiri todo o *know-how* necessário. Esta é a fase que, finalmente, dá vida aos conteúdos anteriormente descritos. Como tal, além do já mencionado, foi-me possível compreender determinados pontos e aprender outros que serão mencionados a seguir.

2.1.4. Pós-Produção

Posteriormente ao período de rodagens, decorreu a fase de pós-produção, a última fase do projeto nos escritórios da Kinéma. Esta fase envolveu os últimos meses do ano de 2021, nomeadamente outubro, novembro e dezembro.

As minhas tarefas passaram pelo fecho de contas com as empresas que tinha anteriormente contratado, nomeadamente as de catering e do aluguer de carro.

Durante esta fase de pós-produção onde estive, pela primeira vez, completamente integrada foi-me apresentado pelo orientador a folha geral de contabilidade da empresa onde constam, de forma prática e intuitiva, todos os gastos. Cada projeto é filtrado por um símbolo, letra ou número, assim como a descrição dos gastos. Desta forma, sempre que haja a necessidade de procurar pelos gastos de um determinado projeto, os mesmos podem ser facilmente encontrados pelo filtro, de forma rápida e eficaz.

Nesta fase de fecho de contas deve-se ter em vista o orçamento do projeto com os gastos previstos para serem comparados os gastos reais. Para além disso, a principal tarefa desempenhada nas gravações continuou na pós-produção. Foi necessário transcrever o que estava escrito manualmente, para um software digital e, à medida que os programas eram editados, foi também necessário confirmar as receitas transcritas com o visionamento do próprio programa. Trata-se de um processo demorado, tendo em conta que os próprios programas demoram cerca de três dias até estarem prontos para serem utilizados para, então, confirmar as receitas (Figura 8). Em simultâneo, verificava também, ao longo do visionamento, a presença dos *product placement*, isto é, os elementos

que durante um programa fizessem parte do leque de marcas patrocinadoras, apontando a sua minutagem.

Figura 8: Transcrição das receitas para um *software* digital

```
S03 PGM01 PERU - ARROZ COM POLLO

Ingredientes

Para a Carne
  • 2 coxas e pernas de frango
  • Azeite q.b
  • Sal fino q.b
  • 1 cebola
  • 1 dente de alho
  • 1 ramo de coentros
  • Caldo de galinha

Para o Arroz
  • 150g Arroz Carolino
  • 1 cebola roxa
  • ¼ cenoura
  • ¼ pimento
  • 1 malagueta amarela
  • 2 dentes de alho
  • Azeite q.b
  • Sal q.b
  • 4/5 c. sopa de ervilhas

Crema de coentros
  • Coentros q.b
  • Água quente

Confeção
Selar a carne
  • Num tacho coloque um fio de azeite.
  • Tempere o frango com sal fino.
  • Com o tacho bem quente coloque as coxas e não o tape totalmente,
    para o frango não cozer.
  • Enquanto as coxas fritam de um lado, pique 1 cebola, 1 dente de
    alho e 1 ramo de coentros.
  • Assim que o frango tostar um pouco em baixo, vire, deixe mais um
    minuto e retire escorrendo a gordura.
```

Nesta fase de fecho de contas deve-se ter em vista o orçamento do projeto com os gastos previstos para serem comparados os gastos reais. Para além disso, a principal tarefa desempenhada nas gravações continuou na pós-produção. Foi necessário transcrever o que estava escrito manualmente para um software digital e, à medida que os programas eram editados, foi também necessário confirmar as receitas transcritas com o visionamento do próprio programa.

Posteriormente, foi-me atribuída a tarefa de escrever as sinopses para cada programa, como é visível na Figura 9. Estas sinopses estariam presentes tanto na aba “informações” relativas ao programa, do serviço de televisão como no próprio site do 24Kitchen.

Figura 9: Sinopse de um episódio do programa de televisão “Comtradição” para o 24Kitchen

S03 PGM01 PERU - CAUSA DE ATUM

Neste primeiro episódio a viagem começa no Perú. O Henrique começa por fazer uma bela Causa de Atum, de seguida um Arroz com Pollo, ou como dizemos em português Arroz com Frango e termina com um delicioso Bolo Tres Leches.

Durante este período houve bastante interesse por parte do orientador em explicar o funcionamento desta fase e de me manter envolvida, permitindo ainda que acompanhasse o processo

de edição dos programas. A pedido do próprio, foram visionados na internet vídeos sobre o programa de edição utilizado pela Kinéma “Final Cut Pro”, para que pudesse auxiliar futuramente em tarefas que envolvessem este *software*.

Durante a pós-produção é extremamente necessário um documento que tem como objetivo controlar as várias fases de edição dos programas e prever a finalização dos mesmos, tendo em conta as datas de entrega dos ficheiros finais previamente acordados. Como tal, foi também apresentado e explicado por Pedro Bravo, como se organiza este documento, denominando-se de “Mapa de Pós-produção”. Depois de esclarecida houve a possibilidade, consoante as necessidades e as datas propostas, de elaborar um mapa para a pós-produção do programa em questão (Figura 10).

Figura 10: Mapa de pós-produção do programa “Comtradição” para o 24Kitchen

	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
31	1	2	3	4	5	6	
	Edição PGM06 S03	Edição PGM06 S03	Edição PGM07 S03	Edição PGM07 S03	Edição PGM08 S03		
	Envio Offline PGM04 S03		Envio Offline PGM05 S03		Envio Offline PGM06 S03		
	PGM01 MASTER S03	Envio PGM03 C+S S03	PGM02 MASTER S03	Envio PGM04 C+S S03	PGM03 MASTER S03		
7	8	9	10	11	12	13	
	Edição PGM09 S03	Edição PGM09 S03	Edição PGM09 S03	Edição PGM10 S03	Edição PGM10 S03		
		Envio Offline PGM07 S03		Envio Offline PGM08 S03			
	Envio PGM05 C+S S03	PGM04 MASTER S03	Envio PGM06 C+S S03	PGM05 MASTER S03	Envio PGM07 C+S S03		
14	15	16	17	18	19	20	
	Edição PGM01 S04	Edição PGM01 S04	Edição PGM02 S04	Edição PGM02 S04	Edição PGM03 S04		
	Envio Offline PGM09 S03		Envio Offline PGM10 S03		Envio Offline PGM01 S04		
	PGM06 MASTER S03	Envio PGM08 C+S S03	PGM07 MASTER S03	Envio PGM09 C+S S03	PGM08 MASTER S03		
21	22	23	24	25	26	27	
	Edição PGM03 S04	Edição PGM04 S04	Edição PGM04 S04	Edição PGM05 S04	Edição PGM05 S04		
		Envio Offline PGM02 S04		Envio Offline PGM03 S04			
	Envio PGM10 C+S S03	PGM09 MASTER S03	Envio PGM01 C+S S04	PGM10 MASTER S03	Envio PGM02 C+S S04		
28	29	30	1	2	3	4	
	Edição PGM06 S04	Edição PGM06 S04					
	Envio Offline PGM04 S04						
	PGM01 MASTER S04	Envio PGM03 C+S S04					

Aquando da proposta de um trabalho por parte de um cliente, é realizado um documento chamado de “Mada de Produção” que permite perceber a exequibilidade de um projeto por parte da produtora. Este documento apresenta as três fases de uma produção – fase de pré-produção (momento da montagem do cenário), as gravações (Figura 11) e a pós-produção (Figura 10).

Consoante as datas em que se propõe a entrega de um projeto prevê-se, em primeiro lugar, quando se deve iniciar a fase de pré-produção, quando poderão ser realizadas as gravações e quanto tempo será necessário para a pós-produção. Só assim é possível aceitar a proposta ou até discutir sobre a mesma e acordar novas datas e/ou novos valores (Figura 11).

Figura 11: Mapa de produção do programa “Comtradição” para o 24Kitchen

Mapa Prod COMTRADIÇÃO S03/04/05 09/21						
Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
						Montagem Cenário
12	13	14	15	16	17	18
Decoração	Decoração	Decoração	Pré-Light	Gravações	Gravações	
				DIA TESTES	PGM01 S03+ PGM02 S03	
19	20	21	22	23	24	25
	Gravações	Gravações	Gravações	Gravações	Gravações	
	PGM03 S03 + PGM04 S03	PGM05 S03 + PGM06 S03	PGM07 S03 + PGM08 S03	PGM09 S03 + PGM10 S03	PGM01 S04 + PGM02 S04	
26	27	28	29	30	1	2
	Gravações	Gravações		Gravações		
	PGM03 S04 + PGM04 S04	PGM05 S04 + PGM06 S04		PGM07 S04 + PGM08 S04		

No entanto, apesar deste mapa ser o ponto de referência desde o início, no final de cada período de gravações é necessária a realização do mapa de pós-produção (Figura 10) que terá como base o mapa de produção e aquilo que decorreu até ao momento.

Neste período inicial do estágio, no mês de outubro e, tendo em conta que não estive presente na fase inicial de pré-produção, apenas tive a oportunidade de realizar o mapa de pós-produção (Figura 10).

Este período conta então com cerca de 10 fases, nomeadamente:

- edição – realizada pelo(s) editore(s) dos programas;
- revisão da edição – realizada pelo realizador;
- aprovação dos clientes;
- envio para a pós-produção da cor e do som;
- receção do mesmo com a cor e o som tratados;
- aprovação final dos clientes;
- envio do ficheiro final, no formato “ProRes”¹;
- envio final para ser finalmente emitido.

Para a realização final do mapa é necessário:

¹ Formato de um projeto de edição de vídeo da Apple que ocupa menos memória no computador, mas mantém a qualidade do conteúdo.

- ter em conta o número de pessoas que editam e revêm os programas e o tempo que é despendido nesta fase;
- avaliar a logística de edição do estúdio de pós-produção (que foi inicialmente contactado na pré-produção);
- acordar com os clientes o tempo que os mesmo terão para rever um programa e fazer os comentários necessários.

A logística da Kinéma para o programa em questão passou por:

- ter dois profissionais da edição para o programa, sendo que um edita os programas pares e o outro os programas ímpares, permitindo assim que dois programas, seguidos um ao outro, estejam prontos ao mesmo tempo. Cada editor tem dois dias para editar um programa inteiro, sendo que, para a edição do primeiro programa são atribuídos três dias, tendo em consideração o facto de ser o primeiro e haver necessidade de uma maior avaliação do conteúdo;
- ter uma pessoa que revê o programa editado pelos editores. Esta fase é imprescindível para que possa existir um segundo olhar sobre uma edição, um olhar imparcial e, preferivelmente, por um dos membros da equipa com capacidade para avaliar o que deve constar no programa. Neste caso, é o realizador (também produtor) do próprio programa que faz a revisão no período de um dia;
- os clientes têm o período de um dia para visualizarem o programa e realizarem comentários. Se necessário o realizador deverá fazer as alterações a pedido dos clientes. Esta visualização por parte dos clientes é feita através do programa já mencionado, [frame.io](#);
- o tempo determinado para a equipa de pós-produção de cor e de som realizarem as suas tarefas depende, em medida, do fluxo de trabalho dos mesmos, uma vez que fazem parte de um estúdio externo à Kinéma. Em média, por semana, editam entre três e quatro programas;
- mais uma vez os clientes aprovam a edição destes dois elementos, realizam comentários se necessário e, uma vez aprovado, o programa é exportado pelo estúdio de cor e de som em formato “ProRes”. De seguida, é enviado para a Kinéma para ser enviado para emissão.

Nesta fase, em que o estúdio de pós-produção envia os programas já trabalhados ao nível da cor, a produção deve certificar-se que a realização e a restante equipa envolvente, verificaram o *grading* nas diferentes plataformas, isto é, na televisão, no computador, no telemóvel, no tablet, etc., isto porque cada dispositivo apresenta uma tonalidade diferente, alterando o trabalho realizado pela equipa. Este

parâmetro deve ser verificado para que possa ser alterado e assim obter um resultado igual ou semelhante em todos os dispositivos.

Estes são os momentos a ter em consideração para a realização de um mapa de pós-produção. A tarefa acabou por ser bem-sucedida, no entanto, o orientador certificou-se ao longo do processo que tudo era feito corretamente, facultando alguns conselhos e dicas.

Durante este processo são ainda realizados os grafismos que estarão ao longo do programa com o nome do próprio programa, o título do episódio, o nome das receitas e os créditos finais. Tendo em conta o conhecimento do *software Photoshop* foi-me atribuída a tarefa de realizar estes grafismos com base no pretendido pelo realizador (Figura 12 e 13).

Figura 12: Grafismos para uma receita de um episódio do programa “Comtradição” para o 24Ktichen

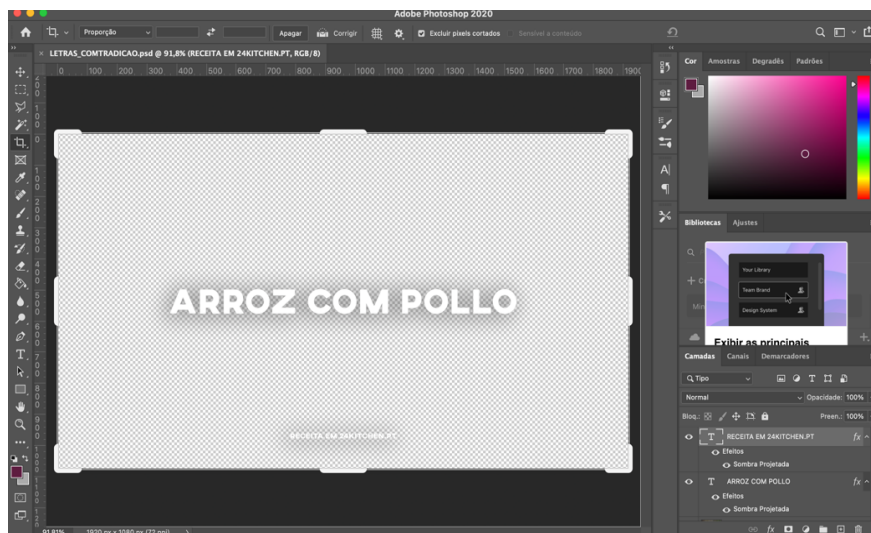


Figura 13: Resultado final do grafismo
Créditos: Carlos Pinto



Assim que a primeira montagem do primeiro programa é finalizada são realizados no estúdio de cor (Walla Collective) os testes de correção de cor e de *grading*. Nesta fase, o realizador propõe ao responsável pela cor o que é pretendido para o programa e acompanha o processo até, finalmente, atingir o aspeto desejado. A nível de correção de cor grande parte do trabalho é realizado no dia do *pré-light*, onde a luz pretendida para o programa é acordada, no entanto, nesta fase são sempre realizados ajustes. A nível do *grading* atinge-se aqui o “*look final*”.

Como tal, foi-me proposto o acompanhamento desta fase para que pudesse conhecer a dinâmica e até compreender e aprender um pouco mais sobre correção de cor e *grading*. Como é possível verificar na Figura 14 o *setup* para efetuar este trabalho é bastante elaborado.

Figura 14: *Setup* do estúdio de cor para o *grading* dos programas de televisão para o 24Kitchen



De facto, este acompanhamento permitiu-me estimular a capacidade cognitiva de reconhecer, neste aspeto, diferenças a nível da cor e luz bastante subtis que apenas um olhar muito treinado e acostumado poderia detetar. Esta capacidade advém também do contacto diário com este tipo de elementos em projetos pessoais.

Por este mesmo motivo foi-me também proposto que, para além de realizar a seleção das fotografias tiradas no set, fizesse também a revisão das edições das fotografias de *set* mediante *briefing* da equipa de *marketing* e do realizador/ produtor.

Durante as gravações o fotógrafo tira as fotografias de cada receita e de cada programa para a sua comunicação e, posteriormente, inicia a edição das mesmas. No entanto, mais uma vez, é necessária uma revisão destas edições com um olhar imparcial. Como tal, foi-me concebida essa tarefa. Com uma fotografia base selecionada pelo realizador procurava, nas diferentes fotografias, pequenas diferenças a nível de cor e luz que pudessem existir. Esta tarefa permitiu-me treinar ainda mais o meu olhar neste tipo de atividades.

Em fevereiro foi ainda preenchido outro documento nomeado de “Music Cue Sheet” (Figura 15). Este documento apresenta todas as músicas utilizadas ao longo de um programa com o “in” e o “out”, isto é, o início e fim de cada música ao longo da *timeline*. É um processo demorado, tendo em conta que é necessário ver todos os programas no *software* de edição e detetar todas as faixas de música e descobrir o minuto de início e o minuto de fim. Isto permite que o compositor tenha acesso aos tempos em que as suas músicas foram utilizadas.

Figura 15: Tabela de “Music Cue Sheet”

BROADCASTING		24KITCHEN PORTUGAL			
PRDG TITLE	EP N°	TRACK TITLE	TRACK N°	DURATION	AUTHOR / COMPOSER
	1	In This Episode - New Intro.21 (Original Plating Up First Half)	1	00:00:44	ANDREW BEATON
	1	New Intro.8 (World Mix)	2	00:00:03	ANDREW BEATON
	1	Transitions.1 (from Filipa) 26s	3	00:00:08	ANDREW BEATON
	1	Transitions.1 (from Filipa) 26s	4	00:00:09	ANDREW BEATON
	1	New Ambient Track.4 (New Ending)	5	00:00:45	ANDREW BEATON
	1	New Ambient Track.4 (New Ending)	6	00:00:14	ANDREW BEATON
	1	Plating Up (Brazil).11	7	00:00:04	ANDREW BEATON
	1	Plating Up (Brazil).11	8	00:01:22	ANDREW BEATON
	1	Transitions.1 (from Filipa) 26s	9	00:00:26	ANDREW BEATON
	1	Ambience.1.0 (3min) (New Groove).4	10	00:00:09	ANDREW BEATON
	1	Ambience.1.0 (3min) (New Groove).4	11	00:02:32	ANDREW BEATON
	1	Plating Up (Brazil).11	12	00:01:22	ANDREW BEATON
	1	Transitions.1 (from Filipa) 26s	13	00:00:08	ANDREW BEATON
	1	Transitions.1 (from Filipa) 26s	14	00:00:09	ANDREW BEATON
	1	Recipe.7.9 (1.3 Min)	15	00:01:35	ANDREW BEATON
	1	Plating Up (Brazil).11	16	00:00:04	ANDREW BEATON
	1	Plating Up (Brazil).11	17	00:00:04	ANDREW BEATON
	1	Plating Up (Brazil).11	18	00:01:22	ANDREW BEATON
	1	Closing Credits (World Mix).2 (No Pianos Intro) (1)	19	00:00:29	ANDREW BEATON

Estas tarefas, como já referido, prolongaram-se ao longo dos últimos meses do ano de 2021, acompanhadas de outras, como contactos com o estúdio de cor e de som, contactos com elementos da equipa e ajustes nas minhas próprias tarefas.

2.2. “Cadernos da Filipa”

Para além da entrada no estágio coincidir com a pré-produção do programa “Comtradição”, coincidiu também com a pós-produção do programa “Cadernos da Filipa” com Filipa Gomes, também para o 24Kitchen. Este programa contou com um total de 30 episódios divididos em 2 temporadas. Estreou a 20 de setembro de 2021 com exibições diárias às 15 horas e com repetição às 21 horas.

Apesar de entrar numa fase já bastante avançada da pós-produção deste programa ainda foram realizadas pequenas tarefas no final do mês de agosto e início do mês de setembro de 2021.

Além dos programas que são exibidos no canal existem pequenos vídeos das receitas no *site* do 24Kitchen e no seu canal de *Youtube*. Como tal, são gravados o que se chama de “Offs” ou “Voice Over”, isto é, as vozes colocadas por cima desses vídeos, que são textos com uma explicação rápida da execução de uma receita. Estes são escritos e revistos pelos membros da produção. Esta foi umas das tarefas nas quais estive envolvida - rever os textos. É, de facto, essencial, como já foi referido anteriormente, haver um “segundo olhar” sobre aquilo que alguém realiza para garantir que no final não existem gralhas, sendo esta umas das dicas dadas pelo orientador ao longo do estágio.

Ainda no mês de outubro foi preenchido um documento com os horários de exibição do programa e, no mês de dezembro, foi preenchido outro de “Music Cue Sheet”, assim como no programa “Comtradição”. Foi, mais uma vez, um processo demorado.

Como referi, a envolvimento neste projeto não foi profunda, no entanto, serviu para conhecer partes da pós-produção logo no início do estágio, permitindo que posteriormente, no programa “Comtradição” alguns aspetos estivessem já explorados.

2.3. “Future Makers”

Future Makers foi um documentário produzido e realizado pela Kinéma no ano de 2020, com o testemunho de jovens com carreiras fora do tradicional, numa época invadida pelo vírus Covid-19. Este documentário contou com a realização de Márcio Simões, realizador na Kinéma, e com Pedro Bravo como produtor executivo. A exibição do mesmo foi na RTP no dia 27 de outubro de 2021.

A fase de pós-produção estava praticamente finalizada antes de iniciar o estágio mas era ainda necessário, por motivos contratuais, apresentar um documento com uma reflexão final sobre o mesmo e também com a apresentação dos gastos.

O texto de reflexão foi solicitado no início do estágio ainda no mês de agosto. Do meu lado, contava apenas com uma pequena descrição do projeto e com aquilo que foi esperado e conquistado. Aqui foi essencial contar com observações do orientador. Mais tarde, depois da exibição do documentário o texto foi complementado com informação a nível de audiências. Como tal, foi necessário interpretar a tabela de audiências da RTP2 e pesquisar sobre audiências e a forma como se medem. Foi através desta tarefa e das pesquisas associadas que compreendi o que se entende por visionamento em “diferido”, ou seja, o visionamento posterior ao direto de um conteúdo num canal televisivo. Dentro do consumo em diferido existe o “VOSDAL”, quando o conteúdo é visionado no mesmo dia da estreia e o “TSV 7 Dias” quando o visionamento do conteúdo acontece nos sete dias posteriores à estreia. Este texto ficou, entretanto, em *stand by*.

No mês de fevereiro de 2022 foi necessário criar um documento onde seria colocado o texto, os gastos e *frames* do documentário. A Kinéma tem os seus próprios *templates* e, como tal, o documento foi realizado no mesmo com a necessidade de ajustes. Desta forma, foi necessário trabalhar com o *software In Design*, com o qual nunca tinha tido contacto anteriormente. No entanto, com algumas pesquisas tornou-se simples o manuseamento do mesmo, adquirindo aqui mais uma competência a nível de *softwares*.

Com o texto pronto desde agosto de 2021 faltava apenas registar os gastos previstos para o documentário e os gastos reais do mesmo. Para isso, foi necessário analisar a tabela com os gastos previstos no contrato com a RTP e analisar os recibos finais de cada gasto e de cada elemento da equipa. Nesta etapa foi possível ter contacto com recibos verdes e analisá-los com os valores com e sem IVA.

Por último, dos *frames* seleccionados pelo realizador Pedro Bravo, foi por mim realizada uma nova seleção para colocar no documento, organizando-os de forma coerente. De seguida, o documento foi revisto pelo orientador e enviado para a RTP.

2.4. “Vasco WellenKamp”

Este documentário foi um projeto de 2021 realizado por Márcio Simões sobre a última coreografia do coreógrafo Vasco WellenKamp.

A participação no documentário foi breve, onde apenas preenchi o documento de “Music Cue Sheet”. Foi um processo mais demorado do que o previsto, uma vez que, em comparação com os programas de culinária, este projeto envolvia apenas o visionamento de um programa, mas com composições musicais diferente e, por vezes, dificilmente detetáveis, mesmo com a aplicação “Shazam”.

Apesar da participação ter sido bastante breve, o meu nome constou na ficha técnica do documentário como estagiária de produção.

2.5. *Branded Content* – Na Companhia dos Frescos

Para um projeto que se realizou apenas numa fase posterior ao estágio - um *branded content* – iniciei a procura de agências de figurantes e também de *locations* para as gravações. O projeto consistia num conteúdo de culinária com a personalidade Joana Barrios em que a mesma faria compras num supermercado e, de seguida, estaria numa cozinha a confeccionar os alimentos comprados.

A procura de figurantes tinha de considerar principalmente diferentes idades e diferentes etnias. Para tal, a pesquisa foi realizada em agências com perfis diversificados (diferentes idades, etnias, géneros, entre outros) permitindo que a procura fosse facilitada, precisa e segura, uma vez que é a própria agência que assegura todas as questões associados a um figurante.

Quanto à procura do *set*, este tinha de considerar vários fatores. Inicialmente, a ideia seria gravar numa cozinha de uma casa, uma vez que estaria já pronta a utilizar, não havendo necessidade de construir de raiz, assim como é feito para os programas de culinária. Primeiramente, esta deveria ter o estilo da própria Joana, ou seja, preferencialmente teria de ser parecida com a cozinha do programa que a mesma faz para o 24Kitchen, também produzido pela Kinéma, “O da Joana”. Depois era necessário que a casa tivesse espaço suficiente para colocar todo o material e para que a equipa coubesse na mesma, principalmente na zona da cozinha. Muito importante também seria a casa ou o

apartamento ter acesso à cozinha pelo rés do chão ou ter um elevador largo, facilitando o transporte de material.

Estes três fatores – cozinha adequada, espaço e acesso facilitado – juntamente com o elevado orçamento para a utilização desse espaço durante apenas 3 dias, comprometeram a ideia de se alugar uma casa/apartamento. Portanto, mais tarde, já depois do estágio, a solução foi filmar este conteúdo após a gravação de um programa de culinária, aproveitando assim o cenário e alterando apenas o que fosse necessário.

Por fim, a última tarefa para este projeto foi, mais uma vez, a busca por empresas de *catering*, mas desta vez apenas para *Coffee Break*. Tendo em consideração o facto de ter já, anteriormente, procurado por empresas de *catering* e ter realizado uma lista, desta vez, a procura foi bastante mais simplificada. Ainda assim, foi realizada mais uma pesquisa na internet e, posteriormente, as empresas foram contactadas para solicitar orçamento tendo em conta os requisitos.

2.6. “O da Joana”

“O da Joana” é mais um dos programas produzidos pela Kinéma para o canal 24Kitchen que conta com a personalidade Joana Barrios. O programa é composto por 22 episódios em que cada um conta com 3 receitas. A estreia estava agendada para dia 23 de maio 2022 com exibição no canal de televisão 24Kitchen diariamente, duas vezes ao dia, às 15 horas e com repetição às 21 horas. Mais uma vez, a realização e a produção estiveram a cargo do orientador de estágio Pedro Bravo.

O programa seguiu a mesma logística do programa “Comtradição”, tanto no produto final como na criação do mesmo, diferindo apenas no talento e nas propostas. Como tal, várias tarefas se mantiveram. Desta forma, neste capítulo serão apenas mencionadas as tarefas mas sem explicação como foi feito no ponto 2.1.

2.6.1. Pré-Produção

A pré-produção deste projeto iniciou-se no final do mês de novembro de 2021.

Foi-me proposto pelo orientador de estágio um exercício de realização de um orçamento, tendo apenas em consideração o conhecimento adquirido nos anos de estudo e o acesso ao documento de

“Tabela de Valores de Referência” da A.P.T.A (Associação Portuguesa de técnicos de Audiovisual – Cinema e Publicidade)². No final o exercício foi avaliado e corrigido pelo orientador. Todas as correções e dicas foram apontadas com o objetivo de relembrar e de salvaguardar uma referência no futuro. Nesta produção o tópico orçamento teve grande relevância nas minhas funções, uma vez que, durante este período analisei outras propostas, observei técnicas do orientador e realizei vários exercícios corrigidos pelo mesmo.

O orçamento realizado para este exercício contou com os seguintes cargos:

- Produção
- Realização
- Direção de Luz
- Eletricista
- Assistente Eletricista
- 3 Operadores de camera
- Assistente de Realização
- Assistente de Montagem
- Diretor de Som
- Food Manager
- Cozinheiro Assistente
- Copeiro
- Diretora de arte/ *set* manager
- Maquilhadora
- Edição
- Correção de Cor
- Correção de Som
- Catering
- Cafés + águas
- Construção + montagem do cenário
- Acessórios de decoração
- Aluguer do Estúdio
- Alimentos

² <https://www.cineguiaportugal.pt/tecnicos/62121b81237d4.pdf>

- *Stylist*
- Câmaras
- Material/Equipamento
- Discos externos
- Combustível
- Carro de produção
- Glovo (trocas de discos entre a Kinéma e o estúdio de cor e som)
- Uber (viagens de elementos da equipa)
- Legendagem
- Serviço de Limpeza
- Fotógrafo

Ao longo do exercício fui percebendo que para orçamentar todos estes parâmetros é necessário ter em conta o número de elementos que desempenham um determinado cargo, o número de dias em que o vão desempenhar e, no caso do aluguer de espaços ou objetos, é necessário também ter em conta para quantos dias os mesmos serão necessários. Dentro de uma produtora ou de uma empresa que realiza trabalhos temporários, como os períodos de gravações, existem diferentes formas de liquidação dependendo do cargo que se está a desempenhar. No caso de um(a) operador de camera, de um(a) maquilhador(a), de um(a) *stylist* ou de um(a) diretor(a) de som, os seus valores são cobrados ao dia, recebendo estes o valor total dos dias de trabalho, tendo em conta que estão presentes apenas nesta fase de gravações. Mas existem outros cargos em que o valor é cobrado à hora, como por exemplo, o diretor de fotografia ou o diretor de luz, que estão apenas presentes durante umas horas no dia do *pré-light*.

Dentro do orçamento é ainda necessário calcular o que se chama de “Mark up” - do orçamento do projeto em geral trata-se do valor que a própria produtora recebe.

Depois de terminado o exercício o orientador realizou uma explicação acerca do mesmo esclarecendo dúvidas e alertando para certas questões associadas. Posteriormente, Pedro realizou um documento final com os valores oficiais e aqui, concluí que as propostas de valor que realizei no exercício não se encontravam muito distintas dos valores reais.

Durante a realização do orçamento e da listagem de cargos surgiu um elemento do qual não estava familiarizada – o DIT – ou seja, o *Digital Image Technician*. Este é o responsável por manter a

integridade visual do que é gravado garantindo a qualidade nas várias fases de um projeto. No caso da Kinéma o DIT é o produtor/realizador. No entanto, no caso de haver oportunidade e de ser necessário, este técnico deve ser contratado para garantir que as gravações sejam realizadas da melhor forma possível e para que todo o processo seguinte aconteça como pretendido.

Uma das questões abordadas pelo orientador ainda relativamente ao orçamento foi a importância de conhecer o material/equipamento tanto de imagem como de som. Habitualmente, quem redige a lista de equipamento a utilizar em produções é o diretor de fotografia e o diretor de som pois, de todos os membros da equipa, são aqueles que estão familiarizados com todo o tipo de material que compete para a sua tarefa. No entanto, deve haver sempre por parte do produtor algum controlo relativamente a este material, no sentido de compreender o que é ou não realmente necessário. O conhecimento de material de fotografia e som permitirá identificar todos os materiais propostos por estes membros e analisar a sua necessidade com base no que é fundamental e no orçamento. Para além disso, na hipótese de não haver possibilidade de ter um diretor de som ou diretor de fotografia numa determinada produção, o facto de o produtor ter estes conhecimentos vai permitir que o mesmo avalie o que é necessário para as gravações e, se necessário, desempenhar o cargo. De forma a poder estar a par na realização destas tarefas foi essencial aceder aos sites mencionados anteriormente no ponto 2.1.1, como “No Film School” ou o “Cine D” que têm exatamente este intuito, permitindo-me ler e manter-me informada sobre esta parte técnica do audiovisual.

Conhecer o material a utilizar num projeto é saber o que se pretende do projeto, ou seja, o tipo de ambiência, a luz, o tom e outros fatores que fazem parte da realização e do teor da história a contar, provando isto, mais uma vez, que o produtor não está apenas envolvido em questões de cariz burocrático. Um dos conselhos dados pelo orientador ao longo do estágio foi que o produtor deve ter um mínimo conhecimento de tudo o que envolva cada uma das áreas para saber com o que pode contar de cada uma delas. Por exemplo, para um projeto o diretor de fotografia deve indicar o material necessário. Desta forma, realiza uma lista e entrega ao produtor para que este possa proceder ao aluguer. Muitas vezes acontece de não haver orçamento para o material que foi indicado e, se o produtor tiver conhecimento dos tipos de equipamentos que existem e o que pode ou não ser utilizado, consegue editar a lista que foi proposta, retirar material e propor outro que vá de encontro ao orçamento.

Ainda nesta fase do programa “O da Joana” estive envolvida também no processo criativo do guião. Para além de organizar um guião com a proposta das receitas e dos títulos dos episódios,

realizado pelo Pedro e pelo talento Joana Barrios, foi possível sugerir possíveis receitas. Este guião contou com as oito fases inerentes ao programa:

- Introdução do programa
- Introdução da primeira receita
- A primeira receita
- Introdução da segunda receita
- A segunda receita
- Introdução da terceira receita
- A terceira receita
- Fecho do programa

Todas estes pontos foram escritos por Joana Barrios, o talento do programa, uma vez que se tratava de receitas que a mesma teria de realizar. O vocabulário e a linguagem peculiar e característica da mesma permitem que escreva também as introduções e os fechos.

Além deste guião foi criado também o receituário que contava apenas com as receitas. Este é o documento necessário para realizar a transcrição durante as gravações e também para a restante equipa, principalmente para os elementos que se mantêm na cozinha de apoio.

Neste caso, a tarefa que me competia era a de organizar estes documentos partilhados de modo a facilitar a leitura pelos seus utilizadores.

De seguida, mais uma vez, continuei com a tarefa de aluguer de carro de produção, que foi bastante simples, uma vez que o serviço contratado anteriormente para o projeto “Comtradição” manteve-se neste, facilitando a organização de informação e o processo de aluguer.

Para além disso, o serviço de *catering* e de *coffee break* foram também da minha responsabilidade. O último contrato com a empresa de *catering* foi considerado um sucesso e, como tal, foi mantido também para estas gravações com possibilidade, de no futuro, se confirmar uma parceria com a empresa e a Kinéma. Já para serviço de *coffee break* foi necessário procurar por novas pastelarias e/ou empresas que servissem *snacks*.

Foi necessário também nesta fase contratar por *e-mail* alguns elementos da equipa que não tinham sido ainda contratados. Como tal, foram enviados *e-mails* onde o projeto e todas as circunstâncias foram explicadas.

Todos os projetos contam com marcas que os apoiam e, de forma a selecionar os produtos a utilizar durante as gravações, realizei uma lista com o nome de todos os produtos para que o realizador/ produtor e a Joana Barrios pudessem analisar quais seriam utilizados nas receitas.

Numa fase de pré-produção já avançada iniciei, ainda em dezembro, a procura por músicas que pudessem fazer parte dos programas. No site *Artlist.io*, com os requisitos a pedido do realizador, analisei as músicas disponíveis para verificar as que fariam sentido de acordo com o tipo de programa e o tipo de personalidade a apresentá-lo.

Finalmente o ano terminou e, no início de 2022, em janeiro, foram resolvidas as últimas questões para as gravações se iniciarem no dia 11. Foram enviados *e-mails* à equipa a confirmar todas as informações necessárias, confirmar os serviços contratados e reler e rever os guiões para que nada falhasse no momento que se segue e que requer bastante organização.

2.6.2. Gravações (Produção)

As gravações do programa “O da Joana” iniciaram a dia 11 de janeiro de 2022. Assim como no programa “Comtradição”, nos 3 dias que se antecederam, iniciou-se a fase de montagem do cenário e preparação do estúdio. A logística destas gravações com Joana Barrios foi muito semelhante às gravações do programa com Henrique Sá Pessoa, uma vez que se trata do mesmo tipo de programa. No entanto, existem algumas diferenças que passo a descrever.

Durante o período de montagem, iniciado a dia 7 de janeiro, enquanto o cenário era montado pela equipa de montagens de *set*, a produção iniciava a organização da sala de adereços abrindo todas as caixas e separando todo o material. Ao contrário das últimas gravações neste mesmo registo, a minha presença no estúdio tanto neste período como durante as próprias gravações, foi muito mais dinâmica e competente. A observação e a atenção prestada na primeira vez contribuíram, quatro meses depois, para uma maior fluidez a nível de desempenho. A participação nas tarefas tornou-se cada vez mais intuitiva sem a necessidade de me ser indicado aquilo que deveria ser feito.

Ainda dentro deste período surgiu um imprevisto: um dos elementos da equipa informou que não poderia participar nestas gravações, nomeadamente a copeira. Desta forma, a equipa ficou sem a pessoa responsável pela cozinha e limpeza de todas as loiças. Como tal, foi necessário, durante o fim de semana encontrar com urgência uma pessoa que se responsabilizasse por este cargo. A procura inicialmente, partiu de “boca a boca”, através de elementos da equipa que pudessem, eventualmente, conhecer alguém que se responsabilizasse pela tarefa. No entanto, foi através da página de “empregos” da rede social *Facebook* que a procura teve maior sucesso. Foi criado um anúncio com a procura de um copeiro com o intervalo de datas, as condições e o local. Aos candidatos foram especificados estes pontos para que pudessem corresponder aos seguintes parâmetros:

- Dominar uma cozinha;
- Limpar bem uma cozinha e os utensílios, sendo particularmente minucioso, tendo em consideração que se trata de um programa de televisão e todas as loiças teriam de estar impecavelmente limpas;
- Ter acesso próprio à morada do estúdio;
- Ser dinâmico e ágil. Este requisito é extremamente importante dado que para cumprir o mapa de gravações, a troca de ingredientes e de loiças na cozinha do *set* deve ser rápida e cumprir o tempo que se propõem inicialmente, para que as gravações terminem no horário inicialmente proposto. Desta forma, o copeiro deve no final da gravação de uma receita, dirigir-se rapidamente ao *set* limpar a bancada e recolher todas as loiças sujas, voltando à cozinha de apoio onde limpa todos os utensílios.

Depois de várias entrevistas realizadas foi possível fechar um acordo com uma pessoa que passou a ser o copeiro destas gravações. Competiu-me também a mim explicar presencialmente o funcionamento das gravações e apresentar o espaço ao novo membro da equipa para então iniciarem as gravações.

Na fase posterior à montagem do cenário e à decoração o último dia antes das gravações competiu, uma vez mais, ao *pré-light*.

O primeiro dia de gravações foi dedicado aos testes. Contrariamente às gravações do “Comtradição”, este dia de testes é com o próprio talento e é neste mesmo dia que é gravado o primeiro episódio do programa. No entanto, este é repetido num dos últimos dias, sendo esta a versão normalmente usada para o programa final.

As tarefas concebidas nas gravações de setembro foram as mesmas nestas gravações. A principal foi, mais uma vez, a transcrição das receitas. As outras tarefas consistiam em gerir os almoços e coordenar a equipa e o espaço juntamente com o produtor e o realizador Pedro Bravo. No entanto, dada a experiência adquirida nas primeiras gravações outras tarefas foram atribuídas:

- Antes de serem iniciadas as gravações do dia teria de acompanhar uma lista de tarefas que consistia em dar uma volta ao estúdio e retificar se tudo estaria pronto para gravar. No caso de ser necessário realizar alguma tarefa realizava-a ou chamava o profissional responsável.
- Para além de transcrever as receitas confirmava o que efetivamente se encontrava no *set* e confirmava os ingredientes com o talento. Posteriormente, passei a confirmar também, na cozinha de apoio, se os ingredientes estavam todos e com as quantidades certas e, só depois, passavam para a cozinha do *set* onde seriam, mais uma vez, por mim confirmados.
- Depois de confirmar os ingredientes com o talento confirmava também a própria receita e preparava os utensílios necessários para a mesma, com a ajuda do assistente de realização e da assistente de *plateau*.

Durante as filmagens, apesar de todos os contratemplos, fiz os possíveis para desempenhar as tarefas e para, juntamente com a equipa, manter o dinamismo.

Após o último dia, mais uma vez, deu-se a fase de desmontagem do cenário. Nas primeiras gravações para o 24Kitchen acompanhei esta fase com o coordenador, que me enriqueceu com informações e indicações que contavam com a forma como o estúdio deveria ser arrumado e para onde iriam os adereços e utensílios utilizados. No entanto, nestas rodagens, o coordenador não esteve presente. Como tal, fiquei responsável por certificar que tudo seria arrumado e recolhido de forma organizada pela equipa que ficou responsável pela desmontagem e pelas arrumações.

Para esta fase é extremamente importante que tudo seja arrumado cuidadosamente. É necessário ter em conta vários pontos, tais como:

- Cuidado com os adereços, garantindo que nada se danifica ou perde;
- Distinguir os adereços da Kinéma dos adereços patrocinados;
- Embalar organizadamente os adereços da Kinéma nas respetivas caixas, mantendo os mesmos objetos nas mesmas caixas;

- Embalar cuidadosamente as loiças e adereços patrocinados de modo a voltarem para a marca sem danos e nas quantidades inicialmente acordadas;
- Certificar que as devoluções dos objetos patrocinados são todas realizadas;
- Certificar que nada no estúdio é danificado durante a desmontagem do cenário;
- Lavar todos os utensílios utilizados;
- Separar as diferentes tarefas por várias pessoas para que cada uma seja realizada corretamente e ordeiramente;
- No final, certificar que tudo foi arrumado, que nada ficou perdido e que o estúdio foi deixado no estado em que se encontrou inicialmente.

No último dia, dia 1 de fevereiro de 2022, juntamente com a assistente de produção/assistente de *plateau* todas as devoluções foram realizadas com sucesso e o estúdio ficou exatamente da forma como foi encontrado no primeiro dia. A devolução do carro de produção, que inicialmente foi alugado, foi realizada também por mim neste dia.

As gravações d'O da Joana apesar de serem as segundas gravações desde o início do estágio, apresentaram novos desafios e muitas aprendizagens. Assim como eu, toda a equipa aprende sempre mais a cada período de gravações, melhorando sempre na próxima vez.

2.6.3. Pós-Produção

A fase posterior às rodagens coincidiu com o último mês de estágio, isto é, fevereiro de 2022.

Ao longo das gravações alguns elementos da equipa efetuaram compras com vales de produção e, como tal, no final foi necessário registar todas as faturas referentes a esses gastos, nomeadamente da Assistente de *Plateau*, da Gestora de despesa e do realizador/produtor. No *software Excel*, em diferentes páginas, foram registadas todas as faturas destes elementos da equipa, com a descrição da compra, o nome do local, a data e o valor. Para além disso, foi também necessário fechar as contas com as empresas contratadas, nomeadamente as de *catering* e aluguer de carro e também, com toda a equipa, contactados via *e-mail*.

A tarefa seguinte consistiu, mais uma vez, na confirmação das receitas transcritas com os programas já editados.

Nesta fase de pós-produção os processos foram semelhantes aos do “Comtradição”. A diferença encontrava-se no número de editores do programa que refletiu numa construção diferente do mapa de pós-produção, tendo em consideração que, desta vez, apenas uma pessoa editaria os programas. A realização do mapa seguiu o mesmo modelo do último.

As restantes fases de pós-produção continuaram, mas já numa fase posterior ao estágio curricular.

2.7. “Danças na Cidade”

“Danças na Cidade” foi um projeto proposto pela RTP2 para celebrar o Dia Mundial da Dança no dia 29 de abril de 2022. O Projeto consistia em 4 vídeos de cerca de 5 minutos com coreografias *site-specific* em 4 museus/mosteiros/palácios da Direção Geral do Património Cultura (DGPC). Este projeto contou com a realização de Márcio Simões, produção de Carolina Ribeiro e com a produção executiva de Pedro Bravo. As 4 coreografias foram criadas por 4 coreógrafos portugueses com os bailarinos da Companhia Nacional de Bailada (CNB), sendo esta uma colaboração entre a RTP e a CNB. O resultado deu origem a 4 esplendidas coreografias no Mosteiro dos Jerónimos, no Palácio da Ajuda, no Museu Nacional de Arte Antiga e no Palácio Foz.

O “Danças na Cidades” poderá dizer-se que foi um dos projetos mais desafiantes dentro do estágio curricular, uma vez que, foi o primeiro sem a presença do orientador do estágio. Inicialmente as tarefas foram orientadas pelo mesmo, no entanto, a produção do filme foi por uma produtora contratada – Carolina Ribeiro – e, como tal, grande parte das orientações partiram da produtora, mas sempre com o acompanhamento do orientador de estágio.

2.7.1. Pré-Produção

A fase de pré-produção deste projeto teve início nos últimos dias de pré-produção do projeto “O da Joana”, ou seja, no início do mês de janeiro de 2022.

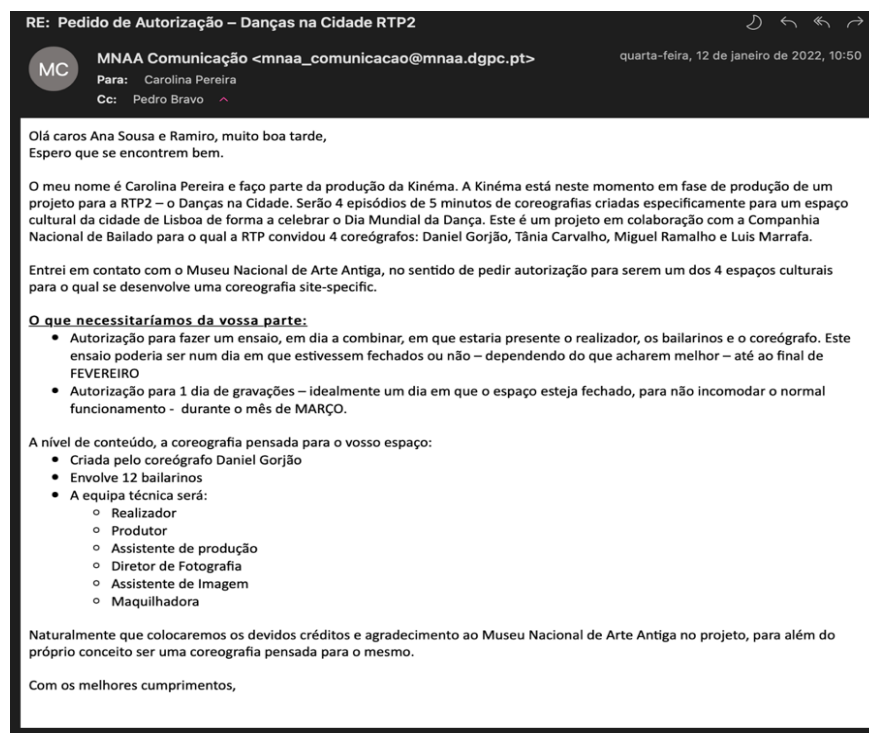
A primeira etapa desta fase ficou marcada por uma reunião com os 4 coreógrafos deste projeto, entre eles o Diretor de Artes Cénicas da RTP, sendo este quem propôs a ideia com a diretora de produção da CNB e com o até então produtor Pedro Bravo. Esta reunião serviu para que o Diretor de Artes Performativas da RTP pudesse apresentar a ideia do projeto através de um *briefing*, e para

que os coreógrafos pudessem apresentar as suas ideias, ainda que iniciais, como o local de preferência para a coreografia, a música a utilizar e os figurinos. Posteriormente à reunião, os coreógrafos enviaram, via *e-mail*, as suas propostas por escrito.

Durante esta fase de exploração do tema e de criação das coreografias por parte dos coreógrafos foi necessário contratar um(a) produtor(a) para produzir o projeto, uma vez que o Pedro Bravo estaria durante este período a produzir e a realizar o programa “O da Joana”. Desta forma, pela primeira vez, integrei o cargo de estagiária assistente de produção com um produtor distinto, no caso uma produtora, sem o acompanhamento direto do orientador de estágio. Tratou-se de um desafio, uma vez que maiores responsabilidades me foram atribuídas. Apesar de estar envolvida neste projeto, encontrava-me, assim como o orientador, nas gravações do projeto “O da Joana” e, posteriormente, na fase de pós-produção. Como tal, inicialmente, a presença neste projeto foi ainda reduzida.

No mês de fevereiro a fase de pré-produção avançou com os contactos aos museus e monumentos da DGPC, tendo em consideração a preferência dos coreógrafos e do realizador. O *e-mail* tipo para estes espaços foi ainda conferido pelo orientador de estágio (Figura 16). Com a aprovação dos espaços para que fosse possível realizar uma *repérage* foi possível analisar quais os museus e/ou monumentos adequados para o projeto.

Figura 16: *E-mail* tipo para autorização de gravação nos monumentos da DGPC



As gravações nos diferentes espaços dependiam tanto da disponibilidade dos monumentos como dos bailarinos/coreógrafos. Como tal, as mesmas foram gravadas em dias diversos do mês de fevereiro e março. A fase de pré-produção para formalizar a ideia, conhecer os coreógrafos e falar sobre potenciais locais para os vídeos, foi realizada antes do início das gravações. Já a pré-produção de cada vídeo que contava com o contacto com os próprios monumentos, com o catering, os transportes e a gestão de horários das gravações iam sendo formalizados à medida que as gravações iam ocorrendo (Figura 17).

Figura 17: Processo de pré-produção e gravação do projeto “Danças na Cidade”



2.7.2. Gravações

As primeiras gravações aconteceram no Mosteiro dos Jerónimos a 7 de fevereiro de 2022, com o coreógrafo como bailarino e uma bailarina, ambos da CNB. A coreografia foi intitulada de “Dueto Symphony Of Sorrows” coreografada por Miguel Ramalho.

A tarefa principal centrava-se na orientação dos bailarinos enquanto o material de gravação era preparado. Durante a restante manhã enquanto a produtora acompanhava e orientava a equipa, foi da minha responsabilidade procurar um espaço nas imediações para realizar o almoço com a equipa. Terminadas as gravações realizou-se o almoço no espaço selecionado e terminou o primeiro dia de rodagem deste projeto.

Enquanto as gravações iam acontecendo os contactos com os restantes espaços eram mantidos de forma a fechar os últimos detalhes. Como tal, a dia 11 de fevereiro de 2022 foi realizada uma *repérage*, na qual marquei presença, no Palácio Foz. Esta visita técnica teve como objetivo avaliar o espaço e certificar que seria adequado para o realizador e para a coreógrafa colocarem em prática as suas ideias.

Acordado o espaço, a dia 21 de fevereiro de 2022 foi realizado um ensaio com a coreógrafa Tânia Carvalho e com os 18 bailarinos da CNB. A coreografia foi intitulada de “Sucessão Inevitável de

Acontecimentos”. Em simultâneo, no Palácio Nacional da Ajuda, iniciavam-se a gravação da coreografia “Dueto Snow” com o coreógrafo Luís Marrafa e outros bailarinos. Desta forma, foi necessário separar os dois elementos da produção, sendo que a produtora marcou presença nas gravações no Palácio Nacional da Ajuda e eu coordenei os ensaios no Palácio Foz. Este foi um dos maiores desafios do estágio – coordenar 19 pessoas dentro de um Palácio da DGPC. No entanto, o dia foi um sucesso, uma vez que tudo correu como planeado.

A chegada ao Palácio Foz foi um pouco antes do horário da chegada dos bailarinos, tempo necessário para preparar o espaço comum onde estariam os alimentos para o *coffee break*. Entretanto, a coreógrafa e os bailarinos chegaram ao local e foram redirecionados para a zona do Palácio onde seria realizado o ensaio. Neste momento foi necessário explicar, em inglês, como ocorreriam as atividades daquele dia. Posto isto, os ensaios começaram. Neste período foi necessário manter-me sempre disponível para qualquer questão que os bailarinos precisassem de resolver, assim como a coreógrafa.

Terminados os ensaios na parte da manhã, deu-se início à hora de almoço. Mais uma vez, reencaminhei todas as pessoas para o local de almoço e preparei o espaço de modo que todos se sentissem confortáveis e descansados.

Depois do almoço, todo o espaço da refeição foi arrumado e deixado exatamente nas mesmas condições em que foi encontrado, tendo até inicialmente, assim como me foi aconselhado anteriormente, tirado fotografia ao local para que pudesse certificar que tudo seria entregue corretamente.

Até às 15h foi realizado mais um ensaio e, de seguida, os bailarinos foram transportados pelo serviço contratado pela produtora, de volta à CNB. Em suma, apesar do nervosismo, o dia correu favoravelmente bem, tendo superado o desafio com sucesso.

As gravações no Palácio Foz foram na semana seguinte, no dia 28 de fevereiro, sendo que se encontrava já fora do período de estágio curricular, no entanto, para essas mesmas gravações ainda foi realizada uma tarefa que consistia em alugar os figurinos para as gravações no Palácio Foz. Com o tipo de figurino que a coreógrafa pretendia foi realizada uma pesquisa na internet de lojas com saias longas, pretas e camisas também pretas. Depois de uma longa pesquisa na internet foi encontrada

uma loja online, mas com loja física em Lisboa, onde foi possível alugar estas peças de roupa pela produtora Carolina Ribeiro.

Entretanto, os 6 meses de estágio terminaram e consequentemente a participação no projeto Danças na Cidade.

2.8. Outras tarefas na produtora Kinéma

Ao longo do estágio para além de serem realizadas tarefas no âmbito dos projetos da produtora, foram também realizados outros trabalhos no âmbito da própria empresa com o intuito de perceber a dinâmica da mesma no período em que não me encontrava em gravações ou em fases mais calmas a nível de trabalho.

No mês de novembro de 2021, a pedido do orientador de estágio, realizei uma pesquisa de armazéns e de estúdios na zona de Lisboa para guardar material da Kinéma. De forma a manter a pesquisa e os locais encontrados salvaguardados, todas as empresas foram registadas num caderno (Figura 18 e 19).

Figura 18: Lista de Armazéns

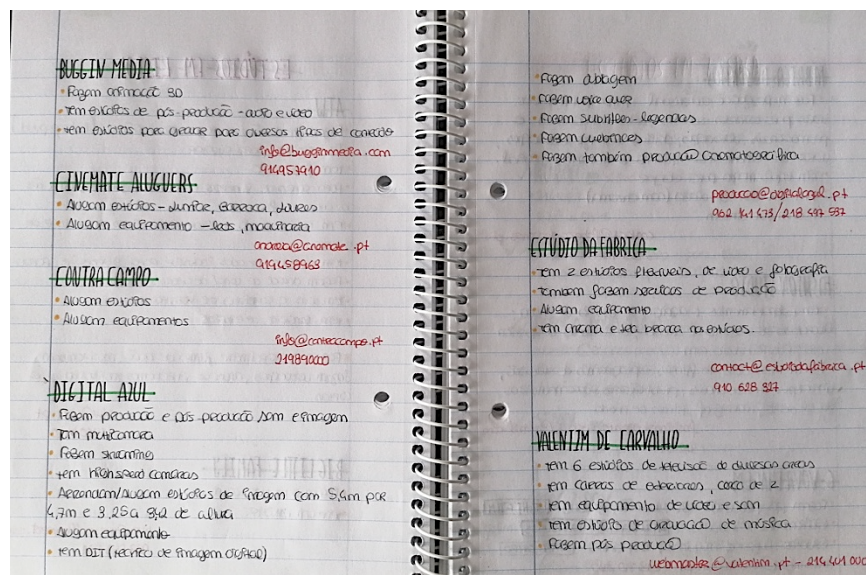
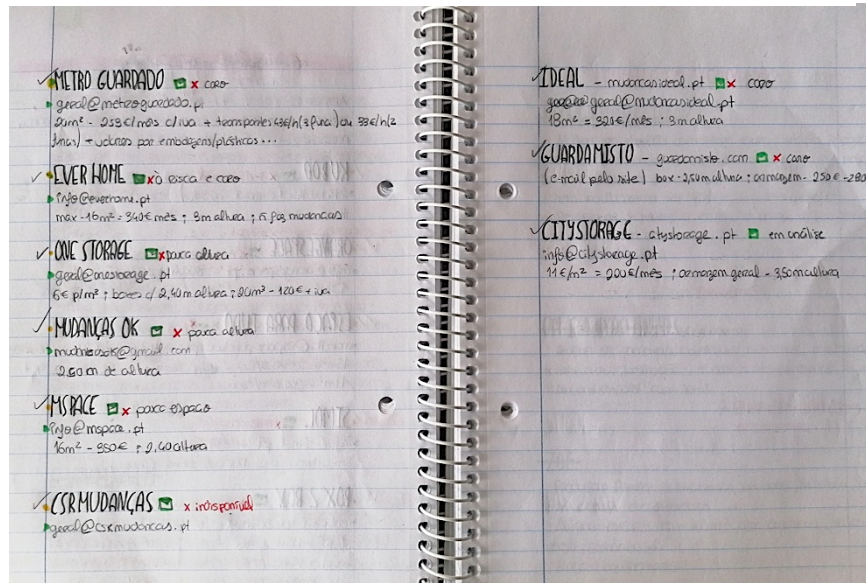


Figura 19: Lista de Armazéns

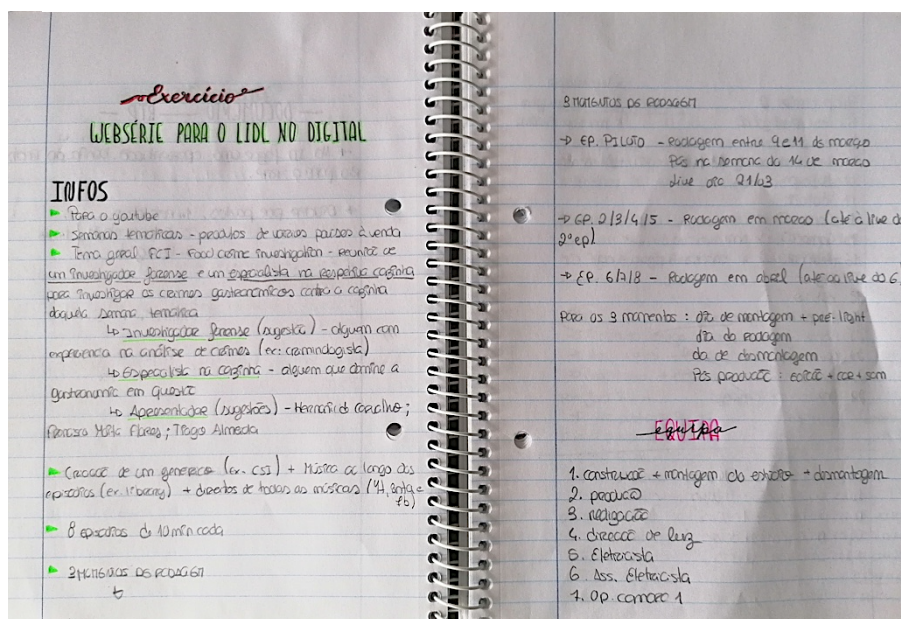


Posteriormente, ainda no mês de novembro, com o propósito de antecipar algum trabalho foi realizada uma nova pesquisa de empresas de *catering* e *coffee break*. Esta pesquisa permitiu que nas gravações que se sucedessem existissem novas opções de *catering*, na eventualidade de haver essa necessidade. Como forma de facilitar o acesso às informações das mesmas foi criado um documento *Excel* com todas as empresas e todos os parâmetros que apresentavam, desde o tipo de serviço ao preço do mesmo.

Ao longo do ano é necessário, mensalmente, ir registando os gastos da empresa referentes a projetos ou a gastos da própria empresa. Como tal, com o acesso a todas as faturas dadas pelo orientador, as mesmas foram registadas no *software Excel*, depois organizadas por mês e, por fim, enviadas à contabilidade. Isto permite um maior controlo sobre os gastos da empresa. No primeiro contacto com estes documentos de contabilidade o orientador do estágio apresentou-me formas de registar as faturas, mantendo sempre a organização e o fácil acesso a todos os gastos. Para isto, foram utilizados os mecanismos do próprio *software* que me eram ainda desconhecidos.

Em momentos de transição de projetos em que o trabalho se encontrava encaminhado, o orientador de estágio propôs-me um exercício em que realizava um orçamento para um projeto que não chegou a ser realizado apenas com algumas informações (Figura 20). Para este exercício foi necessário perceber consoante a proposta do projeto, a equipa necessária, o material a utilizar, o número de dias de gravações, o local das mesmas, entre outros aspetos, de modo a obter um orçamento final para o projeto.

Figura 20: Elaboração e apontamentos do exercício para orçamentar um projeto



Foi um desafio enriquecedor que me permitiu através da experiência dos últimos projetos, perceber a minha aptidão para realizar um orçamento com uma informação ainda muito primária que é, no fundo, aquilo que acaba por acontecer no mercado de trabalho. Em grande parte das situações em que são pedidos orçamentos as propostas dos projetos contêm pouca informação, por isso, há a necessidade de realizar um orçamento com essa informação, com alguma destreza e rapidez, de modo a “segurar” o projeto e podermos avançar o mais rápido possível.

2.9. Reflexão final

O estágio curricular permitiu-me adquirir conhecimento acerca do funcionamento de uma produtora em Portugal tendo por base, além da licenciatura em cinema, os conhecimentos adquiridos ao longo do primeiro ano de mestrado na área profissionalizante de Audiovisual e Multimédia do curso de Ciências de Comunicação. De entre todas as unidades curriculares (UC), as que tiveram efetivamente repercussão ao longo do estágio foram as disciplinas de Oficina do Audiovisual, Composição Digital e Sonoplastia, sendo que umas mais diretamente que outras.

A UC Oficina do Audiovisual permitiu adquirir informação sobre os modos de funcionamento, por exemplo, de uma publicidade em audiovisual ou em videoclipe, permitindo compreender certos trabalhos já realizados ou em fase de pré-produção na Kinéma. A UC Composição Digital, em que foi possível aprender a trabalhar com softwares como *Photoshop* e *After Effects*, sendo que o

manuseamento do *Photoshop* foi necessário ao longo do estágio. Por fim, a UC Sonoplastia permitiu ter uma sensibilidade diferente relativamente ao som, podendo assim avaliar a qualidade sonora de algum projeto. Estas duas últimas unidades curriculares permitiram manter aquele conhecimento que um produtor deve ter pelas várias áreas do audiovisual, como foi referido ao longo do relato. Desta forma, houve uma maior preparação para iniciar o estágio. Ainda assim, as restantes UCs apesar de não terem refletido diretamente na experiência de estágio, refletiram no conhecimento pessoal, sendo úteis na vida profissional, como a UC de Comunicação e Linguagens.

O facto de o estágio curricular ter sido realizado numa produtora com uma equipa jovem, permitiu que toda a experiência tivesse uma cotação muito positiva e leve pois, o tipo de comunicação e as formas de pensamento eram muito semelhantes. Durante os períodos de pré e pós-produção, grande parte da comunicação era apenas feita com Pedro Bravo, com quem foi estabelecida uma relação tranquila onde eram dados conselhos e dicas, assim como partilhadas diversas informações. Nos períodos de gravação a equipa estendia-se para cerca de vinte pessoas, sendo que grande parte se matinha na mesma faixa etária, isto é, dos 23 aos 30. Tendo em consideração relatos de outras experiências de estágio e mesmo de experiências de pessoas que tive oportunidade de conhecer neste período, foi possível perceber que, de facto, esta conclusão foi motivada pelo fator idade.

Refletindo sobre toda a experiência, é possível concluir que não existiram momentos menos bons durante os seis meses. Grande parte das tarefas realizadas eram sempre confirmadas com o orientador antes de serem enviadas, evitando quaisquer problemas. Ainda assim, qualquer chamada de atenção que pudesse surgir, era sempre com um teor construtivo, informativo e dado à aprendizagem, não refletindo, portanto, num aspeto negativo a ter em consideração.

Todas as tarefas que me foram propostas foram aceites e realizadas sempre com o acompanhamento do coordenador. Como foi referido no capítulo 2.1.1 certas tarefas desempenhadas que poderiam ser distribuídas por outros cargos, na Kinéma e em grande parte das produtoras portuguesas, devido aos baixos orçamentos que não permitem ter mais elementos numa equipa, são realizadas pelo produtor ou pelo assistente/estagiário de produção. Desta forma, foi possível ter uma maior noção do funcionamento das pequenas produtoras nacionais e preparar-me para os diferentes trabalhos que possam surgir, uma vez que, existe uma maior noção das necessidades.

Foi também possível perceber como se trabalha e lida com os clientes; como se comunica com os elementos da equipa e com empresas que apoiam os projetos; as melhores estratégias para

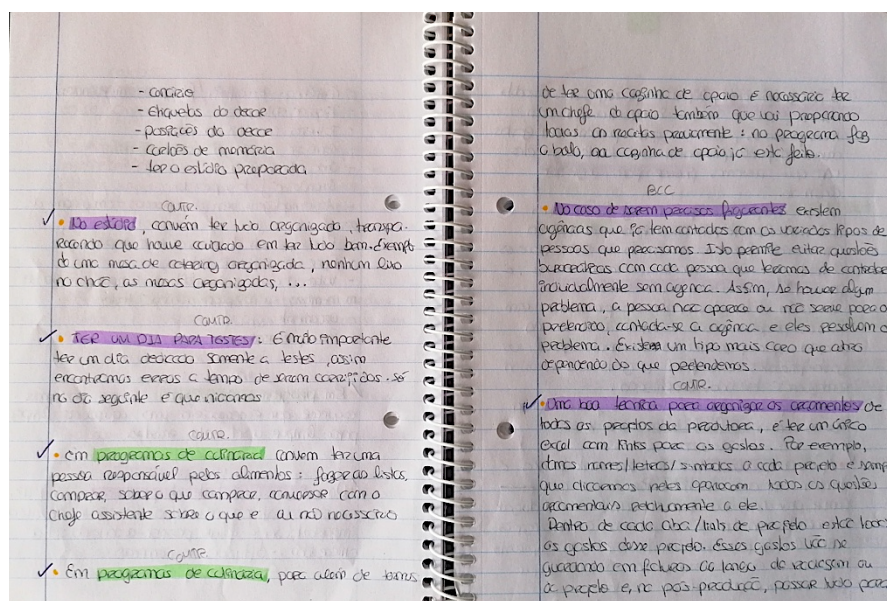
conseguir apoios e trabalhos; saber como se aproximar das pessoas; como comunicar e agir com membros novos na equipa, uma vez que esta varia sempre de projeto para projeto e, por fim, foi possível por em prática a proatividade, algo que estava já incutido em mim. Fiz sempre questão em ser uma mais-valia para o bom funcionamento da produtora, tendo isso refletido para a minha continuação em estágio profissional.

Toda a experiência dos seis meses de estágio foi, sem dúvida, enriquecedora e importante para a minha vida profissional. O que permitiu que esta caminhada tivesse tamanha relevância foi, com certeza, o excelente acompanhamento que tive, prestado pelo orientador Pedro Bravo, que em todos os momentos se interessou em fazer-me presente, ensinar-me, dar-me dicas a nível profissional que, consequentemente, me fizeram também crescer a nível pessoal. Para além disto, todo o ambiente vivido na Kinéma, proporcionado também por Pedro Bravo, permitiu que me sentisse verdadeiramente feliz.

A frase que levo desta experiência é a frase escolhida como abertura deste projeto e que me permitiu perceber que, de facto, as decisões tomadas na vida refletem a forma como a vivemos e, neste caso, tenho o prazer de dizer que, até ao final, este “trabalho” me fez feliz.

De forma a tirar um maior proveito do estágio, todas as dicas que me foram apresentadas ao longo do mesmo foram apontadas num caderno, assim como é possível observar na Figura 21. Assim, garanto que todas estas informações prevalecem comigo para uma maior preparação para o mercado de trabalho.

Figura 21: Apontamento das dicas adquiridas ao longo do período de estágio curricular



Este estágio na produtora Kinéma suscitou interesse em perceber como se cria uma produtora audiovisual em Portugal e quais os procedimentos. Daqui surgiu a questão de investigação - " Quais são os processos inerentes à criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo em consideração o desempenho do cargo de produtor/a?". Esta questão será analisada nos capítulos seguintes.

CAPÍTULO II

O Caminho do audiovisual pelo mundo e os produtores audiovisuais

Neste capítulo, de modo a contextualizar os Capítulos I e III, e também para refletir sobre o tema da produção audiovisual, serão abordadas temáticas relacionadas com o audiovisual desde o seu surgimento à atualidade, passando pelo cinema, pela televisão e, por fim, pela internet.

Posteriormente, será explorada a temática relacionada com a produção no audiovisual e os seus produtores, sendo este o ponto que se destaca como o mais importante para este trabalho. De forma a enquadrar a área a nível nacional, será abordado o seu surgimento e a sua emergência em Portugal.

1. O surgimento do audiovisual

O audiovisual transporta dois sentidos que, como o próprio nome indica, é o “áudio” e o “visual”. Segundo o site Priberam Dicionário³ “diz respeito simultaneamente ao ouvido e à vista”. Portanto, quando se fala de comunicação audiovisual fala-se da comunicação realizada, de forma a que esta seja possível ouvir-se e ver-se. Tal não foi possível até 1927 no cinema, ano marcado pelo surgimento do primeiro filme sincronizado “The Jazz Singer”, de Alan Crosland produzido pela Warner Brothers, “utilizando o primeiro sistema sonoro eficaz, desenvolvido pela própria produtora, o Vitaphone” (Ribeiro, 2008, p. 9). Ribeiro, refere que,

Journot (2005) também define audiovisual como uma técnica concebida em função de um produto ou obra, obtido por um determinado meio de comunicação de massa, meio esse que permite a transmissão de som e imagem, componentes que, no processo audiovisual, complementam-se obrigatoriamente. (Ribeiro, 2008 p.9)

No entanto, segundo a APIT (Associação de Produtores Independentes de Televisão) em Produção de conteúdos audiovisuais em Portugal - Estudo Estratégico, “(...) não existe uma definição única e inequívoca para todos os protagonistas com responsabilidade no tema sejam eles países, organizações internacionais, associações representativas, entidades reguladoras, operadores ou produtores.” (APIT, 2016, p. 9).

O termo audiovisual surge com o cinema sendo o ponto de partida para aquilo que é comum atualmente. Assim como refere Ribeiro, “o cinema é a matriz da linguagem audiovisual e esta é a linguagem do mundo contemporâneo” (Ribeiro, 2008, p.3). O cinema com sons para além das imagens já utilizadas desde a sua existência (1895), veio trazer uma nova perspetiva e uma nova forma

³ <https://dicionario.priberam.org/audiovisual>

de compreensão à sociedade proporcionando uma nova experiência sensorial. O que até então era imaginado e compreendido através dos subtítulos e músicas, por vezes tocadas por orquestras no momento da transmissão, passou a ser completamente compreendido dada a perfeita representação da realidade. O que era transmitido na tela do cinema passou a ter um sentido mais completo, mais perto do pretendido pela realização do filme. Em conformidade com Ribeiro, em paralelo com o som e a imagem, o movimento, permite-nos sincronizar, através do que é audível e visível, a nível temporal e espacial (Ribeiro, 2008).

Entretanto, em 1927 surge a televisão e, uns anos mais tarde, em 1939, começam a ser transmitidas as primeiras imagens com som. Segundo Abreu e Da Silva, foi nos EUA com o discurso do presidente Franklin D. Roosevelt que ficou marcado “o início da comunicação eletrónica no continente Americano” (Abreu & Da Silva, 2012, p.3).

Como referido, apesar do som ter complementado o significado do que é transmitido aos espectadores, a junção destas linguagens em conjunto com a realização narrativa, isto é, com certas ambiguidades criadas pelo realizador, não geraram apenas um significado singular, pois a compreensão é dependente daquilo que é captado por cada espectador, que pode advir das suas experiências. De acordo com Ribeiro “Odin (in Journot, 2005) defende que, numa determinada sociedade há vários modos de produção de sentido ou efeitos, pelos quais a obra audiovisual nos conduz a um tipo de experiência particular.” (Ribeiro, 2008, p. 13). Portanto, apesar de serem atribuídos significados a ações de determinadas obras cada pessoa é livre de a interpretar da forma que assim lhe fizer sentido, sendo este um dos fatores que leva a diferentes opiniões de cada espectador, relativamente ao mesmo filme.

2. O cinema como indústria

Para falar da indústria audiovisual é necessário discutir o cinema e a indústria cinematográfica, no entanto, primeiramente é preciso esclarecer o que se entende por “cinema” e “audiovisual”. Segundo Lyra (2005) existem duas perspetivas diferentes em relação a estes dois termos. Na primeira, “seria possível pensar o cinema em si, juntamente com o cinema em suas relações com o universo audiovisual” (Lyra, 2005, p. 3), sendo que “o objeto prioritário seria mesmo o cinema” (Lyra, 2005, p. 3). Ou seja, existe aqui uma separação entre o cinema e o audiovisual. Na segunda perspetiva, o

cinema é visto como um meio entre os outros (televisão, vídeo, internet, entre outros), incluindo-se no meio audiovisual. Lyra (2005) segue a sua análise considerando a segunda perspectiva, referindo que “o cinema abandona a condição de ser um elemento específico, passando a integrar o sistema audiovisual das comunicações que atua na indústria de informação e entretenimento” (Lyra, 2005, p. 4).

O cinema ao longo dos anos foi evoluindo em simultâneo com o avanço da tecnologia. Inicialmente considerado puro entretenimento, fruto da liberdade criativa, rapidamente se tornou numa fonte de lucro que veio alterar este conceito e definição de “pureza” e de liberdade criativa. Como refere Daniela Pfeiffer Fernandes durante o século XX “a sua classificação enquanto produto, bem como a possibilidade de comercializá-lo, tornando-o uma mercadoria, fizeram com que o cinema, desde os seus primórdios fosse associado ao lucro, estando inserido assim na lógica económica do mercado.” (Fernandes, 2010, p. 48). Segundo Fernandes (2010), a atividade cinematográfica era controlada relativamente aos custos dos filmes e de tudo o que envolvia uma produção (*set*, elenco, etc.). A transmissão destes conteúdos dependia do que gerava rendimento e não em torno de questões estéticas. De acordo com Epstein (2008, como citado em Fernandes, 2010, p.48), “o objetivo dessas regras seria conferir um controle quase total sobre o modo de produção dos filmes, reduzindo o entretenimento a ‘um produto baseado não na estética, mas no ábaco custo-benefício’”.

Esta indústria cinematográfica no final do século XIX destacava-se em Itália e França, uma vez que, segundo Campacci, “tinham o cinema mais popular e poderoso do mundo” (Campacci, 2014, p.15). No entanto, com o impacto da Primeira Guerra Mundial a indústria cinematográfica europeia caiu (Campacci, 2014) e “os EUA começaram a destacar-se no mundo do cinema” (Campacci, 2014, p.15), surgindo daqui o mais conhecido centro de indústria cinematográfica – Hollywood (Campacci, 2014).

Segundo Michel e Avellar (2011) o cinema trata-se de “uma atividade artístico-industrial” (Michel & Avellar, 2011, p. 37), uma vez que o cinema é considerado arte e que a sua produção é realizada na indústria cinematográfica (Michel & Avellar, 2011). Todas as empresas relacionadas com a área (produtoras, distribuidoras e exibidoras) constituem esta indústria. De acordo com Michel e Avellar (2011), “outros tipos de empresas também fazem parte desta cadeia, como as fabricantes do material utilizado na produção (câmaras, computadores, tripés e trilhos etc.), as produtoras dos figurinos e cenários (...)” (Michel & Avellar, 2011, p. 37).

Esta movimentação em torno deste “universo” e este cinema onde as questões económicas prevaleciam em relação a questões estéticas, onde “era possível observar uma preocupação com a fabricação dos filmes”, (Fernandes, 2010, p.48), deram origem ao que se entende atualmente por “Indústria Cinematográfica” e/ ou também “Indústria Audiovisual” uma vez que “a partir da criação de meios eletrónicos produtores de matrizes em outros formatos, o cinema passou a ser inserido na categoria do audiovisual” (Fernandes, 2010, p. 50).

Este cinema industrializado foi impactante a nível económico sendo dos mais lucrativos e importantes (Fernandes, 2010). Assim como refere Fernandes, “até meados da década de 1950 o cinema existiu como o principal meio de consumo e entretenimento audiovisual, sendo o único responsável pelo facturamento dos estúdios” (Fernandes, 2010 p. 48 e 49). Em 1940 foi decretado pela Corte norte-americana que os estúdios não poderiam lucrar também com a distribuição dos filmes na sala de cinema, criando aqui uma dinâmica entre produção e distribuição cinematográfica (Fernandes, 2010).

2.1. Das salas do cinema à televisão

Como foi referido no ponto 1 deste capítulo o cinema perdeu a sua exclusividade da união do som com a cor, assim que a televisão passou a produzir conteúdo com estas características. Como refere Lyra, “no modelo audiovisual contemporâneo, os filmes já não são exclusividade dos espectadores que pagam para ir vê-los nas salas” (Lyra, 2005, p. 187).

A exclusividade do cinema não se perdeu apenas pelas características do audiovisual mas também pelo conteúdo transmitido. Ao longo dos anos a televisão foi ficando cada vez mais comum para a população. Além de conter conteúdo informativo passou a conter também conteúdo de entretenimento, sendo uma forte concorrente em relação ao cinema. Assim como explica Fernandes, “ao deixar de ser a única janela de exibição e fonte de renda dos estúdios, o cinema passou a competir com outros meios, acarretando numa diminuição significativa de sua força económica.” (Fernandes, 2010, p. 50). O imediatismo da televisão permitia que o conteúdo produzido noutras regiões do mundo fosse agora transmitido nas casas dos espectadores que obtivessem este aparelho “sem que, para isso, devessem sair” (Lyra, 2005, p. 187).

O conforto veio trazer uma preferência à população de assistir filmes a partir do seu sofá mas não só, o facto do conteúdo transmitido ser gratuito também influenciou a preferência da população

pela televisão. O “home vídeo” acabou também por ser uma preferência por parte dos espectadores que, apesar de ter um custo, assim como no cinema, este era inferior e ainda dava a possibilidade de escolher o que se pretendia ver e quando ver.

Como refere Lyra,

a sala de projeção de filmes, modo específico de exibição e difusão do cinema, teve o seu auge nos países industrializados na década de 50. A partir daí, com a ascensão vertiginosa da televisão como meio, as salas começaram a sua decadência. (Lyra, 2005, p.187)

Esta preferência do espectador pela televisão parece ter ocorrido também em Portugal, com a descida do número de espectadores de cinema a partir da década de 50 (Figura 22). De modo contextualizar este acontecimento, será exemplificado no parágrafo seguinte o caso português.

Ao observar o *site* do INE (Instituto Nacional de Estatística)⁴, tendo Portugal como país para exemplificar, percebemos que desde 1955, dois anos antes do “funcionamento oficial” (Sales, 2013, p. 168) da RTP, até 2019 o número de espectadores de cinema reduziu de 25,850 para 15,540, podendo ser justificável através da adesão vertiginosa à televisão, fator mencionado anteriormente. Ainda assim, este número foi aumentando gradualmente até ao ano de 1981, com 30,339 espectadores, sendo que de 1974 para 1976 foi notória uma subida acentuada de 35,684 para 42,812 espectadores que pode ser justificada, como será possível compreender num dos pontos a seguir, com a Revolução de Abril, uma vez que foram realizados vários filmes portugueses num âmbito militar cativando o interesse da população. Posteriormente a isto, a partir de 1977 a queda de espectadores de cinema começa a reduzir até aos dias de hoje. A evolução tecnológica abordada posteriormente, poderá também ser um fator justificável pela redução de espectadores de cinema.

Figura 22: Espectadores de cinema em Portugal entre os anos de 1955 e 2019.

Fonte: *Site* INE

Período de referência dos dados	Espectadores de cinema (N.º); Anual	
	Localização geográfica	
	Portugal	
	N.º (milhares)	
2019	15 540,7	
2010	16 559,7	
2005	17 165,1	
2000	17 913,8	
1995	7 397,0	
1990	9 593,0	
1980	30 761,0	
1977	39 145,0	
1976	42 812,0	
1975	41 593,0	
1974	35 684,0	
1973	28 914,0	
1970	27 971,0	
1965	25 660,0	
1960	26 588,0	
1955	25 850,0	

Espectadores de cinema (N.º); Anual - INE, Estatísticas da cultura - séries históricas

⁴ https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0005368&contexto=bd&selTab=tab2

O número de espectadores por sala também reduz. Ao analisar o *site* Base de Dados Portugal Contemporâneo – PORDATA⁵ percebe-se que de 1960 (ano máximo apresentado na plataforma) a 2019 este valor reduz de 334 para 23,5 espectadores por sessão. No entanto, a motivação desta redução tende a ser falaciosa se não se tiver em consideração o aumento do número de ecrãs e de sessões de cinema em Portugal. Através do *site* do INE e também do arquivo do “Box Office” do *site* do ICA⁶ foi possível perceber que de 1999 (ano em que são apresentados os dados referentes aos ecrãs de cinema) a 2019 o número de ecrãs subiu de 401 para 547.

Além disso, o número de sessões de cinema também aumentou, como é possível observar na Figura 23. De 1955 a 2019 este valor subiu de 74 965 sessões para 661 629, o que permitiu que os espectadores se difundissem nas variadas sessões existentes não se encontrando todos na mesma sessão e/ou sala.

Figura 23: Sessões de cinema em Portugal entre os anos de 1955 e 2019.

Fonte: *Site* INE

Período de referência dos dados	Sessões de cinema (N.º): Anual	
	Localização geográfica	
	Portugal	
	N.º	
2019	661 629	
2015	621 770	
2010	670 315	
2005	718 537	
2000	419 695	
1995	145 846	
1990	168 657	
1985	185 092	
1980	170 965	
1975	135 853	
1970	101 993	
1965	83 233	
1960	79 606	
1955	74 965	

Sessões de cinema (N.º); Anual - INE, Estatísticas da cultura - séries históricas

O surgimento da televisão e a preferência do espectador por este meio veio reconfigurar todo o mercado cinematográfico não só em Portugal como no Mundo.

Segundo Lyra,

as salas de exibição, depois de um período de quase abandono foram, pouco a pouco, alçadas a uma condição curiosa: elas se tornaram requisitadas de novo, em razão da necessidade comercial de um lançamento específico que valorizasse um filme com produto único, antecedendo sua exploração massiva pela televisão, pela videocassete e pelo videodisco. (Lyra, 2005, p.188)

⁵ <https://www.pordata.pt/Portugal/Cinema+n%c3%bamerom+m%c3%a9dio+de+espectadores+por+sess%c3%a3o-594>

⁶ <https://www.ica-ip.pt/pt/downloads/publicacoes/pagina-3/>

Ou seja, toda a experiência que um filme trazia ao espectador com os caminhos que percorria desde videodisco, televisão, entre outros meios, levou a que os espectadores voltassem às salas de cinema. Assim como refere a autora,

hoje não é mais a qualidade intrinsecamente singular de certos filmes que arrasta certos espectadores como antes, mas a qualidade do *estar por dentro* de lançamentos de filmes de grande apelo que leva, por vezes, multidões a lotarem as salas de cinema. (Lyra, 2005, p.188 e 189)

Tendo em conta esta mudança as salas de cinema modernizaram-se com melhores sistemas de som e de transmissão de imagem, um maior conforto e até venda de pipocas, que chegou a faturar mais que a própria venda de bilhetes, atraindo as pessoas tanto pela qualidade do que era transmitido, como pela experiência. Assim sendo, várias “salas de cinema foram incrementadas por inovações e sofisticacões tecnológicas, sobretudo no que diz respeito à qualidade da imagem e da direccionalidade e qualidade do som” (Lyra, 2005, p.189).

O que foi também, de certa forma, influenciador de visitas às salas de cinema por parte da população foi o facto de estas terem sido transferidas para o shopping, local de consumo, influenciando em parte, o consumo de filmes. No entanto, por esta mesma razão, inicialmente o consumo de cinema diminui no que diz respeito à variedade de público. “A transferência das salas para os shoppings encareceu o preço do ingresso, que agora seria acompanhado de serviços agregados como estacionamento e alimentação.” (Fernandes, 2010, p. 51). No entanto, as variadas salas de cinema com outros filmes permitiam que, na impossibilidade de ver um filme, o espectador tivesse oportunidade de, na mesma hora, optar por visionar outro (Lyra, 2005), o que agradou ao consumidor.

Paralelamente a isto, os cinemas de rua deixaram de ter público, mudando “hábitos socioculturais dos habitantes dos centros urbanos” (Lyra, 2005, p. 189).

Esta crescente produção audiovisual veio desvalorizar economicamente a indústria resultando na redução de custos de produção. Segundo Freitas de Oliveira isto “explica-se, segundo a teoria económica, pelo facto dos custos da produção se reduzirem significativamente com o aumento de volume de produção, com a integração da produção de vários filmes e dos vários estádios de produção na mesma empresa (...)” (De Oliveira, 2019, p. 4).

2.2. Do cinema e da televisão à internet e a cultura de convergência

Estando a tecnologia em constante mutação, como ainda acontece nos dias de hoje, a internet originou outro meio de transmitir conteúdo audiovisual. Assim como afirma Affonso Henriques Nunes, “A cultura do vídeo na internet ganhou força entre o final de 2004 e o início de 2005, quando o YouTube e o Vimeo foram criados (...)” (Nunes, 2015, p. 1).

O surgimento da internet “modificou os padrões de exibição” (Nunes, 2015, p.1). Os filmes do cinema não só estavam na televisão, como agora se encontravam na web, através de *sites/* plataformas de *streaming* como por exemplo a Netflix e HBO ou através de sites pirata. Apesar destas plataformas terem um custo mensal, a preferência pelo conforto de casa e a variada escolha de filmes, acabaram por se revelar compensatória para o espectador.

Apesar de muito do conteúdo disposto na internet ser criado pelos grandes realizadores, este meio veio possibilitar o surgimento de novos criadores de conteúdos audiovisuais, dando abertura para a população se aventurar na web e conhecer novas e diferentes produções. Tal como refere Nunes, os *sites* “começaram a abrir espaço de exibição para uma gama de produções independentes de audiovisual, desvinculadas dos canais tradicionais, o que deu visibilidade única a vídeos que antes não teriam qualquer oportunidade de chegar a um público maior” (Nunes, 2015, p. 1). A internet veio permitir o acesso a uma grande variedade de conteúdo e tem vindo a democratizar-se cada vez mais, o que difere do cinema que tem uma certa tendência em focar em determinados tipos de público “resultando em processos de exclusão social e elitização” (Fernandes, 2010, p. 55). Fernandes afirma que “a Internet desconstrói essa lógica e apresenta-se como um caminho possível de abertura à democratização da distribuição e do consumo audiovisual” (Fernandes, 2010, p. 55).

Segundo Fernandes, a internet acabou por reunir as duas vantagens da televisão e do *home video*: o acesso a conteúdo gratuito (televisão) e a possibilidade se poder escolher o conteúdo que se pretendia ver (*home video*). Fernandes afirma que “hoje essa apresenta-se como importante ferramenta na democratização do acesso ao audiovisual” (Fernandes, 2010, p. 54). Ainda assim, apresenta algumas questões menos positivas. O acesso a esta variedade de conteúdo apresentado dificultou a escolha do conteúdo a assistir por parte do espectador, ao contrário da televisão em que existe uma programação e o espectador já sabe o horário do conteúdo que pretende assistir (Fernandes, 2010). Além disto, segundo Fernandes ainda não existia “um modelo de negócios definido” (Fernandes, 2010, p. 54) que se tornasse “sustentável do ponto de vista económico,

remunerado a cadeia produtiva (...) movimentando assim a indústria audiovisual” (Fernandes, 2010, p. 54), apesar de certos *downloads*, *streamings* e acesso a determinados conteúdos serem de certa forma lucrativos para o produtor ou detentor dos direitos, através da cobrança de um valor ou de publicidade.

É assim que se encontra a realidade atual, onde tudo o que tinha um único lugar passou a estar também na internet, havendo proliferação dos mesmos conteúdos em plataformas diferentes. Isto foi acontecendo não só a nível dos conteúdos audiovisuais como a nível de outros tipos de comunicação, como as notícias dos jornais, os conteúdos de revistas, os livros das bibliotecas, o comércio das ruas e dos shoppings, entre outros, que passaram para este meio de proliferação de informação que é a televisão e, ainda mais, a internet. Apesar de ser o mesmo conteúdo apresentado em diferentes meios de comunicação, estes eram partilhados de diferente forma, uma vez que atingem públicos diferentes.

A Cultura da Convergência, estudada por Henry Jenkins (2006), originou a proliferação do mesmo conteúdo por diferentes plataformas, dando espaço para o surgimento de “Narrativas Transmedia”, que segundo Carlos Scolari são uma

Estrutura particular de narrativa que se expande através de diferentes linguagens (verbal, icónica etc.) e media (cinema, banda desenhada, televisão, vídeo-jogos etc.). (...) Não são apenas adaptações de um meio para o outro. (...) As diferentes medias e linguagens participam e contribuem para a construção do mundo da narração transmedia. (Scolari, 2015, p.8)

Jenkins refere-se à cultura da convergência como sendo o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de media, (...) cooperação entre múltiplos mercados mediáticos e (...) comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (Jenkins, 2006, p. 2). André Rodrigues e Mariângela Toaldo (2013) referem que “a cultura da convergência tem sido apontada como base de mudanças ocorridas no cenário contemporâneo” (Rodrigues & Toaldo, 2013 p. 1) e que essas mudanças originam a “ampliação da possibilidade de usos dos meios pelo público” (Rodrigues & Toaldo, 2013 p. 1).

É com a emergência destes novos meios que surgem então as narrativas transmedia. Jenkins no livro “Cultura da convergência” define narrativa transmedia como sendo, “histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de media, sendo que cada uma delas contribui de forma distinta para a nossa compreensão do universo” (Jenkins, 2006, p. 293). O autor usa o filme “Matrix” como exemplo de uma narrativa transmedia, uma vez que se trata de um filme que apresenta um conteúdo e o

mesmo é proliferando em diferentes plataformas (jogos, banda desenhada, internet etc.) (Bueno, 2011). “Quem tem acesso a apenas parte desses suportes alcança um entendimento diferente de quem integra o mundo completo” (Bueno, 2011, 185). O acesso às novas tecnologias por parte do espectador (fã) permite que este participe ativamente nos conteúdos (filmes, séries, etc.), através de comentários, opiniões, debates (Rodrigues & Toaldo, 20013) e cocriação (Bueno, 2011). Na internet passaram a existir comunidades onde os fãs participam para darem continuidade a uma história, “são extensões da vida cotidiana dos heróis, em que os fãs criam novos episódios, a maioria em que eles próprios tornam-se parte da história” (Bueno, 2011, p. 185).

3. A área de produção no audiovisual e os produtores audiovisuais

Antes de iniciar a questão do audiovisual em Portugal, considero importante destacar, explorar e desmistificar o que se entende por produção no audiovisual e o que se entende por produtores audiovisuais.

São normalmente destacados no ecrã do cinema ou da televisão os realizadores das obras exibidas. São eles que dão forma à ideia que está no guião, escrita pelo próprio ou por um guionista, transformando num possível filme, numa série, num vídeo, enfim, num conteúdo audiovisual. Ser realizador exige um trabalho de pré-produção e de pós-produção, além do momento da própria produção. Está envolvido em todos os passos referentes à história a ser contada. No entanto, existe um cargo nesta indústria igualmente importante e que está também por de trás de todas as fases de evolução de um filme, o cargo de produtor(a).

O papel do produtor pode definir-se como aquele que possibilita que um conteúdo ainda em processo criativo passe para um grande ecrã. É o produtor que reúne todos os meios para que a obra se conclua e atinja o seu objetivo que é chegar ao público.

Inês Félix, no seu estudo *Os Produtores da RTP Multimédia: Modelos de Produção, Criação e Desenvolvimento de Conteúdos* (2018), refere que existe um certo “esquecimento” do produtor nas produções audiovisuais, devido à dificuldade em se definir o conceito de produtor, tornando-se “heróis não celebrados” (Félix, 2018, p.13) uma vez que, como referido, estão presentes durante todo o processo e não são tão destacados como por exemplo os realizadores.

Existe na produção audiovisual vários tipos de produtores. Se pensarmos, por exemplo, no cinema e no audiovisual americano ou de outros países de grande escala e conseqüentemente com grandes orçamentos, é possível encontrar uma lista extensa de cargos na área da produção. Fazendo uma breve pesquisa no Google em inglês - “Quais são as diferentes áreas de produção no cinema ou audiovisual?” – obtemos rapidamente uma resposta com os vários cargos, como por exemplo: *Executive Producer; Producer; Line Producer; Supervising Producer; Co-Producer; Production Coordinator; Field Producer; Creative Producer* e vários outros cargos.

Em Portugal a indústria audiovisual, se assim pode ser considerada, é relativamente pequena, devido principalmente aos poucos recursos e apoios financeiros. Assim como é referido por Catarina Duff Burnay e Nelson Ribeiro, no *Anuário de Setor de Produção Audiovisual em Portugal* do ano de 2020, “A produção de obras audiovisuais em Portugal conta com um número reduzido de mecanismos de apoio públicos”. Justificando ainda que,

(...) o número limitado de canais para escoar os produtos nacionalmente, a abordagem inconsistente às potencialidades do digital e a existência de uma frágil rede internacional de coproduções e de distribuição podem ser fatores explicativos para a menor viabilidade de projetos de âmbito audiovisual (...). (Burnay & Ribeiro, 2020, p. 21).

Este cenário reflete-se em produções mais pequenas e, conseqüentemente, com equipas mais reduzidas e, por isso, em Portugal, as produtoras não contemplam este número extenso de produtores e de elementos de equipa em geral. O que não significa, necessariamente, que em Portugal as áreas em si não existam, o que acontece é que, por vezes, apenas uma pessoa ocupa mais do que um cargo. Portanto, grande parte das tarefas executadas por estes diferentes cargos são assumidas pelo produtor, sendo esta a realidade das produtoras portuguesas, o foco deste estudo.

O ponto que pode justificar esta diferença são as diferentes escalas e conseqüentemente os diferentes orçamentos que cada país tem, como será abordado posteriormente. Ou seja, o orçamento atribuído a um projeto necessita de ser justificado e, por vezes, esse elevado número de integrantes justifica esse mesmo valor. A par disso, está toda a praticidade que envolve ter esses elementos numa equipa.

Normalmente, e considerando a experiência pessoal no estágio, uma produtora pode contar com o produtor executivo que, como refere de Deborah Patz na segunda edição do livro *Film Production Management*, “(...) geralmente é a chave para o financiamento da produção” (Patz, 2010,

p. 98). Como mencionado pela autora, aquilo que cada cargo faz ao certo varia conforme a produção e, por norma, o produtor executivo é quem possuiu as verbas financeiras para um determinado projeto, pensando sempre no que é pretendido pelo realizador. Apesar de não haver a necessidade deste estar presente fisicamente em todas as etapas de produção, é indispensável a sua presença na fase inicial da pré-produção, onde discute com o realizador e o guionista as possibilidades e impossibilidades do projeto proposto.

De seguida, temos o próprio produtor que é quem, à partida, possui direitos da obra audiovisual e é “(...) responsável por toda a produção e está envolvido no equilíbrio das decisões criativas e das decisões financeiras para garantir que o projeto seja concluído, maximizando a visão criativa dentro das restrições financeiras do orçamento.” (Patz, 2010, p. 97). O produtor é, assim, quem controla todo o processo do início ao fim da produção e está presente em todas as etapas de modo a controlar todos os passos durante o projeto. É quem permite a viabilidade do produto final. Assim como refere Aletéia Selonk, “Ele combina competências, talentos, ideias, tecnologias e capital.” (Selonk, 2007, p. 34).

Inicialmente, com o orçamento proposto pelo produtor executivo e juntamente com o próprio, o produtor deve olhar para o mesmo e gerir as verbas para a criação em torno do valor envolvido. De seguida este produtor, tendo em consideração o orçamento, procura por elementos para integrar a equipa que trabalhará no projeto, os espaços para as gravações (o *set*), o elenco, o equipamento necessário para gravar (sendo essencial o conhecimento do equipamento mais recente), o *décor* e tudo aquilo que é necessário para a sua exequibilidade. É também por este motivo que se pode desmistificar a ideia da área da produção ser somente burocrática. Trabalhar com orçamentos é ser altamente criativo. É olhar para um *budget* e perceber o que é possível fazer. De modo a exemplificar, se o *décor* pensado inicialmente para uma produção audiovisual não estiver disponível, cabe ao produtor pensar no guião e no tipo de conteúdo a produzir e descobrir um novo *décor* que encaixe com o pretendido pelo realizador.

Durante as gravações existe a necessidade de o produtor estar presente tanto para coordenar a equipa nas várias fases e horários do dia (tendo em conta que é este que realiza os mapas de produção e juntamente com o assistente de realização os cronogramas de gravação), como para salvaguardar todas as necessidades de última hora ou dúvidas que forem necessárias clarificar. Na possibilidade de incluir mais um elemento na equipa o coordenador de produção seria responsável por estas tarefas.

Na pós-produção é o produtor que garante que o conteúdo audiovisual esteja pronto de acordo com aquilo que foi planeado na pré-produção com o cliente, no caso de se tratar de uma produção externa à própria produtora. É realizado nesta fase ou antecipadamente, um mapa de pós-produção, partilhado com a equipa que opera nesta fase, para que nas datas impostas as tarefas estejam concluídas. Para além disso, existe claramente a necessidade de tratar de toda a parte burocrática que inclui observar o orçamento e comparar os gastos previstos e os gastos reais, efetuar os respetivos pagamentos aos elementos da equipa e organizar uma série de tarefas que cabem somente ao produtor. Junto deste, tendo em conta a quantidade de tarefas que envolvem tempo e requerem concentração, encontra-se geralmente um assistente de produção, que acompanha o produtor nas várias fases, repartindo o peso do trabalho.

No site “Guia das Profissões”⁷, Sara Paiva esclarece, especificando que “O produtor audiovisual cria produtos de comunicação (culturais, artísticos, técnicos, educativos, publicitários ou outros) (...)”. (Paiva, 2020). É o produtor que numa produtora suporta e apresenta o capital. Com o mesmo tratará de conseguir todos os meios para criar.

É de considerar que as referidas tarefas executadas pelo produtor poderiam ser distribuídas pelas várias áreas da produção, como mencionado anteriormente, até ao produtor se resumir à pessoa que detém direitos da obra audiovisual e que está envolvido minimamente nas fases de produção. Como já referido, é algo mais comum em países de maior escala. Na realidade portuguesa e de outros países com baixos orçamentos para o cinema e ao audiovisual o produtor tem de se mostrar capaz de desenvolver todas estas tarefas.

No próximo ponto será apresentado o surgimento do cinema e do audiovisual em Portugal, seguido de uma abordagem de como é vista esta indústria e como funciona, segundo a literatura analisada.

4. Os primórdios do cinema e do audiovisual em Portugal

Antes de iniciar este ponto da produção e da indústria audiovisual em Portugal é importante contextualizar o surgimento do cinema e do audiovisual no país.

⁷ <https://www.guiadasprofissoes.info/profissoes/produtor-audiovisual/>

Segundo Paulo Nogueira (2017), o cinema chega a Portugal em 1896 dividido em dois momentos (Penafria, 2013). Primeiramente com a exibição de vários filmes que se deve, segundo Manuela Penafria (2013) a Edwin Rousby, com a apresentação do *Kinetoscopio* em Lisboa e com a apresentação do Animatografo de Francisco Pinto Monteiro no Porto e, posteriormente com a exibição de filmes em Lisboa por Rousby. “A primeira sessão pública de cinema decorreu ‘num dos intervalos da representação de uma opereta de costumes populares’” (Penafria, 2013, p.11) e foi a 18 de junho de 1896.

O segundo momento é marcado por Aurélio da Paz dos Reis com o primeiro filme português, *A Saída do Pessoal Operário da Fábrica Confiança*, de 1896, uma espécie de imitação de *La Sortie de L’usine Lumière à Lyon* (1895) dos irmãos Lumière. Este ano de 1896, considerado o ano zero do cinema em Portugal, ficou “marcado como um ano com uma produção de cerca de 53 fitas” (Penafria, 2013, p.30), contrastando com o período de tempo entre 1897 e 1907 “que foram produzidas apenas 73 [fitas]” (Penafria, 2013, p.31).

Segundo o estudo de Nogueira, entre 1907 e 1931 foram realizados cerca de 39 filmes, sendo que em 1907 foi produzido o primeiro filme de ficção português, *O Rapto de uma Atriz*, do realizador Lino Ferreira e, em 1931 foi produzido o primeiro filme sonoro em Portugal, *A Severa* de Leitão de Barros (Nogueira, 2017, p. 38). O ano de 1922 foi marcado pela produtora Invicta Filmes constituída por Nunes de Mattos, situada no Porto, que se destacou pela variedade de produções. “Foi a vontade de produzir exclusivamente filmes sobre assuntos portugueses que fez nascer, no n.º 135 da Rua de Santo Ildefonso, a Nunes de Matos & Cia – (Invicta Film)”⁸ (Brandão, 2021). A produtora realizava principalmente “documentários de propaganda comercial, industrial e de atualidades, com relativo reconhecimento tanto em Portugal como no estrangeiro”⁹ (Brandão, 2021).

O paradigma do Cinema português até então conhecido muda no surgimento do Estado Novo em 1933, transformando-o num meio de propaganda política. Dentro deste cinema encontram-se obras como *A Canção de Lisboa* de Cottinelli Telmo (1933), *A Aldeia da Roupa Branca* de Chianca Garcia (1938), *O Pátio das Cantigas* de Francisco Ribeiro (1942), entre outros (Nogueira, 2017, p.38). Em 1942, Manoel de Oliveira realiza o seu primeiro filme de ficção português, *Aniki-bobó*.

⁸ <https://www.porto.pt/pt/noticia/historias-da-cidade-invicta-fabrica-de-cinema>

⁹ <https://www.porto.pt/pt/noticia/historias-da-cidade-invicta-fabrica-de-cinema>

Dois anos depois, em 1945, o chamado Secretariado Nacional de Propaganda criou o Fundo do Cinema Nacional com vista ao apoio na produção cinematográfica, no entanto, como refere Nogueira, “na prática, o cinema passa a ser controlado ideologicamente pelo regime” (Nogueira, 2017, p.39). Com isto, variados filmes portugueses acabaram por ser censurados uma vez que não seguiam aquilo que era proclamado pelo estado.

Ainda dentro do regime do Estado Novo, em 1955 surge o primeiro canal televisivo, a RTP que “fez migrar em grande parte os interesses que faziam dominar a esfera da produção cinematográfica (...) para a programação de televisão, fortemente controlada pelos valores da censura” (Sales, 2013, p. 168). Segundo Sousa e Santos (2003), a estação refletia “claramente, todas as apreensões de uma estrutura dominante cética e desconfiada” (Sousa & Santos, 2003, p. 2) e, desde o seu início, teve sempre o mesmo objetivo de todos os filmes apresentados nesta época do Estado Novo, a propaganda política, com vista a orientar e influenciar a opinião pública para aquilo que eram os objetivos estatais. Ainda assim,

A telescola cumpriu um papel de relevo no combate à volumosa iliteracia, a produção de ficção nacional (...) aproximou a audiência de textos literários relevantes, os concursos e os espaços de entretenimento divulgaram pessoas e atividades até então desconhecidas do grande público e a emergência de programas temáticos de grande sucesso (...) contribuiu decisivamente para aquilo que é entendido como o processo ‘silencioso’ de mudança social que ajudou, em última análise, a criar as condições para o sucesso do 25 de Abril. (Sousa & Santos, 2003, p. 3)

A revolução dia 25 de Abril de 1974 foi efetivamente anunciada na rádio, mas foi na televisão que no dia 26 foi possível conhecer o rosto dos protagonistas que iniciaram a luta pela liberdade em Portugal. “O país esperou pela 1:23 horas já do dia 26 para conhecer a Junta de Salvação Nacional e para ouvir a proclamação do Presidente da República indigitado, o general António de Spínola” (Sousa & Santos, 2003, p. 6). Foi como Movimento das Forças Armadas que a RTP e outros meios de comunicação enfrentaram um novo paradigma que os afastava de intenções políticas e opressoras, “a abolição da censura e do exame prévio foi acompanhada da criação de uma comissão *ad-hoc*, para controlo da imprensa, rádio, televisão, teatro e cinema, «de carácter transitório» e diretamente dependente da Junta de Salvação Nacional” (Sousa & Santos, 2003, p. 6).

Com a revolução o paradigma do cinema também se altera. Os temas dos filmes passaram a ter um teor “militante” e de “intervenção política e social” (Nogueira, 2017) com intenção de sensibilizar e consciencializar o povo português.

Durante os anos que se seguem à Revolução a RTP vive momentos de alguma instabilidade, sendo palco de lutas político-ideológicas, entre vários movimentos políticos e sociais. No final da década de 70, observa-se alguma estabilidade económica e laboral, que não pode deixar de estar associada à estabilização do projeto democrático nacional. (Félix, 2018, p.41)

Na década de 90, segundo o autor “a RTP começou a dar crescente importância à produção portuguesa – interna e externa, fortalecendo os serviços de a qualidade, apostando na exportação da produção, tendo em vista o mercado internacional, designadamente, o europeu” (Félix, 2018, p.42)

O ano de 1980 foi marcado pela exibição de programas a cor na televisão portuguesa, na transmissão do Festival da Canção na RTP. Nesta mesma década houve uma vasta produção cinematográfica, sendo que o realizador Manoel de Oliveira produzia filmes anualmente. Além disto,

É também durante a década de 80, que surge o litígio entre cinema de autor e cinema comercial. Alguns realizadores defendem a necessidade de em Portugal existir cinema para o grande público, para criar uma indústria cinematográfica que seja sustentável e, além disso, começam a ser discutidos os critérios de atribuição dos apoios públicos a filmes. (Nogueira, 2017, p. 41)

Até 1976 era apenas permitida a existência de televisão pública e foi em 1989 que se retirou essa exclusividade da constituição portuguesa, permitindo então a formação de estações privadas (Sousa & Santos, 2003). É desta mudança que surge em 1992 a SIC (Sociedade Independente de Comunicação) e em 1993 a TVI (Televisão Independente). Desta forma, passaram a existir quatro canais na televisão portuguesa, incluindo a RTP2, criada em 1968, estação pública assim como a RTP.

Com mais canais televisivos a passarem conteúdo de entretenimento o sofá e o ecrã passaram a ser os locais preferidos das pessoas em suas casas, alterando todo o paradigma do audiovisual português, assim como aconteceu no resto mundo.

4.1. A produção e a indústria audiovisual em Portugal

Existem várias produtoras audiovisuais em Portugal e isto engloba produtoras de filmes, vídeos, programas de televisão, publicidades e tudo aquilo que, como foi anteriormente explicado, integre o conjunto de conteúdo que una o som, a imagem e o movimento.

No *site* SICAE - Sistema Informação da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas¹⁰ - é possível verificar o número de empresas/produtoras registadas neste âmbito.

Para cada negócio existe um código associado e para a produção de filmes, vídeo e programas de televisão, como é o caso da Kinéma, o código é o 59110. A APIT (Associação de Produtores Independentes de Televisão) em *Produção de conteúdos audiovisuais em Portugal - Estudo Estratégico*, refere que,

A CAE 5911 compreende as atividades de produção de filmes destinados a ser projetados em salas de cinema ou a ser difundidos pela televisão, em película, videocassete ou DVD, incluindo também a produção de programas de televisão e comerciais não realizados em estúdios de televisão. (APIT, 2016, p.10)

Figura 24: *Site* "SICAE" com CAE selecionado nº 59110
Fonte: *Site* SICAE



NIPC	Denominação Social/Firma	CAE Principal	CAEs Secundários			Mais CAE
516892746	CIDADES EM VERSO - UNIPessoal LDA	59110	74100,	90010,	10850	Mais CAE
516898302	CAPURE & BELMIRO, LDA	59110	74200,	56301,	47784	Mais CAE
516880350	SAUL NEVES FILMS PRODUCTION SERVICES, UNIPessoal LDA	59110				Mais CAE
516872966	JÓÃO CARLOS ASENSIO, UNIPessoal LDA	59110	90020,	63110,	47910	Mais CAE
516863487	TERRIBLE GUYS - UNIPessoal LDA	59110	74900,	59120,	77390	Mais CAE
516846965	PICTURESQUE CHOICE, LDA	59110	74200,	90030,	74900	Mais CAE
516833364	PARADIGMA AMARELO, UNIPessoal LDA	59110	41200,	43290,	42990	Mais CAE
516815580	SATURNILLUSION LDA	59110				Mais CAE
516719858	SMILE STORIES, UNIPessoal LDA	59110	70220,	82300,	59120	Mais CAE
516837435	WA PRODUCTIONS, LDA	59110	74200,	90020		Mais CAE

O número total, tendo em consideração o número de produtoras por página e o número de páginas (Figura 24), rondará as 2100. Ao ser selecionada a opção "Incluir na pesquisa CAEs Secundários", o número de páginas aumenta, originando o aumento de empresas na área.

Figura 25: *Site* "SICAE" com CAEs principais e CAEs secundários selecionados
Fonte: *Site* SICAE

¹⁰ <http://www.sicae.pt/Consulta.aspx>

SICAE
Sistema Informação de Classificação
Portuguesa de Atividades Económicas

English Version

Consultas

Firma/Denominação:

NIPC:

CAE: Incluir na pesquisa CAEs Secundários
Consultar Cae Rev 3

Pesquisar **Limpar**

NIPC	Denominação Social/Firma	CAE Principal	CAEs Secundários	Mais CAE
516892746	CIDADES EM VERSO - UNIPessoal LDA	59110	74100, 90010, 10850	Mais CAE
516898302	CAFURE & BELMIRO, LDA	59110	74200, 56301, 47784	Mais CAE
516879898	STORIESPOCKET, LDA	62010	62020, 63120, 63110	Mais CAE
516881779	LAURA ROSSON, UNIPessoal LDA	70220	59110, 74200, 73110	Mais CAE
516884670	CARLOTA CALDEIRA, UNIPessoal LDA	74100	74200, 59110, 59120	Mais CAE
516862642	SMART LEVEL, LDA	62010	73110, 74100, 59110	Mais CAE
516880250	SAUL NEVES FILMS PRODUCTION SERVICES, UNIPessoal LDA	59110		Mais CAE
516825429	PENINSULA VIBRANTE - UNIPessoal LDA	43221	43210, 43222, 41200	Mais CAE
516874250	SIMPLIFY & SOLVE UNIPessoal LDA	82300	70210, 90010, 90020	Mais CAE
516872966	JOÃO CARLOS ASENSIO, UNIPessoal LDA	59110	90020, 63110, 47910	Mais CAE

Página 1 de 364

Próximo

Visitas: 9125827

LinHA registos
211 950 500
PARA CONTACTOS DO ESTRANGEIRO
(+351) 211 950 500

REPUBLICA PORTUGUESA | finanças | COMISSÃO EUROPEIA | COMISSÃO SUPERIOR DE REGISTARIA | IJRN | IGFEJ

Os CAEs secundários correspondem às empresas que possam ter relação com outro tipo de áreas. Por exemplo, é possível verificar através da Figura 25 que a quinta empresa apresentada tem atribuído o código referente à produção de filmes, vídeos e programas de televisão (59110) como código secundário, mas apresenta outros códigos como: 74100 referente a Atividades de Design¹¹, 74200 referente a atividades fotográficas e 59120 referente a atividades técnicas de pós-produção para filmes vídeos e programas de televisão. Portanto é possível através da plataforma, perceber todas as empresas dedicadas exclusivamente à produção audiovisual mas também aquelas que fazem também parte da produção audiovisual além de outras áreas.

Apesar de todas estas empresas estarem expostas na plataforma existe a possibilidade de várias se encontrarem registadas mas a não operar. Por isso, de forma a garantir a veracidade das empresas que se encontram efetivamente em atividade, não excluindo outras que possam não constar na plataforma, foi visitado o site CINEGUIA¹² Portugal.

Esta plataforma criada em 1999 apresenta todas as informações necessárias para as áreas do audiovisual em Portugal desde atores, cineclubes, catering, cabeleireiros, entre outros. Entre estas existe a área referente a “Produtoras” onde é possível verificar as várias produtoras que se encontram registadas e, à partida, disponíveis para receberem contacto. O número presente no *site* é de cerca de 215 produtoras.

É também através deste *site* que algumas produtoras portuguesas são contratadas por entidades para realizarem um determinado projeto audiovisual. Apesar de serem produtoras referentes

¹¹ A atividade referente a cada código é verificável assim que é colocado o cursor por cima do código.

¹² <https://www.cineguiaportugal.pt/index.php>

a todo o país, a sua maioria está localizada em Lisboa. Como é referido no Estudo Estratégico de *Produção de conteúdos audiovisuais em Portugal* da APIT (Associação de Produtores Independentes de Televisão), “O setor do audiovisual encontra-se fortemente polarizado em torno da Área Metropolitana de Lisboa, concentrando esta região mais de 88% do total do volume de negócios das empresas de produção de conteúdos audiovisuais (...)” (APIT, 2016, p. 45). Também segundo a APIT, o CAE 59110 “representam no seu conjunto 80% das empresas, 76% do emprego e 82% do volume de negócios de toda a cadeia (excluindo telecomunicações).”, considerando o estudo do ano de 2014.

Ao longo dos anos e não só em Portugal, o consumo de conteúdos produzidos para o cinema e para a televisão veio a diminuir dada a evolução tecnológica e o crescimento da era digital. Como tal, grande parte do conteúdo é visionado na internet. No entanto, segundo Burnay e Ribeiro, no *Anuário de Setor de Produção Audiovisual em Portugal* do ano de 2020, são “Portugal e Roménia, os países líderes de consumo televisivo” (Burnay & Ribeiro, 2020, p. 11), entre 2012 e 2017. Assim como referem Burnay e Ribeiro,

Isto, deve-se à grande força de produção televisiva em Portugal, com as telenovelas, (...) o mercado português apresenta uma forte capacidade de produção de ficção televisiva, estando na lista dos maiores produtores europeus (...) em 2017 Portugal foi o segundo país da União Europeia na produção de horas de ficção televisiva (...). As telenovelas e as séries com mais de 13 episódios continuaram a dominar a produção nacional”. (Burnay & Ribeiro, 2020, p. 11)

Esta informação reflete no tipo de conteúdo produzido por grande parte das produtoras em Portugal – conteúdo de ficção e para a televisão. Trata-se de um tipo de conteúdo que em horário nobre permite ao telespectador permanecer em casa numa hora livre do seu dia para assistir a um conteúdo que acompanha diariamente, assim como referem os autores. No presente estudo será possível compreender mais à frente que parte dos dez produtores entrevistados refletem que Portugal não apresenta indústria audiovisual, considerando que se efetivamente existir será apenas na produção de telenovelas, uma vez que gera lucro e permite que o mercado se movimente, na contratação de técnicos e atores. Burnay e Ribeiro referem que,

Além de permitirem uma maior rentabilização dos investimentos, as telenovelas vão ao encontro das expectativas dos espectadores dos canais *FTA* [sigla para “free to air” em inglês e em português “canal aberto”], cujo horário nobre tem sido ininterruptamente ocupado por telenovelas e séries de longa duração (...)” (Burnay & Ribeiro, 2020, p. 12)

A produção de outros conteúdos audiovisuais é condicionada devido ao frágil apoio ao setor em Portugal que não permite uma criação contínua. Muitas das produções demoram anos a serem finalmente exibidas devido a esta falta de apoios. Além disso e, apesar de frágeis, existem apoios como o ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual. Sendo que, segundo a APIT,

o ICA tem como missão central promover o desenvolvimento de atividades cinematográficas e audiovisuais, desde a criação até à divulgação e circulação das obras, potenciando o aparecimento de novos valores e contribuindo para a diversidade de oferta cultural e para a promoção da língua e da identidade nacionais. (APIT, 2016, p. 37)

O ICA apoia em 80% a arte cinematográfica e, desde 2014, apoia em 20% a produção de audiovisual e multimédia. No entanto, e assim como é referido no Estudo Estratégico de *Produção de conteúdos audiovisuais em Portugal* da APIT, os valores em comparação com outros países são extremamente baixo. O estudo realizado de 2007 a 2015 demonstra que entre 2007 e 2013 os apoios rondaram os 10 milhões de euros, aumentando para 15 milhões em 2014, ano da inclusão do setor audiovisual, até 17,8 milhões de euros em 2015, sendo que, como já referido, a grande parte se refere a conteúdos cinematográficos.

Em 2022 face às notícias sobre o setor do cinema e do audiovisual, o financiamento prestado é de 22,9 milhões de euros, representando mais de 750 mil euros do que no ano anterior (2021) sendo que o setor do cinema perde cerca de 530 mil euros atribuídos ao setor do audiovisual e da multimédia somando 5,2 milhões de euros¹³.

Outros dos apoios conhecidos de Portugal para conteúdos audiovisuais é a RTP, que financia vários projetos com vista à exibição também no próprio canal a presença dos mesmos na RTPPlay. De facto, comparando com outros países os apoios são efetivamente reduzidos.

Como será possível perceber na análise seguinte, atualmente, os produtores têm opiniões semelhantes e muito vincadas relativamente ao cinema e ao audiovisual que se refletem efetivamente nos problemas dos apoios financeiros e nos baixos orçamentos justificados pela escala do país.

¹³ <https://www.publico.pt/2022/03/03/culturaipilon/noticia/concursos-apoio-cinema-audiovisual-2022-abriram-quintafeira-1997504>

CAPÍTULO III

Metodologia do estudo

1. Objetivos do estudo

A licenciatura em Cinema pela Universidade da Beira Interior foi impulsionante na medida em que me direcionou para a área do Cinema e do Audiovisual pela qual pretendia enveredar (área de produção).

Na área de Audiovisual e Multimédia do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho foi possível realizar um estágio na produtora Kinéma.

A Kinéma, já apresentada anteriormente, foi criada por Pedro Bravo numa idade muito jovem, o que levantou automaticamente uma série de questões – Como se criará uma produtora? Quais as dificuldades? Quais os processos? Quais as características do próprio produtor? Foi a partir daqui que surgiu a questão de análise: “Quais são os processos inerentes à criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo em consideração o desempenho do cargo de produtor/a?”. Tendo esta pergunta como ponto de partida, o estudo desenvolvido, tendo por base o estágio, centra-se nos seguintes objetivos:

- Saber o que envolve a criação de uma produtora audiovisual em Portugal;
- Identificar os passos, necessidades, desafios e constrangimentos na criação de uma empresa de produção audiovisual;
- Identificar as características e o percurso de um produtor audiovisual para criar a sua própria empresa.
- Obter um maior conhecimento e refletir sobre a indústria audiovisual em Portugal;

Este estudo poderá também dar um contributo a futuros novos produtores de audiovisual na criação das suas produtoras, uma vez que, depois de iniciar o estudo foi perceptível a reduzida informação que se encontra relativamente a esta temática, nomeadamente na internet, uma ferramenta de pesquisa muito utilizada atualmente.

2. Recolha de dados: a entrevista

Para responder à questão de investigação a técnica de recolha de dados que se considerou mais adequada para permitir a partilha de experiências e de opiniões foi a entrevista. Tal como refere Medina,

A entrevista, nas suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa, (...) pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática de informação. (...) Para além da troca de experiências, informações, juízos de valor, há uma ambição (...) ambos os partícipes do jogo das entrevistas interagem, se modificam, se revelam, crescem no conhecimento do mundo e deles próprios. (Medina, 1986, p.8)

Esta é uma técnica de cariz qualitativo e interpretativo que se centra “na explicação da dinâmica das relações pessoais” (Gerhardt e Silveira, 2009, p. 32) compreendendo, descrevendo, analisando e explicando. Segundo Gerhardt e Silveira,

Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. (Gerhardt & Silveira 2009, p. 32)

De forma a originar uma análise coesa foram realizadas 10 entrevistas a 10 produtores criadores das suas produtoras em Portugal, com o objetivo de compreender todos os processos inerentes à criação de uma empresa e as suas opiniões relativamente à área do audiovisual no país.

O número de entrevistas foi pensado tendo em conta a obtenção de respostas que sustentassem a conclusão e das mesmas serem realizadas no período disponível para o estudo.

2.1. Seleção dos entrevistados

Para dar início ao estudo foi elaborada uma lista de produtoras a entrevistar. Os principais critérios de seleção para a participação nas entrevistas foram:

- Ser uma produtora audiovisual;
- Ser uma produtora constituída em Portugal;

Além disto, a entrevista teria de ser realizada com o/a produtor/a, fundador/a da produtora, uma vez que as questões são dirigidas ao próprio.

Antes de iniciar a procura das produtoras estava certa da dificuldade que seria obter respostas, portanto, foi decidido juntamente com a orientadora do relatório de estágio, realizar no mínimo dez entrevistas para obter um resultado coeso. A produtora Kinéma estava já garantida para este estudo com a participação de Pedro Bravo.

Inicialmente a seleção das empresas partiu tanto do meu conhecimento pessoal como por parte de alguns colegas da área. Desta primeira seleção contam onze produtoras. Como previsto, durante dois meses foram poucos os produtores que responderam. Destes aceitaram participar os produtores da Caracol Studios, Formigueiro, Matiné e Pixbie. Desta primeira abordagem foi possível perceber que o contacto realizado para o e-mail do/a próprio/a produtor/a facilitava a comunicação. *E-mails* gerais acabam por ficar esquecidos.

A demora nas respostas atrasou o início do estudo e, como tal, foi necessário ir ao encontro de contactos directos. Muitas das empresas não eram do meu conhecimento, uma vez que muitos destes contactos foram fornecidos por produtores que tinham sido entrevistados até então.

Nesta segunda tentativa, que demorou ainda alguns dias, foram contactados nove produtores. Destes nove contactos cinco aceitaram fazer parte do estudo, nomeadamente, a produtora da Cimbalino Filmes, PNG Pictures, Meridional, Bla Bla Bla Media e Madame Filmes.

Todo este processo levou cerca de cinco meses, isto é, de junho a outubro de 2022, sendo que durante o mês de agosto não foram recebidas quaisquer respostas. Desta forma, uma vez que tinha já as dez produtoras, dei por terminada esta fase.

2.2. Realização das entrevistas

Tendo em vista a realização das entrevistas foi elaborado um guião comum aos vários entrevistados (anexo I).

Todas as entrevistas com os produtores foram realizadas via zoom num dia e horário combinado com os mesmos. Desta forma, foi possível com a permissão dos mesmos, gravar todo o momento de entrevista. A duração média foi de cerca de uma hora.

De modo a garantir todas as condições para o estudo, podendo gravar a entrevista, realizar todas as questões, identificar os entrevistados e revelar a informação fornecida, foi enviado um documento de consentimento informado (anexo II) aquando do envio do e-mail de participação no estudo. Este documento foi assinado por todos os produtores, sendo que todos permitiram a partilha destes dados.

Posteriormente à realização das entrevistas as mesmas foram transcritas de modo a facilitar a análise de cada uma.

3. Categorias de análise

Tendo em vista a análise de conteúdo das entrevistas procedeu-se à definição das categorias que tiveram por base as questões do guião. Assim foram definidas quatro categorias de análise identificadas na Tabela 1.

Tabela 1: Representação gráfica do nº de entrevistados “Por Interesse” e “Por Necessidade” para assumir o cargo de produção

Questões	Categorias de Análise
“De forma sucinta, fale-me sobre a sua profissão e o seu trabalho”	Caracterização e contextualização do produtor e da produtora
“Como surgiu o interesse pela produção (audiovisual) e pelo cargo de produtor(a)?”	Interesse pela produção e motivação para o cargo de produtor(a)
“Como aconteceu este processo de ser produtor até criar uma produtora?”	Processos e questões a ter em consideração para criar uma produtora
“Como foi o processo de criar uma produtora, quais os procedimentos?”	
“O que considera que se deve ter em consideração para se criar uma produtora em Portugal?”	
“Quais as maiores dificuldades para se criar uma produtora em Portugal?”	
“Atualmente, o que é que teria feito de diferente?”	
“Depois de criada a produtora e de, finalmente, estar dentro da mesma, como foram os primeiros meses de trabalho?”	

<p>“Se a produtora foi criada há mais de 4 anos: Sente que há diferenças entre a época em que criou a produtora e os tempos atuais?”</p>	
<p>“Quais as principais diferenças entre uma produtora em Portugal e uma produtora, por exemplo, nos EUA?”</p>	<p>Perceções sobre a área do Audiovisual em Portugal</p>
<p>“O que tem a dizer sobre a indústria da produção audiovisual em Portugal?”</p>	

De forma a compreender o propósito de cada categoria, de seguida é apresentada uma breve explicação do objetivo das questões que formam cada uma delas.

a) Caracterização e contextualização do produtor e da produtora

- *De forma sucinta, fale-me sobre a sua profissão e o seu trabalho.*

Com esta questão pretende-se conhecer um pouco sobre o produtor, o trabalho que desempenha e os projetos em que está envolvido. Iniciar a entrevista com esta questão serviu também como “quebrar o gelo”.

b) Interesse pela produção e motivação para o cargo de produtor(a)

- *Como surgiu o interesse pela produção (audiovisual) e pelo cargo de produtor(a)?*

Esta questão surgiu depois de conhecer o processo de criação da Kinéma pelo Pedro Bravo. Como foi anteriormente mencionado, este produtor sempre foi um entusiasta do universo audiovisual e desde muito cedo soube o caminho pelo qual queria enveredar.

Com esta questão pretende-se conhecer como é que o produtor chegou a este cargo. Dentro desta categoria foi também abordado um tema várias vezes referido pelos diferentes entrevistados:

- *A formação do produtor.*

c) Processos e questões a ter em consideração para criar uma produtora

As próximas sete perguntas estão inseridas nesta categoria que pretende analisar aspetos mais técnicos da criação de uma produtora, tendo em conta a experiência do entrevistado.

- *Como aconteceu este processo de ser produtor até criar uma produtora?*

Com esta questão pretendeu-se perceber o que leva realmente um produtor, ou alguém que já se considera produtor, a criar a sua própria produtora, se é pela sua vontade e objetivo de vida ou porque só assim consegue atingir objetivos, entre outros aspetos.

- *Como foi o processo de criar uma produtora, quais os procedimentos/burocracias?*

Esta é uma pergunta mais técnica que tem como objetivo perceber quais os procedimentos legais para a constituição de uma produtora, permitindo até comparar este processo nos diferentes anos em que as produtoras foram constituídas.

- *O que considera que se deve ter em consideração para se criar uma produtora em Portugal?*

Para além de perceber os processos burocráticos com a questão anterior, foi considerado também necessário incluir esta questão sobre os aspetos a ter em consideração para se criar uma produtora em Portugal de modo a perceber aquilo que um produtor deve ter em atenção ao criar a sua produtora.

- *Quais as maiores dificuldades para se criar uma produtora em Portugal?*

Esta questão pretende conhecer as dificuldades inerentes à criação de uma produtora em Portugal de modo a preparar futuros produtores para aquilo que implica este negócio.

- *Atualmente, o que é que teria feito de diferente?*

Esta questão pretende perceber aquilo que os produtores teriam feito de forma diferente no início da criação da produtora de modo a compreender diferentes caminhos para se atingirem determinados objetivos, ou seja, poderá ser indicado pelo entrevistado uma nova forma de agir numa determinada situação, servindo como aprendizagem.

- *Depois de criada a produtora e de, finalmente, estar dentro da mesma, como foram os primeiros meses de trabalho?*

Esta questão teve como objetivo conhecer as dificuldades e os desafios pelos quais passa um produtor na criação da sua própria empresa, sobretudo nos primeiros tempos.

- *Se a produtora foi criada há mais de 4 anos: sente que há diferenças entre a época em que criou a produtora e os tempos atuais?*

Esta questão foi colocada aos entrevistados cujas produtoras tinham sido criadas há mais de 4 anos, ou seja, até 2018. Pretendia-se perceber as diferenças na área em Portugal, entre o ano de 2022 e os anos da criação das produtoras, com o objetivo de entender os progressos e eventuais retrocessos.

d) Perceções sobre a área do audiovisual em Portugal

Esta última categoria abrange duas questões de opinião e perspetiva por parte dos entrevistados, tendo em vista em perceber o que é que os produtores portugueses pensam sobre esta área no país em que criaram a sua produtora.

- *Quais as principais diferenças entre uma produtora em Portugal e uma produtora, por exemplo, nos EUA?*

Esta questão tem como objetivo perceber as diferenças que os dez produtores consideram existir relativamente a uma produtora situada em Portugal e uma produtora situada nos EUA, por exemplo. Mesmo tendo em conta as diferentes escalas dos países, considerou-se importante ouvir os entrevistados sobre o que é feito em grande escala e o que é feito em pequena escala em termos de produção audiovisual.

- *O que tem a dizer sobre a indústria da produção audiovisual em Portugal?*

Esta última questão serve como complemento à questão anterior, mas focando apenas em Portugal. Serve também como um momento para os entrevistados refletirem e concluírem a entrevista.

Capítulo IV

A constituição de uma produtora em Portugal: a perspetiva e a experiência de dez produtores entrevistados

Neste capítulo será feita a análise das entrevistas tendo por base as categorias definidas no capítulo anterior. Serão apresentados os dez entrevistados, todos eles proprietários e fundadores das suas produtoras audiovisuais. Pretende-se analisar, discutir e concluir as diferentes respostas e opiniões relativamente às questões colocadas.

Com estas entrevistas pretende-se conhecer produtoras constituídas em Portugal, comparar as diferentes experiências dos seus produtores e, por fim, analisar as diferentes opiniões relativamente à área do audiovisual em Portugal para com isto responder à questão de investigação.

1. Caracterização e contextualização dos produtores e das produtoras

Os dez produtores participantes deste estudo estão situados em quatro cidades do país: Viana do Castelo, Porto, Coimbra e Lisboa. De seguida será feita uma apresentação dos entrevistados.

Joana Domingues – Caracol Studios

Joana Domingues refere que o seu trabalho é “conseguir que o projeto possa ser tornado realidade” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Ou seja, Joana Domingues trata de todas as questões referentes ao financiamento, produção executiva, orçamentação, angariação de investimento, candidaturas, preparação, planeamentos e acompanhamento de rodagens, estratégias de distribuição e de marketing. Joana estudou jornalismo mas o que queria mesmo seguir a nível profissional era imprensa escrita. Assim que terminou o curso foi para jornalismo económico e acabou por se interessar por jornalismo televisivo. Pelo facto de, na sua perceção, as redações estarem cada vez mais pequenas, “muitas vezes o jornalista acaba por se tornar o seu próprio produtor” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022) e, com incentivo dos que a rodeavam, decidiu sem formação académica e com pouca experiência, tornar-se produtora. “Um dia decidi deixar de ser efetivamente jornalista e, juntamente com os sócios da empresa decidimos que íamos tentar fazer uma longa-metragem” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022), “Apaixonei-me por fazer produção” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Daqui nasce a produtora Caracol Studios. Fundada em 2016 em Lisboa, a Caracol Studios é uma produtora audiovisual dirigida por Joana Domingues juntamente com mais 3 sócios-fundadores. Assim como está escrito na aba “sobre” do *site*¹⁴, a produtora tem como objetivo “fazer séries e longas-metragens de ficção verdadeiramente diferenciadoras”. O objetivo para os primeiros 5 anos da produtora era produzir 2 filmes, no entanto, entre 2016 e 2021 acabaram por produzir 2 longas-metragens e 2 séries.

Martin Dale – Formigueiro – Conteúdos Digitais Lda e Sombra Chinesa Unipessoal Lda

Martin Dale (de origem britânica) é professor convidado no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade o Minho. Desde jovem que teve interesse pelo audiovisual, no entanto, licenciou-se num curso tripartido de Economia, Política e Filosofia. Mais tarde percebeu que pretendia enveredar por uma área com aspetos mais filosóficos e culturais. Assim, estudou Ciências da Comunicação numa escola na Pensilvânia chamada Annenberg School Of Communication.

Em Portugal há mais de 20 anos, fundou 2 produtoras, a Formigueiro (em 2000), e a Sombra Chinesa (em 2009), ambas com sede em Arcos de Valdevez. Na área do cinema e da televisão escreve também para a revista *Variety* e, pontualmente, faz traduções na área da cultura.

As produções que tem desenvolvido no âmbito da produtora Sombra Chinesa são para entidades públicas na zona norte de Portugal. O seu trabalho é mais centrado no campo institucional, contudo, está a produzir pela primeira vez um documentário com o apoio do ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual). Além disso, produz projetos no contexto do turismo e da cultura para comunidades intermunicipais. Na entrevista realizada a produtora Formigueiro foi mencionada nos momentos referentes à sua experiência inicial e a Sombra Chinesa relacionada com os trabalhos atuais.

Luís Campos – Matiné

Luís Campos desde jovem que tem um “gosto muito forte pelo cinema e pela possibilidade de contar histórias através do cinema” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). O facto de se interessar, numa fase inicial, pela argumentação e realização fez com que ingressasse num curso de Cinema. Mais tarde, ainda em contexto escolar, produziu alguns projetos académicos audiovisuais. Em 2022 encontrava-se a terminar um doutoramento em Media Artes.

¹⁴ Ver: <https://www.thecaracolstudios.com/about>

É sócio-fundador da produtora Matiné constituída no ano de 2014. “Numa fase inicial, a empresa assinava com nome de Squat Factory com atividade na produção de filmes, mas também com iniciativas ligadas, sobretudo, à escrita cinematográfica” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). A partir de 2020 a produção de filmes “(...) ficou concentrada nesta chancela com nome de Matiné (...)” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). Atualmente tem acumulado uma tripla função: produtor, realizador e argumentista, no entanto, o seu percurso profissional é mais direcionado para a vertente da produção. “Com a constituição da empresa e com a participação em vários programas internacionais e em vários modelos de formação de desenvolvimento de coprodução, fui desenvolvendo mais essa minha faceta de produtor (...)” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). Além de produzir e realizar na Matiné, trabalha na produtora BROCCinema como coordenador de desenvolvimento de projetos de cinema e televisão. Paralelamente, é docente em algumas universidades e escolas de cinema.

Pedro Magano – Pixbie Film Bzzness

Pedro Magano fundador da Pixbie (2008) começou o seu percurso na RTP. Depois desta experiência continuou como *freelancer*, principalmente como Diretor de Fotografia, apesar de considerar fazer “um bocadinho de tudo” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022). Dada a quantidade de projetos audiovisuais em que participava decidiu criar a Pixbie, onde produz projetos cinematográficos, corporativos e comerciais. Em 2013, juntamente com o seu sócio, começaram a ver o cinema como um “modo de vida” e deram início à realização de um documentário, terminado em 2015. Nesta fase, o documentário ainda foi produzido por um produtor contratado. Posteriormente, assim como o próprio refere “a questão da produção foi inevitável” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022). Atualmente, uma parte da produtora tem desenvolvido conteúdos mais centrados no cinema e na televisão e a outra parte tem trabalhado com conteúdos publicitários com outros clientes, nomeadamente a EDP.

Mafalda Rebelo – Cimbolino Filmes

Mafalda Rebelo tinha como paixão a área de ciências naturais. No entanto, com a ajuda da psicóloga do próprio liceu conheceu o curso de Som e Imagem na Universidade Católica Portuguesa, no Porto. Percebeu depois que era o tipo de ambiente e área em que queria fazer carreira. “Acabava por ser um (...) intermédio que era estar atrás das camaras e isso agradou-me muito” (Rebelo,

entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022). Antes disto já tinha feito cursos de fotografia, expressão dramática e teatro, ponderando até seguir engenharia das telecomunicações ou jornalismo.

Foi o curso de Som e Imagem que deu origem à Cimbalino Filmes em 2008. Durante o curso percebeu que a sua área seria a de “concretizadora” e, como a própria assim refere, “estava tranquila com não assumir cargos tão eminentemente criativos como a realização” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022). Contudo, já realizou e editou vários projetos.

A produtora surgiu de uma proposta vinda da universidade que estava a iniciar um processo de “incubação de empresas”. O grupo de trabalho da Mafalda Rebelo tinha projetos com boa qualidade sendo, por isso, um forte candidato. Posteriormente e já sem o apoio da universidade, continuaram com a produtora e traçaram o seu próprio caminho. “E foi assim que começou. Foi natural, ou seja, nós nunca fizemos propriamente a transição para o mercado de trabalho sem ser por conta própria. Depois foi crescendo lentamente, muito lentamente” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022).

Atualmente produzem projetos institucionais e projetos pensados pela própria produtora “gostamos de uma ideia, começamos a desenvolvê-la e começamos a fazê-la acontecer, imaginar os caminhos que ela pode ter e levá-la até à concretização” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022).

António Ferreira – Persona Non Grata Pictures

António Ferreira, segundo o próprio, é produtor, escreve e realiza. Costuma intitular-se de “Cineasta”.

Estudou numa escola de cinema em Berlim onde foi incentivado a participar num festival/concurso para curtas-metragens. Escreveu um guião, concorreu e conseguiu o apoio. No entanto, estes apoios eram apenas atribuídos a produtoras e, como nenhuma outra produtora aceitou produzir este projeto, surgiu a necessidade de em 1999 criar a sua própria empresa, a Persona Non Grata Pictures, que inicialmente tinha o nome de ZEDFilmes. Esta, além de ter sede em Portugal, tem também sede no Brasil.

Uma vez criada a produtora, produziu o projeto vencedor no concurso de curtas-metragens e, a partir daí, foram realizados mais projetos, surgiram outros clientes e a empresa foi crescendo.

Apesar da produção não ser a sua maior paixão, considera que tem talento para exercer a profissão. Nesta caminhada, tem uma sócia que trata do lado mais burocrático da empresa.

23 anos depois, a produtora tem mais de 30 filmes produzidos.

Pedro Bravo – Kinéma Media Unipessoal Lda

A Kinéma foi a produtora onde tive a oportunidade de realizar o meu estágio curricular e, portanto, toda a informação referente à mesma encontra-se no capítulo 1, ainda assim, de uma forma breve passo a caracterizar e contextualizar o produtor e a produtora.

Pedro Bravo sempre foi um entusiasta do audiovisual e, desde o ensino secundário, sempre soube o caminho profissional que queria seguir, ingressando no curso de Cinema pela Escola Superior de Teatro e Cinema. Em 2010, no dia em que completou 18 anos, criou a produtora Kinéma.

No início da sua carreira produzia apenas alguns pequenos projetos como forma de aprender, crescer e entender a dinâmica de uma produtora, uma vez que ainda estudava e não tinha despesas financeiras. Mais tarde, depois do seu estágio numa produtora, avançou profissionalmente com a Kinéma.

Os seus primeiros projetos eram principalmente videoclipes e projetos relacionados com moda, conteúdo em que a produtora teve maior reconhecimento. A partir daí iniciou a produção de conteúdos para os canais televisivos Fox, nomeadamente os programas de culinária para o canal 24Kitchen. Além disso, produz anualmente um documentário ou conteúdo artístico para a RTP.

Filipe Araújo - Blablabla Media

Filipe Araújo licenciou-se em jornalismo e fez mestrado em Cinema, em Espanha. Nos primeiros 10 anos da sua vida trabalhou como jornalista e, nos últimos 15 anos, tem trabalhado como produtor e realizador. A sua principal atividade é a realização, pelas palavras do mesmo: “comecei a realizar porque também produzia, portanto, depois é que veio a produção de projetos de outras pessoas (...)” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). Ser produtor não estava nos seus planos, no entanto, para ter alguma independência, viu essa tarefa como uma necessidade, para poder concretizar os seus objetivos.

A Blablaba Media surgiu quando começou a fazer os seus projetos: “senti uma necessidade de ter uma marca, uma chancela, uma identidade que lhe desse um aspeto credível” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). A marca no registo de propriedade industrial surgiu em 2005 e a produtora em 2008. Assim como refere a aba do *site*¹⁵ “acerca de” “A Blablaba Media tem sede fiscal em Lisboa (Portugal), tem um escritório em Tallin (Estónia) e operou a partir de Madrid (Espanha) durante vários anos.” De acordo com Filipe Araújo, o género privilegiado pela produtora é o documentário.

Cláudia Oliveira – Madame Filmes

Cláudia Oliveira licenciou-se em Design de Comunicação, fez Bacharelato em Cinema com foco em Montagem e tirou uma Pós-graduação em Fotografia Contemporânea. É editora de vídeo e considera que não tem perfil de produtora, apesar de ser “metódica, organizada e com capacidade de resolver problemas” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022).

A Madame filmes surgiu de uma história que a sua própria fundadora, Cláudia Oliveira, queria contar - violência doméstica no seio familiar. Por se tratar de um tema muito pessoal as produtoras com quem Cláudia pretendia desenvolver o seu projeto rejeitaram a sua produção. Assim sendo, criou a sua própria produtora em 2020 apenas com este intuito. O nome da produtora foi uma dedicatória a este seu projeto pessoal.

Com o passar do tempo percebeu que este seria o seu futuro e “que era importante direcionar a produtora (...) para conteúdos mais a ver com o feminino ou com as lutas no feminino” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022).

Apesar de nunca ter tido como objetivo ter uma produtora, chegou a pensar algumas vezes no assunto. Foi através do seu projeto inicial, Madame Filmes, que Cláudia recebe uma proposta para produzir um outro filme, sendo este o impulsionador da empresa, hoje com vários projetos. Ao mesmo tempo e com o objetivo de manter a Madame Filmes, continua a realizar trabalhos como editora de vídeo.

Pedro Sena Nunes – Meridional

¹⁵ <https://blablablamedia.com/about/>

Pedro Sena Nunes afirma que o seu interesse pela área surgiu “muito cedo (...)” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022) e “com a vontade de pensar a arte como essencial para a nossa vida” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). Tinha uma vontade “intuitiva e inexplicável de fotografar, (...) fazer filmes, teatro e dança” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). Percebeu desde cedo que precisava de avançar com as suas ideias e que deveria ser o próprio a produzi-las. O seu foco está na área do cinema, na realização e na produção e “em projetos transdisciplinares, em particular a minha colaboração com o teatro e com a dança” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). Atua também na programação cultural com festivais e está ligado à pedagogia, sendo professor há 28 anos.

A Meridional surgiu entre 1992 e 1993 depois de na escola de cinema onde estudou ter lidado com algumas responsabilidades como a cofundação da associação de estudantes e os vários projetos que foi produzindo e realizando com os seus colegas. Com todas as responsabilidades que a associação acarretava e o consequente sucesso na sua concretização, criou com os seus colegas de faculdade uma produtora para gerir projetos e orçamentos. “A escola foi inspiradora no sentido de criar a produtora porque nos deu um grau de autonomia e de responsabilidade bastante elevado.” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022).

A produtora começou por ser uma empresa e, anos mais tarde, passou a ser uma associação cultural. É constituída por 4 sócios (2 portugueses e 2 espanhóis).

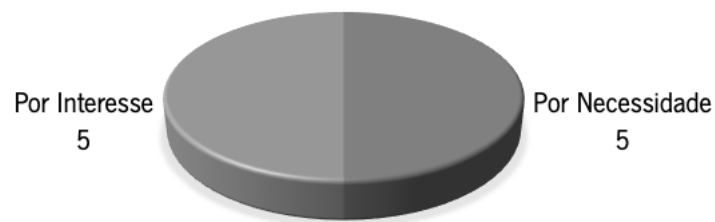
2. Interesse pela produção e pelo cargo de produtor

Esta categoria que abrange a segunda pergunta da entrevista realizada aos produtores surgiu pela curiosidade em perceber como é que os dez produtores portugueses chegaram a este cargo e à área da produção. Daqui será possível entender quais os meios/ formas para se lançar na área da produção cinematográfica.

Aquando da análise ainda inicial das entrevistas foi perceptível que, para além de vários produtores terem vindo de diferentes áreas, muitos consideram que existem vários outros cursos e unidades curriculares importantes para, efetivamente, se ser um produtor mais bem preparado. Como tal, este é um tema que será também abordado nesta categoria de análise.

Através da Figura 26 é possível perceber que metade dos entrevistados se tornou produtor por interesse, ou seja, o produtor que desde jovem tinha a convicção que na vida profissional este seria o seu caminho; e que a outra metade se tornou produtor por necessidade, isto é, mesmo sem interesse pela área da produção viu-se, de certa forma forçado ou influenciado a ser produtor com o intuito de que os seus projetos fossem realizados.

Figura 26: Motivação dos entrevistados para assumir o cargo de produção.
(elaboração própria a partir dos dados recolhidos nas entrevistas)



De seguida, serão apresentados os entrevistados que referiram tornar-se produtores por terem esse interesse:

- Joana Domingues da Caracol Studios, como foi anteriormente referido, estudou e trabalhou em jornalismo durante vários anos. Dada a necessidade de produzir todos os seus projetos jornalísticos percebeu que seria capaz de produzir um projeto cinematográfico. A partir daí surgiu o interesse pela área e continuou a produzir vários projetos já com a sua produtora.
- O produtor Martin Dale está na área audiovisual há 30 anos e desde sempre teve interesse pelo meio. Depois de um estágio numa produtora rapidamente começou a realizar e a produzir os seus próprios projetos.
- Mafalda Rebelo da Cimbalino Filmes desde jovem que tinha um certo interesse pelas artes tendo frequentado cursos de fotografia, expressão dramática e teatro. O curso de Som e Imagem na Universidade Católica do Porto suscitou-lhe um certo interesse por trabalhar “por detrás das câmaras”. Assim, como a própria refere, de uma forma natural foi produzindo alguns projetos académicos até continuar no meio profissional como produtora.
- Pedro Bravo da Kinéma tornou-se produtor por ser algo que pretendia desde jovem, sem ter qualquer dúvida no caminho a seguir no percurso profissional. “Na altura de escolher o que é que eu queria seguir no ensino superior, era óbvio para mim (...) Eu nunca me imaginei a fazer outra coisa que não fosse isto” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022).

- Pedro Sena Nunes, como o próprio refere na entrevista, sempre teve “a vontade de pensar a arte para a nossa vida”, sentia uma vontade “inexplicável de fotografar (...) fazer filmes, teatro e dança” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). Sempre pretendeu ser o próprio a produzir os seus projetos.

De seguida, são apresentados os cinco entrevistados que se tornaram produtores por necessidade/ influência:

- Luís Campos da produtora Matiné, apesar de desde muito jovem ter um “gosto muito forte pelo cinema e pela possibilidade de contar histórias através do cinema” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022), o seu interesse foi sempre direcionado para a argumentação e realização e foi este interesse que o levou a estudar cinema. Nas suas primeiras curtas-metragens foi realizando esta função e depois de ter concluído o curso viu-se “forçado”, como o próprio refere, a tornar-se produtor. “Eu tornei-me produtor de alguma forma por necessidade (...) como uma condição do meu desejo de ser argumentista e realizador (...) de forma natural tenho acumulado essa tripla função” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022).
- António Ferreira, produtor da PNGPictures, tornou-se também produtor, como o próprio refere, por necessidade. “A questão de me tornar produtor, na verdade, foi mais uma necessidade” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022). Como mencionado anteriormente, António concorreu a um concurso de curtas-metragens em que venceu o prémio, no entanto, este era apenas atribuído a produtoras. Como o projeto que escreveu era “complicado”, como o próprio refere, decidiu criar a sua produtora e, com isso, tornar-se produtor do seu próprio projeto. “Foi assim que eu comecei a fazer a minha primeira produção. Depois as coisas foram acontecendo. Como tinha a produtora começaram a surgir clientes, fui produzindo estes projetos” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022). Apesar de não ter sido este o seu objetivo profissional refere que tem talento para a produção.
- Filipe Araújo da produtora BlaBlaBla Media começa por revelar na sua apresentação que a sua principal atividade é na realização. Na resposta à questão que envolve esta categoria refere que se tornou produtor por necessidade e que não tinha interesse na área da produção audiovisual. “O interesse pela produção foi uma necessidade (...). Eu nunca tive um fascínio propriamente dito pela produção de projetos, sobretudo pela parte mais burocrática (...), mas tive que ir aprendendo por mim para poder levar o meu projeto avante”. (Araújo, entrevista

peçoal, 20 de outubro, 2022). Considerava que não tinha o cinema no seu ADN, uma vez que a sua formação foi em jornalismo e apenas o mestrado em cinema. “A forma que eu tinha de ter alguma independência e de ganhar um espaço era poder produzir-me a mim sem me sujeitar diretamente ao que existia no mercado” (Araújo, entrevista peçoal, 20 de outubro, 2022).

- Cláudia Oliveira da Madame Filmes, apesar de ser editora de vídeo, decidiu iniciar a escrita de um filme depois de um caso de violência doméstica no seio familiar. Por se tratar de um conteúdo com teor peçoal nenhuma produtora aceitou produzir este projeto. Como era algo com que pretendia mesmo avançar, decidiu tornar-se produtora do seu próprio filme, constituindo a empresa para conseguir apoios. Continua como editora de vídeo mas a produtora cresceu devido a uma proposta irrecusável para produzir outro projeto, o que levou a que continuasse como produtora. “Surgiu uma proposta para a produtora produzir um filme (...) e, no fundo, esse convite acabou por ser o desencadear para começar como produtora” (Oliveira, entrevista peçoal, 22 de outubro, 2022).
- O motivo que levou Pedro Magano da Pixbie, a tornar-se produtor foi por questões de faturação. Depois de ter saído da produtora RTP, com o seu atual sócio iniciou o seu trabalho como *freelancer*. Dado o número de trabalhos que realizava e a grande quantidade de recibos que passava para esses projetos decidiu criar uma produtora. “A produtora surgiu por questões de faturação. No momento não olhei para o cargo de produtor como se fosse o meu futuro” (Magano, entrevista peçoal, 12 de agosto, 2022). No entanto, como começaram a surgir outros trabalhos começou por contratar produtores, ainda assim,

a questão da produção foi inevitável. (...) Passado algum tempo de ter a produtora era inevitável que quiséssemos contar as nossas histórias e, portanto, a produção acabou por aparecer. (...) Começamos a produzir projetos que não eram nossos e isso acabou por fazer com que nos tornássemos produtores. (Magano, entrevista peçoal, 12 de agosto, 2022)

Com esta análise não se pretende concluir se existem mais ou menos produtores “por necessidade” ou “por interesse”. Por um lado, revelam-se os produtores que manifestaram ao longo do seu percurso (ou desde sempre) interesse na produção audiovisual. Por outro lado, revela-se a existência de produtores que não tinham como objetivo profissional a produção audiovisual mas que ainda assim praticam a atividade, dado os trabalhos que foram surgindo e que se tornaram lucrativos.

Conclui-se que dos dez entrevistados, os cinco que se tornaram produtores por interesse mantêm-se até hoje produtores satisfeitos com o rumo das suas produtoras e das suas profissões. Dos cinco profissionais que se tornaram produtores por necessidade existem dois, atualmente, com perspetivas mais negativas relativamente à profissão.

- O produtor Pedro Magano considera que nos dias de hoje não teria constituído a empresa Pixbie, que o levou a tornar-se produtor. As motivações para a criação não foram suficientes para atualmente considerar que deve manter a empresa, uma vez que acredita não compensar toda a logística pela qual tem de passar para garantir técnicos para os projetos. Desta forma, percebe-se que se Pedro Magano não tivesse constituído a produtora provavelmente não se tornaria produtor como profissão, uma vez que, antes deste processo grande parte do seu trabalho se focava na Direção de Fotografia.
- Cláudia Oliveira apresenta uma perspetiva negativa relativamente ao seu trabalho como produtora, uma vez que refere várias dificuldades pelas quais passou recentemente, nomeadamente, a dificuldade de financiamento para o seu projeto. Ao analisar de forma qualitativa a entrevista é possível perceber que esta perspetiva advém do cargo de produção que assume ter surgido perante uma necessidade, a produção do seu filme.

Portanto, ao analisar a perspetiva de um produtor que criou a produtora por interesse, com a motivação da Cláudia Oliveira e de Pedro Magano, é possível perceber que, de facto, alguém interessado e motivado em assumir o cargo apresenta perspetivas muito mais positivas, como é o caso do produtor Pedro Bravo que não se identifica com outra profissão se não esta, ou com Pedro Sena Nunes que se refere à sua profissão e ao início da mesma, de uma forma poética e deslumbrante. “Percebi que o importante era trazer ao mundo da arte, em particular e, ao mundo em geral aquilo que o mundo não conhecia” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022).

No decorrer das entrevistas a temática da formação, principalmente no ensino superior, foi surgindo, sobretudo a partir da primeira entrevista com a produtora da Caracol Studios.

Ao abordar este tema, Joana Domingues refere,

eu não tirei um curso de cinema, nada do que era a norma foi seguido, o que a meu ver acabou por nos ajudar bastante, porque se eu estivesse presa numa caixinha que me ditasse as regras (...) não teria feito um filme até hoje (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

A produtora considera que ter vindo da área do jornalismo permitiu aproximar-se das pessoas, uma vez que era aquilo que já fazia. Desta forma, tinha uma certa aptidão em contactar com entidades e conseguir apoios das mesmas, não necessitando de concorrer a um apoio do ICA “em que existem uma série de parâmetros” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Na sua opinião, todos os caminhos são válidos para se fazer um filme e para se criar uma produtora.

Depois de a confrontar com a questão “Considera então que um curso de cinema ou relacionado não seria vantajoso?” a própria respondeu: “Pode ser uma vantagem vires de um curso de cinema a meu ver, mas também pode ser uma total desvantagem porque um bom produtor acaba por se fazer no terreno, muitas vezes aprendes a fazer, fazendo” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Para justificar a sua opinião acrescentou: “se tu andares um bocadinho para trás, antes da existência do curso de cinema em Portugal, grande parte dos produtores portugueses eram juristas, advogados, vinham de uma área financeira (...)” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Posteriormente afirmou ainda a vantagem que um produtor tem em ser formado nessas áreas.

3. Vantagens e desvantagem do curso de cinema e as unidades curriculares

Dada a afirmação da Joana Domingues no ponto anterior, considerei também importante um tema relacionado com:

1. A vantagens e as desvantagens de um curso de Cinema ou de um curso relacionado para assumir um cargo de produtor/a;
2. A importância de outros cursos além do de Cinema e de outras matérias de estudo, para se ser produtor.

Relativamente à primeira questão, dos dez entrevistados apenas Joana Domingues não se formou em Cinema ou num curso equivalente, sendo possível perceber que nove dos dez entrevistados assumiram que o caminho a percorrer para se atingir um objetivo dentro da área do audiovisual seria o curso dentro da área. No entanto, o produtor da PNGPictures, que se licenciou em Cinema, mencionou que vários dos seus colegas vieram de áreas de formação diferentes e que atualmente são produtores, dando o exemplo do curso de Direito “que dá bastante jeito para a parte dos concursos que são complexos a nível burocrático” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022).

Apesar de serem apenas dois produtores com este ponto de vista, conclui-se que é possível e que pode, efetivamente, resultar ser produtor sem curso de Cinema ou equivalente. Isto pode até se justificar tanto pela afirmação de António Ferreira, com pelo facto de Joana Domingues se encontrar na categoria de produtores que se tornaram produtores por interesse e, atualmente, avaliando qualitativamente toda a entrevista realizada, encontra-se satisfeita com a mesma e com bons resultados a nível audiovisual.

Não ter um curso em Cinema encaminha um produtor para uma menor noção de certas regras e caminhos a seguir e isso pode, de certa forma, ser vantajoso na medida em que se encontram outros caminhos além dos convencionais para se atingir um objetivo, não tendo de concorrer com outros produtores que percorrem estes caminhos ditos “normais”. Além disso, também se arrisca mais. Na perspetiva da produtora da Caracol Studios, “pode dar muito mais trabalho (...), mas (...) acaba por ser gratificante no final” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022) uma vez que foi possível atingir o seu objetivo mesmo não tendo a formação.

Além da Joana Domingues, a segunda questão foi principalmente abordada por Martin Dale e Pedro Bravo.

A licenciatura do produtor da Formigueiro e da Sombra Chinesa foi no curso de Economia, Política e Filosofia, no entanto, posteriormente, decidiu formar-se num curso de Ciências da Comunicação na Pensilvânia, EUA. A sua formação inicial no curso tripartido deu-lhe um certo rigor financeiro que, como o próprio refere, ajudou no desempenho no cargo de produção. “Não era o que eu queria fazer na minha vida, então acabei por mudar, (...) tenho um certo rigor financeiro que também ajuda para ser produtor” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).

De facto, cursos como gestão, economia e direito, apresentam unidades curriculares que seriam úteis para um produtor, dadas as tarefas que o mesmo desempenha na sua profissão como: gerir uma empresa, realizar/assinar contratos, fazer orçamentos, entre outros. Tendo a Universidade do Minho como base para apresentação do plano de estudos, existem matérias essenciais nos três cursos, para um produtor, como:

- Curso de Gestão: Contabilidade de Gestão; Introdução ao Direito Empresarial; Marketing; Economia Portuguesa e Europeia, entre outros;

- Cursos de Economia: Introdução ao Direito Empresarial; Princípios de Finanças Empresariais; Economia Portuguesa e Europeia;
- Curso de Direito: Direitos Fundamentais; Direito Fiscal; Direito do Trabalho; Direito Económico, entre outros;

Relativamente às unidades curriculares do curso de Cinema, Joana Domingues, apesar de por um lado considerar uma certa desvantagem em se tirar este curso, por outro considera que quem se forma em Cinema deveria ter a possibilidade de se formar melhor relativamente a questões financeiras e económicas.

De repente tens de fazer uma montagem financeira, tens de fazer um orçamento, tens de perceber o que é que vais ter de impostos para pagar. Óbvio que será essencial uma contabilidade organizada, mas, em última instância és tu a pessoa responsável por tudo aquilo que entregas. (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Pedro Bravo, na resposta à questão “Como foi o processo de criar uma produtora, quais os procedimentos?”, mencionou o seguinte:

A dificuldade de teres uma empresa é a falta de preparação que existe. Eu estudei cinema e mesmo estudando produção não se está preparado para o que é gerir uma empresa que tem algumas diferenças do que é gerir um projeto que, de certa forma, já não ensinam muito bem na escola. (...) Os conhecimentos fiscais que se tem, são zero: o que é o IVA? O que é o IRC? O que é que eu tenho de pagar de salários? Qual é a margem de lucro que se tem de ter dos projetos realizados? Qual é a gestão financeira que se tem de fazer? (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

Assim como Pedro Bravo, Joana Domingues também concorda que o curso de Cinema no ensino superior deveria repensar as unidades curriculares que apresenta. Ao analisar as matérias do curso de Cinema da Escola Superior de Cinema e Teatro, onde Pedro Bravo estudou, é possível perceber que para a área da produção existe apenas a unidade curricular Produção que, na experiência do próprio, não apresenta conteúdo que prepare efetivamente um aluno para assumir um cargo de produtor e para lidar com todas as questões burocráticas quando se gere uma produtora.

4. As motivações dos produtores para criar uma produtora e as suas perspetivas entre a produção no Norte de Portugal e Lisboa

Entre a categoria “Interesse pela produção e pelo cargo de produtor” e a categoria “Processos e questões a ter em consideração para criar uma produtora” surgiram dois temas interessantes e relevantes:

- a) a motivação dos já produtores para criarem a sua própria produtora (saindo do registo de *freelancer*);
- b) as perspetivas dos produtores do norte de Portugal relativamente aos produtores de Lisboa;

Como tal, serão abordados nos pontos seguintes.

4.1. A motivação dos produtores para criarem a sua própria produtora

Na análise do ponto anterior foi possível perceber como é que os entrevistados se tornaram produtores. Aqui será possível perceber quais as motivações dos já produtores para constituírem a sua produtora, uma vez que, existem produtores que não vêm a constituição de uma produtora como uma necessidade, optando por continuar a sua atividade em registo *freelancer*.

Ao contrário de Pedro Bravo que criou a sua produtora aos 18 anos de idade, sabendo desde cedo por que área profissional pretendia enveredar, alguns dos entrevistados criaram a produtora pelo motivo necessidade, por estarem já a realizar um trabalho de produtor. Neste segundo grupo, uns aceitaram de bom agrado o destino a que a produção os levou e outros que não tinham como objetivo este fim, apenas aceitaram devido às vantagens.

De seguida, serão apresentados as possíveis motivações para se constituir uma produtora:

Motivo 1 – Objetivo profissional

Dos 10 entrevistados 8 abriram as suas empresas porque fazia sentido tendo em consideração os seus percursos profissionais e ambições.

No caso da Mafalda Rebelo foi bastante natural e fez sentido tendo em conta os projetos que desenvolvia no ensino superior e o interesse pela área. Dentro ainda do período académico abriu a empresa num projeto de incubação da própria escola. “Nós, de facto, começamos no processo de

incubação dentro da universidade com uma pressão menor (...) havia ali custos que estavam assegurados” (Rebello, entrevista pessoa, 12 de outubro, 2022).

Motivo 2 – Volume de projetos a realizar

O número elevado de projetos que se tem enquanto produtor é também um dos motivos pelo qual se cria uma produtora. 4 dos 10 entrevistados consideram que a melhor forma de se gerirem os projetos é, efetivamente, tendo uma estrutura, “quando uma pessoa tem vários projetos em marcha faz sentido ter uma empresa” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). Além disto, Martin acrescenta que “para trabalhar com entidades públicas (...) é mais fácil lidar com empresas do que com pessoas. É mais fácil contratar um serviço a uma empresa do que a uma pessoa singular, então acaba por ser necessário ter uma empresa” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).

Motivo 3 – Credibilidade da empresa

A credibilidade que uma empresa transmite é um motivo referido por Filipe Araújo da Blablaba Media e por Martin Dale. Filipe refere o seguinte: “A partir do momento em que comecei a fazer os meus primeiros projetos senti necessidade de ter uma marca, uma chancela, qualquer coisa que lhe desse um aspeto credível ou uma identidade.” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). Neste sentido, antes de criar a própria produtora em 2008, Filipe criou uma marca no registo de propriedade industrial em 2005. Martin refere que ter uma estrutura é um dos requisitos dos concursos públicos dadas as responsabilidades a credibilidade que constituir uma empresa apresenta.

Motivo 4 – Acessos aos apoios financeiros públicos

António Ferreira e Cláudia Oliveira como não conseguiram contratar produtoras para produzirem os seus projetos abriram as suas empresas para conseguirem financiamento público, uma vez que estes são apenas atribuídos a empresas. Martin Dale, apesar de ter aberto a sua empresa porque assim o pretendia, confirma que “ter uma empresa dá mais solidez, para concorrer a concursos ou apoios tipo os do ICA” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). António Ferreira e Cláudia Oliveira mantêm ainda a estrutura em funcionamento pelos trabalhos que foram surgindo.

Um dos entrevistados, Pedro Magano, já numa fase avançada da entrevista, referiu que se fosse hoje não criaria a sua produtora. A motivação inicial do produtor Pedro Magano para criar a empresa não se mostrou suficiente, dado que considera que “ter uma produtora, não compensa”

(Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022). Justifica referindo que “os técnicos são especializados de mais e, portanto, não há margem de progressão (...) e uma produtora não consegue pagar mais do que mil euros por mês.” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022), uma vez que o valor de cada técnico, na sua opinião, é cada vez mais elevado dado o seu nível de competência. Além disso, considera que as pessoas que estão envolvidas na área têm vindo a não compreender que esta, por vezes, necessita de exceções, nomeadamente, a nível de horários, uma vez que envolve trabalhos sujeitos a imprevistos. Segundo Pedro Magano, “as pessoas querem um trabalho das 9h às 17h e não querem trabalhar aos fins de semana” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022). Os gastos associados às empresas são também um motivo que leva o produtor a ter esta opinião, além do facto de considerar que “não há mercado hoje em dia para uma produtora começar a trabalhar, de forma saudável” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022). Com isto, Magano reflete no facto de, por vezes, a empresa não dar lucro, sendo que as margens são para poder pagar a técnicos e gastos da própria produtora, “depois comesças a entrar naquele registo de, tens de pagar as contas no final do mês e tens de pagar salários (...)” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022). Esta é a perspetiva de Magano, enquanto produtor português, mas também enquanto produtor no norte de Portugal, sendo este o ponto de análise seguinte.

4.2. As perspetivas dos produtores do Norte de Portugal relativamente aos produtores da região de Lisboa;

Neste estudo foram entrevistadas três produtoras do norte do país além da Pixbie (de Pedro Magano), nomeadamente a Cimbalino Filmes, a Madame Filmes e a Sombra Chinesa.

A perspetiva relativamente a este tema depende, efetivamente, da experiência de cada produtor dentro da sua empresa com os trabalhos que realiza. Desta forma, é possível encontrar diferenças entre a perspetiva de Pedro Magano (Pixbie) e de Martin Dale (Sombra Chinesa) e a diferente perspetiva da Mafalda Rebelo (Cimbalino Filmes).

Ao longo da entrevista com Mafalda é possível observar, nesta perspetiva de análise qualitativa, pela sua forma como se refere à produtora e a sua experiência que se encontra relativamente satisfeita com o rumo que a mesma leva. Tanto pela forma natural com que a sua empresa surgiu e se manteve, como pelo facto de não mencionar dificuldades por se encontrar no norte de Portugal. Aliás, apresenta uma perspetiva de que quem tiver vontade e capacidade de trabalho consegue, entre todos os desafios, superar a dificuldade que considera existir em ter uma empresa,

Acho que acima de tudo é vontade de fazeres e capacidade de trabalho (...) quando se trabalha por conta própria, não é simples o processo de angariar clientes, de ter sempre trabalho, de ter as equipas pagas, de perceber se se investe ou não em equipamento (...). (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022)

Refe ainda que,

(...) só uma pessoa a trabalhar em casa com telefone pode ser uma produtora (...) tudo é possível, depende muito da dimensão, depende do tipo de projetos, mas acho que o importante é o perfil do produtor, de ser alguém que gosta de fazer acontecer e que tenha resiliência (...). (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022)

Na questão sobre as dificuldades para se criar uma produtora em Portugal, Mafalda não comparou o norte e o centro, ao contrário de Pedro Magano e de Martin Dale, que referem que, de facto, existe uma diferença entre a produção audiovisual no Porto ou em Viana do Castelo, quando comparado com Lisboa.

Martin apresenta duas perspetivas sobre esta dualidade. Primeiro refere que o tipo de estratégia para se rentabilizar um investimento em Viana do Castelo, no seu caso, é diferente quando comparado com Lisboa, uma vez que a procura é menor, “aqui, na zona norte, cada investimento que se faz tem de se ter em mente como se rentabiliza, (...) havendo menos procura, é mais difícil haver massa crítica” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). Ainda assim, considera que tudo está a mudar e que apesar de haver mais trabalho em Lisboa também existe mais procura e que “tudo fora desses eixos tem uma margem de manobra diferente, mas a concorrência também é inferior” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).

O produtor da Sombra Chinesa refere ainda que as técnicas para assegurar o volume de negócios no norte do país é diferente, “aqui na zona norte é fazer casamentos, que são apenas sazonais e, fazer filmes institucionais pequenos. É um modelo diferente do que é em Lisboa, que está já num mercado maior” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).

5. Processos e questões a ter em consideração para criar uma produtora

Esta categoria tem em vista conhecer a opinião e a experiência dos produtores quanto à criação das suas produtoras antes da constituição da mesma.

Assim que se toma a decisão de se criar uma produtora existem vários aspetos a ter em conta: como se cria? O que se deve ter em consideração? Quais as dificuldades?

Estas questões foram colocadas aos entrevistados e, portanto, todas as conclusões terão como fundamento, naturalmente, a experiência dos produtores.

Abrir uma produtora é abrir uma empresa e, portanto, todos os procedimentos são os equivalentes. Todos os entrevistados mencionaram o facto de que, atualmente, se abre qualquer empresa através dos Balcões de serviço de Empresas na Hora ou através do serviço de Empresa online. Como refere Mafalda Rebelo, “neste momento até com as empresas na hora é uma coisa instantânea. Na internet, escolhes um nome e a empresa está criada” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022). Portanto, através de *sites* com o “passo a passo” de como se criar uma empresa obtém-se toda a informação, de forma rápida e simples. Este processo pode demorar mais que o esperado se o nome que se pretender não pertencer à lista que os próprios mecanismos de empresas na hora propõem, assim como mencionou Cláudia Oliveira, “a empresa na hora não demora se ficares com aqueles nomes que eles têm por defeito” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022). Luís Campos, da produtora Matiné, refere que para se criar uma empresa é necessário também ter um TOC (Técnico Oficial de Contas).

Segundo o *site* da Tranquilidade¹⁶ estes são os passos para se criar uma empresa na hora:

- Ter Cartão de Cidadão;
- Escolher o nome da empresa;
- Escolher uns dos pactos sociais pré-aprovados disponíveis;
- Designar um TOC;
- Depositar o valor do capital social da empresa numa conta aberta em nome da empresa;

Atualmente o valor base para se criar uma empresa, segundo o *site* eportugal.gov.pt¹⁷, é de 220€, considerando a constituição de uma empresa com o modelo de pacto social pré aprovado, e 360€ na constituição de uma empresa com pacto social elaborado pelos sócios.

7 das 10 empresas entrevistadas criaram a sua produtora no registo de Empresa na Hora. No entanto, dos sete, apenas a Cláudia Oliveira da produtora Madame Filmes, considerou que o processo

¹⁶ <https://www.tranquilidade.pt/blog/trabalho/como-abrir-uma-empresa-passo-a-passo>

¹⁷ <https://eportugal.gov.pt/pt/servicos/criar-uma-empresa-online>

foi demorado e não foi simples nem barato. “Eu tinha uma urgência enorme em criar a produtora porque havia concurso do ICA (...) e tentei acelerar a coisa ao máximo, mas esse acelerar demorou um mês” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022). Comparando a resposta da Cláudia com a dos restantes entrevistados, mesmo com aqueles que não criaram a empresa neste registo, é possível perceber que há uma diferença na perspetiva com que se analisa a criação de uma empresa atualmente.

Esta diferente perspetiva, depois de analisado de modo qualitativo a entrevista, prende-se, no meu ponto de vista, às condições em que a Cláudia pretendia criar a empresa e, ao facto da mesma apenas conhecer este método de criação, que foi realizado em 2020. Ou seja, a produtora mais recente, desconsiderando a Madame Filmes, é a Caracol Studios da produtora Joana Domingues, criada em 2016. Portanto, existe uma diferença mínima de quatro anos entre a produtora da Cláudia e as restantes, o que não proporciona à mesma uma comparação plausível com a atualidade, porque a sua produtora foi criada com 2/3 anos de diferença dos tempos que ocorrem, comparativamente aos nove produtores, que compreendem uma diferença de 6 a 30 anos, gerando comparações mais acentuadas. Se a produtora da Madame Filmes tivesse experienciado a abertura de uma empresa no mesmo intervalo de anos das restantes produtoras, provavelmente, a sua opinião relativamente às condições atuais seria diferente, tanto ao nível do tempo como do valor monetário.

Outro motivo a ter em conta para esta visão da produtora pode ser apenas de perceção, dada a urgência com que pretendia criar a sua empresa, para o concurso do ICA e, com isso, sentir que o processo foi, efetivamente, demorado.

Foi então possível, com isto, compreender os processos atuais de criação de uma empresa, no entanto, 3 das 10 produtoras não criaram a empresa dentro deste mecanismo de Empresa na Hora que foi criado em 2005, sendo elas a Persona Non Grata Pictures (1999) de António Ferreira, a Formigueiro (2000) de Martin Dale e a Meridional (1992/93) de Pedro Sena Nunes. Com isto, e considerando esta questão das perspetivas, será feita uma breve análise da criação das produtoras nos anos de 1992/93, 1999 e 2000.

António Ferreira e Martin Dale, começam por afirmar que o processo de criação da empresa foi mais burocrático e mais complexo do que é atualmente. “Há 20 anos, não era tão simples como é agora” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022), “Se pensarmos em 2000, aqui em Portugal

era mais burocrático do que é agora. (...) tem simplificado” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022).

Ao abordar os três produtores sobre esta questão, os mesmos referiram já não se lembrar ao certo de como foi o processo e, portanto, alguns dos procedimentos são identificados por um produtor, e outros processos por outro, acabando, no fundo, por se complementarem.

Para se criar uma produtora entre 1999 e 2000 Martin Dale e Pedro Sena Nunes consideram que toda a documentação ainda em papel dificultou o processo por ser necessário guardar “em mãos” todos os documentos. “Tinha de ir para vários ministérios para entregarem a documentação e era tudo físico em vez de ser online. Nunca achei muito difícil, apenas cansativo porque era necessário salvaguardar todos os documentos em papel” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). Na perspetiva de ambos ter um contabilista facilitou o processo, uma vez que o mesmo indica todos os passos a cumprir.

Martin acrescenta que “demorava 2 ou 3 meses para se passar pelas várias etapas, enquanto a produtora Sombra Chinesa, criada em 2009, foi registada em menos de 24 horas” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). António Ferreira completa referindo que era mais demorado e que, a nível monetário “hoje em dia 500€ bastam, mas na altura, se não me engano, eram necessários 5000€” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022). Ou seja, era mais dispendioso, demorado e envolvia mais entidades, no entanto, como refere António “envolvia um contabilista e, se não estou em erro, um advogado (...)” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022) fazendo com que o processo não fosse complexo para os próprios produtores.

Percebe-se então que o processo não é, atualmente, a parte mais complicada de se criar uma empresa. Metade dos entrevistados refere que a dificuldade é manter, posteriormente a produtora, dado os custos que acarreta, “acho que a dificuldade é manter, porque há custos fixos (...) se não há um plano de negócio, pode ser algo desesperante” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). “A empresa ao nascer gera um mínimo de despesas mensais, pensando numa empresa que funciona sem morada, endereço físico, sem escritório, só com contabilista, a despesa mensal fica numa média de 150€” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022); Para o cumprimento dos objetivos “a maior dificuldade é, efetivamente, ter uma noção muito clara do que se quer fazer” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022) e a falta de preparação que existe para jovens produtores avançarem com a sua empresa, como refere Pedro Bravo.

Desta forma, foi realizada a questão de como se asseguram todas as condições para se manter uma produtora. Os 13 passos a seguir mencionados serão divididos entre aqueles que são específicos para a constituição de uma produtora audiovisual e aqueles que são essências para a constituição de qualquer empresa.

Tabela 2: 5 “passos específicos para a constituição de uma produtora audiovisual em Portugal” e 8 “Passos gerais para a constituição de qualquer empresa”

Passos específicos para a constituição de uma produtora audiovisual em Portugal	Passos gerais para a constituição de qualquer empresa
<ol style="list-style-type: none"> 1. Assegurar o volume de negócios 2. Ter uma perspetiva internacional 3. Conhecer e entender melhor o funcionamento dos apoios financeiros e festivais 4. Perceber o caminho que se quer seguir na constituição da produtora 5. Ter um Kit básico de equipamento 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter um contabilista 2. Consultar um bom advogado 3. Ter consciência dos gastos 4. Fazer um micro orçamento para a empresa 5. Ter um capital de risco inicial 6. Ter um plano de negócios 7. Ter capacidade e vontade de trabalho 8. Fazer um plano de trabalho

Passos específicos para a constituição de uma produtora audiovisual em Portugal:

1. Assegurar o volume de negócios

Um dos conselhos mais referidos pelo produtor Martin Dale é assegurar um volume de negócios que garanta a sustentabilidade da empresa ou outra fonte de rendimento que permita a sobrevivência da mesma em momentos de crise. De certa forma, esta dica por parte do produtor vem do facto do mesmo ter a sua produtora situada no norte de Portugal. “nós sabemos que aqui em Portugal não é fácil sobreviver, sobretudo, a longo-medio prazo, neste ramo que é muito incerto. As verbas, sobretudo na zona norte, são baixas” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). Desta forma, para assegurar o volume de negócios Martin trabalha, em paralelo, como tradutor.

2. Ter uma perspetiva internacional;

O produtor da Matiné considera que se vive num mundo cada vez mais globalizado e, por isso, não se deve focar só na criação a nível nacional. “É muito importante, para alguém que constitui uma produtora em 2022 ter uma orientação internacional, ter uma perspetiva de mundo (...) que está cada vez mais conectado e internacionalizado, é muito importante ter esse horizonte aberto” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). Joana Domingues concorda com Luís ao referir que “não se deve montar uma empresa apenas para o mercado nacional. Tem de se pensar que se está a comunicar para o mundo (...) os filmes podem e devem viajar” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022)

3. Conhecer e entender melhor o funcionamento dos apoios financeiros e festivais

Luís Campos refere na entrevista que para a geração mais jovem “é muito importante conhecer ou entender melhor o modelo de funcionamento do ICA, (...) as várias oportunidades de apoios a projetos de financiamento estatais e de fundações de organizações específicas e conhecer melhor o mercado” (Campos, entrevista pessoal 25 de julho, 2022), completa dizendo que “quanto mais capacitado estiver nesses aspetos, mais se saberá identificar aquilo que é possível fazer num território como o nosso” (Campos, entrevista pessoal 25 de julho, 2022).

4. Perceber o caminho que se quer seguir na constituição da produtora

Um ponto interessante referido principalmente pelo produtor da Kinéma, centra-se no objetivo do produtor ao criar a sua empresa. Este considera que existem dois caminhos a seguir: um dos caminhos é a realização de projetos de um ponto de vista mais técnico, em que o cliente apresenta a ideia e a produtora a produz, seguindo essa mesma ideia. O outro caminho é quando nesta mesma situação, se tem alguma coisa a acrescentar à história que se pretende contar. “Tu podes executar só uma ideia ou podes executar e pensar numa ideia, acrescentando valor” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022). Atualmente, com o fácil acesso a equipamento de vídeo e com um maior número de pessoas dentro e fora do meio a realizar o mesmo tipo de função gera mais concorrência, no entanto, é esta forma de pensar de Pedro Bravo que permite que certas produtoras se destaquem em relação a outras. Pedro Senna Nunes, na entrevista, refere também a importância deste ponto “(...) haver ideias, haver criatividade, vontade de inovação, vontade de fazer diferente, não perdendo de vista aquilo que já se faz bem. Trazer ao mundo essa tal diversidade e esse tal cunho pessoal, é fundamental” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022).

5. Ter um Kit básico de equipamento

Ter muito equipamento acaba por não ser um bom investimento uma vez que todos os anos saem modelos novos, principalmente de camaras, que têm valores muito elevados. No entanto, é importante ter algum equipamento para se poder realizar alguns projetos mais pequenos, sem necessidade de alugar. “(...) Para quem está a começar, é bom ter um Kit básico que permita ir fazendo um vídeo, videoclipe da banda dos amigos, pequenos vídeos institucionais, (...)” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022).

Passos gerais para a constituição de qualquer empresa:

1. Ter um contabilista

Ao longo das entrevistas todos os produtores mencionaram a elevada importância de ter um contabilista de confiança como refere António, para prestar apoio em todas as decisões, como aconselhamento financeiro, CAE adequado para a empresa, acesso a apoios estatais, eventuais dúvidas, etc. “O meu contabilista está connosco desde o início. Era alguém que os meus sócios já conheciam e que, efetivamente, teve a paciência para aceitar ter reuniões comigo cada vez que eu tinha alguma dúvida” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

2. Consultar um bom advogado

Segundo Joana Domingues ter um advogado na empresa não é uma necessidade, mas o mesmo deve ser consultado para questões legais. Pedro Senna Nunes, António Ferreira e Martin Dale tiveram, na criação das suas empresas entre 1992 e 2000, um advogado, no entanto, atualmente não é uma obrigação, mas sim um conselho.

3. Ter consciência dos gastos

A produtora da Caracol Studios aconselha a estar-se consciencializado de todos os gastos que criar uma produtora acarreta, ou seja, assim como refere Filipe Araújo, os custos fixos, nomeadamente, contabilidade, Segurança Social, IRC (Imposto sobre o rendimento de pessoas coletivas), *softwares* que a empresa adquire, entre outros. Araújo considera que cada vez mais “se deverá limitar ao máximo os gastos fixos da estrutura de uma empresa porque isso nos dá depois muito mais flexibilidade” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). Com isto, Joana Domingues refere outro aspeto que se aborda no ponto seguinte:

4. Fazer um micro orçamento para a empresa

Dentro do valor que uma produtora tem para avançar com projetos e para obter lucro, é necessário, segundo Joana, ter um orçamento para gastos da própria empresa. Perceber se dentro do que a empresa lucra, há margem para manter lucro e suportar as despesas fixas da produtora;

5. Ter um capital de risco inicial

Este ponto mencionado pelo Pedro Sena Nunes, tem em consideração a segurança da empresa nos seus primeiros tempos de existência, de modo a garantir que a mesma se mantém perante eventuais imprevistos.

6. Ter um plano de negócios

Ter um plano de negócios significa fazer um planeamento do que se pretende para a produtora, nos 5 anos seguintes, como referem Joana Domingues, Pedro Sena Nunes e Cláudia Oliveira.

Joana considera que esta foi uma das suas melhores estratégias, justificando que,

O abrir a empresa e fazermos um plano de negócios levou-nos a perceber que com estrutura, tendo uma ideia definida do que queremos fazer, não dando passos maiores do que a nossa perna, não tentamos fazer coisas para as quais não estávamos vocacionados (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022)

Elaborar este plano permite que os primeiros anos de empresa estejam assegurados, tanto a nível financeiro como a nível de projetos a realizar.

Este plano tem de ser pensado tendo em vista o portefólio da empresa que futuramente será necessário no caso de surgirem mais oportunidade de trabalho. “A empresa tem que ter um portefólio, que através desse vão nascer aqueles convites menos óbvios” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022).

7. Ter capacidade e vontade de trabalho

Mafalda Rebelo e Joana Domingues referem este ponto como sendo essencial para a criação de uma produtora. “Acho que acima de tudo é vontade de fazer e capacidade de trabalho” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022). Esta vontade e capacidade para Joana reflete-se em “lidar

com problemas e arranjar soluções” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Considera que ao abrir qualquer empresa vão existir momentos de calma e de tempestade e é preciso ter capacidade para se seguir com o compromisso. “Existem momentos em que as coisas vão todas abaixo e tens de ter energia para continuar em frente porque tens a empresa. Dizendo de uma forma prática, é preciso ter noção” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

8. Fazer um plano de trabalho

Este ponto encontra-se, de certa forma, dentro da realização de um plano de negócios, uma vez que a realização do mesmo implica saber-se o objetivo e a motivação, no entanto, este foca-se na motivação da produtora, ou seja, nos universos em que se pretende trabalhar na mesma: vídeos institucionais, televisão, publicidade, apenas para aceder a concursos públicos, entre outros. “Antes de mais, acho que é importante perceber qual é que é a motivação. (...) Cada um dos universos são muito diferentes” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022).

A aplicação conjunta destes 13 pontos permite um maior sucesso em se manter uma produtora audiovisual.

5.1. As dificuldades dos produtores no processo de constituição da sua produtora

Com o objetivo de preparar futuros produtores para esta fase inicial da sua carreira, ainda no mesmo contexto, foi questionado aos produtores quais foram as suas maiores dificuldades neste processo.

A dificuldade mais referida pelos entrevistados foi, de facto, os custos na constituição de uma produtora, principalmente nos primeiros anos. No entanto, não se trata apenas de manter a produtora, assim como disseram António Ferreira, Pedro Sena Nunes e Luís Campos, é necessário também haver lucro. “Nos tempos que me ocorrem, a minha preocupação (...) é que abrir uma produtora tem custos, mensais e anuais a todos os níveis, mesmo não havendo um espaço físico” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022), António completa afirmando que “a partir do momento em que tem custos fixos, tem de começar a faturar de qualquer maneira” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022). Nas palavras de Pedro Sena Nunes “tem de haver um balanço entre o investimento, a despesa e o lucro dos projetos feitos, é um exercício que tem de ter uma boa gestão” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). Luís, produtor da Matiné, considera que em Portugal ter lucro para manter uma produtora é um desafio, no entanto, refere-se especificamente ao cinema e não tanto ao audiovisual,

uma vez que “tem quotas nacionais de mercado muito baixas” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). Luís Campos, Mafalda Rebelo e Joana Domingues, concordam que Portugal é um país pequeno e com muito pouca adesão dos portugueses ao cinema português. “Portugal é ínfimo, é pequeníssimo e não tem escala para valer a pena ser-se produtor” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022), “e o número de pessoas para quem se está a produzir conteúdo é muito pequeno” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Parte da estratégia da Joana, no início da sua produtora, assim como foi referido no ponto anterior, foi pensar nos projetos com perspetiva nacional e internacional, “este é um dos grandes desafios, tem de se pensar naquilo que é o público-alvo (...) e perceber como é que se vai alcançá-lo, com um estigma geral que é o cinema português” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Outro ponto referido pelos entrevistados, prende-se com as poucas fontes de financiamento público no país. Cláudia Oliveira vive, atualmente, esta dificuldade afirmando que “está a ser extremamente difícil obtermos financiamento” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022). “O mercado é pequeno, as fontes de financiamento também, e a determinada altura acabamos por estar todos a bater às mesmas portas (...) não existe diversidade de fontes de financiamento” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Martin Dale e Pedro Magano, produtores do norte de Portugal, têm uma perspetiva ainda mais negativa relativamente a este aspeto,

Tudo fora de Lisboa, seguido pelo Porto, a margem de manobra é diferente (...) cada investimento que se faz tem de se ter em mente como é que se vai rentabilizar (...) havendo menos procura, é mais difícil ter massa crítica. (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022)

Pedro, produtor da Pixbie, já inclui o Porto neste aspecto relativamente às dificuldades, uma vez que é nesta cidade onde a produtora se fixa. “Os impostos são muito altos no nosso país, o nosso lucro é tributado entre 30% a 40%, depois, não há mercado, só em Lisboa, aqui no Porto não há mercado, não existem marcas” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022).

Pedro Bravo, produtor da Kinéma, refere um aspeto quanto ao destaque da empresa e, como é difícil atingir esse destaque, para gerar a sustentabilidade. O facto de Pedro ser ainda muito jovem na criação da produtora trouxe mais dificuldades.

Provavelmente uma pessoa que começou uma produtora 10 anos depois de mim já chega com uma experiência e sabedoria diferente, tendo um ponto de vista também diferente. Eu sentia que era muito novo (...) não tinha experiência em tudo aquilo que precisava de ter. (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

O destaque perante as produtoras que vão existindo foi também umas das maiores dificuldades de Pedro, questionando-se sobre vários aspetos,

Tenho pouco dinheiro e quero provar que consigo fazer a melhor coisa do mundo. Como é que vou fazer uma coisa incrível com pouco dinheiro? Como é que eu posso brilhar? Onde é que eu vou alocar dinheiro para conseguir fazer uma coisa que encha o olho? (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

A internet dificultou neste aspeto. O número de pessoas a produzir o mesmo conteúdo gerou uma maior concorrência que exigiu um maior destaque,

Como é que eu vou fazer algo para que o máximo de pessoas veja (...) e reparem que eu existo? Todo esse processo eu acho que é muito complicado, principalmente no início, porque não tens equipamento nenhum e é super caro para alugar. (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

Pedro usou uma expressão para explicar o que se faz nesses momentos: “fazer omeletes sem ovos” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022) e refere que “só prova que o importante são as ideias” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022), isto é, que com as ideias, aquilo que defende ser o foco para uma produtora bem-sucedida, é possível ter-se bom conteúdo mesmo com pouco orçamento, menos condições, menos tempo e menos equipamento de qualidade.

Outro aspeto mencionado por Pedro Bravo tem a ver com o seguinte:

Quanto é que tu vales? É que o teu trabalho não é mensurável, no sentido em que – quando é que a minha criatividade custa? E porque é que eu cobro mais x ou y que outra pessoa que esteja a fazer exatamente o mesmo que eu? (...) Esse processo de precificação é uma coisa complicada e está relacionada com o teu valor. (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

Na sequência deste tema, onde é possível ter noção das dificuldades que estão adjacentes à constituição de uma produtora audiovisual em Portugal, foi também questionado se os próprios mudariam algum passo no seu percurso.

O objetivo desta questão centra-se em dar a perceber/ conhecer os passos que não deram certo no caminho percorrido pelos produtores, evitando que estes sejam novamente cometidos. No entanto, o produtor Martin Dale considera que “não vale a pena pensar muito nestas questões, porque existem sempre erros que cometemos e isso faz parte” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). Posteriormente, Filipe Araújo concordou, referindo que “as aprendizagens e as circunstâncias também foram importantes” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). Com isto, foi possível compreender também com o produtor Pedro Sena Nunes e com a produtora Mafalda Rebelo que, de facto, apesar da questão ser interessante e evitar que os mesmos erros se voltem a cometer por novos produtores, é também necessário errar, uma vez que permite conhecer melhor os caminhos pelos quais não se deve seguir.

É preciso errar um pouco, é preciso apalpar terreno para não voltarmos a repetir erros. Acho que o meu percurso foi muito fruto das suas circunstâncias (...) no início não teria a maturidade nem o conhecimento para pensar na produtora tal como está agora, mas também se tivesse essa maturidade, (...) seria mais temerário e, portanto, também não assumiria certos riscos que depois até trouxeram benefícios. (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022)

Grande parte dos entrevistados concorda com esta posição, referindo que não mudariam nada no seu percurso por estas mesmas razões, ainda assim, produtores como António Ferreira, Joana Domingues, Cláudia Oliveira, Luís Campo, Martin Dale, Pedro Bravo, Pedro Magano e Pedro Sena Nunes, mencionam alguns pontos que teriam feito de uma forma diferente:

- António Ferreira teria tido mais atenção aos CAEs da empresa, uma vez que teve de passar por um novo processo de registo de empresa quando, para distribuir um filme, percebeu que não tinha o CAE destinado a essa ação;
- Joana Domingues ter-se-ia tornado mais ativa no que diz respeito à forma como o governo português atua perante esta área. “Por outro lado, acho que se o tivesse feito, não teria um conhecimento mais aprofundado da área” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Além disso, teria dado um tempo maior entre a constituição da produtora e a produção de um filme, uma vez que o fez com um intervalo de apenas 4 meses “para produção, por mais tempo que tenhas, o tempo é sempre pouco” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

- Cláudia Oliveira tendo em consideração que a sua produtora tem apenas 2/3 anos, teria optado no início, por produzir trabalhos mais institucionais “abranger um mercado que é rentável de alguma forma” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022).
- Luís Campos, enquanto estudante, teria sido um pouco mais audacioso e ambicioso para mostrar as suas capacidades, uma vez que, considera que “na vida de um jovem adulto são onde estão reunidas as condições para permitir fazer, em termos coletivos e em termos de experimentação” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022), neste caso, se assim fosse poderia ter “estado a constituir melhor o meu currículo pessoal e profissional” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Outra questão teve a ver com o mau investimento de um prémio monetário num projeto que não gerou benefícios, referindo aqui a necessidade de se ter em atenção onde se investe e se ele vai gerar lucro.
- Martin Dale teria sido mais cauteloso relativamente aos seguros dos equipamentos que comprou, “acho que é muito importante quando fazemos um investimento, assegurar a questão de pensar sempre no que é que pode correr mal” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).
- Pedro Bravo não teria iniciado a produtora a trabalhar com pessoas próximas de si, isto é, os colegas do ensino secundário, uma vez que, por vezes, o trabalho pode acabar com amizades, como aconteceu na sua experiência. No entanto, tendo em conta que era jovem e sem verbas para contratar profissionais, as únicas pessoas que poderiam trabalhar consigo seriam estas pessoas.

5.2. Os primeiros tempos depois da constituição de uma produtora

Depois da constituição de uma empresa os meses seguintes são de fortalecimento, sustentabilidade e rentabilidade. De modo a perceber como é que este processo acontece foram feitas as seguintes questões: Quanto tempo demora e quais as dificuldades pelas quais se passam?

Mais uma vez, ao longo das entrevistas, foi possível perceber que o fortalecimento da uma empresa não se resume a meses, mas a anos. Naturalmente, nos primeiros meses estão ainda incluídos os processos burocráticos e, portanto, para responder a esta questão grande parte dos entrevistados referiu não poder falar nos primeiros meses mas sim nos primeiros 2/3 anos.

Avaliar por meses é mesmo muito difícil nesta atividade, são projetos longos (...). É muito difícil alguém conseguir organizar-se para criar uma empresa em Portugal e poucos meses depois já estar a ter essa sustentabilidade na área da atividade cinematográfica. (Campos, entrevista pessoa, 25 de julho, 2022)

Cláudia Oliveira é prova disso, uma vez que a sua produtora tem apenas 2 anos, afirmando “(...) que, verdadeiramente, a produtora só está a começar este ano [2022]” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022).

Aos restantes entrevistados esta questão foi realizada de uma forma mais abstrata, perguntando apenas “como é que foram os primeiros tempos da empresa?”. Desta forma, o entrevistado pôde responder consoante o que considerava suficiente.

Segundo Mafalda Rebelo os primeiros tempos são de criação da imagem da produtora bem como entender todo o seu funcionamento, desde modelos de orçamento, contratos financeiros, folhas de serviço, *workflow*, entre outros. Pedro Bravo justifica com a sua experiência,

eu na altura não tinha muito trabalho mas pensava em estruturar tudo ao máximo e pensar “como é que isto pode funcionar quando tiver mais trabalho?”, porque se não estiver bem estruturado quando não se tem trabalho, quando ele surge não se vai saber como organizar. Todos os processos têm de estar bem pensados. Tem de se conhecer os fornecedores, as casas de aluguer e os seus preços, os nossos concorrentes e os preços que praticam. (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

Pensar em todos estes pontos durante uma fase com menor volume de trabalho, trará uma maior segurança e um maior preparo no momento em que a produtora avançar com mais projetos. Joana Domingues, com a realização do seu plano de negócios, permitiu que nos anos seguintes tivesse mais projetos do que o planeado. “O nosso objetivo era ter feito 2 filmes nos primeiros 5 anos da empresa desde 2016 e, até 2021 filmamos 3 longas e (...) produzimos 2 séries” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Nestes primeiros tempos os clientes e, conseqüentemente, os projetos surgem muito do “passa a palavra” entre os próprios clientes. “Houve um conjunto de instituições em que fomos entrando e, com alguma regularidade, íamos tendo oportunidades de trabalho que correram bem. Fizem o chamado ‘passa a palavra’” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022).

De acordo com 9 dos 10 entrevistados, são tempos relativamente complicados, de algum trabalho de posicionamento da empresa, de alguma incerteza e de trabalho intenso, incluindo fins de semana de trabalho, assim como refere Pedro Magano na sua entrevista.

Contrariamente a estes 9 produtores, Pedro Sena Nunes, considera que o início da sua produtora foi fascinante. “Foram meses e anos incríveis de projetos nacionais e internacionais, de viagens, de procurar financiamento, de procurar novas propostas, novos projetos e parceiros” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022).

É possível verificar uma diferença marcante entre a perspetiva dos restantes produtores perante esta, no entanto, é necessário comparar os anos que integram as diferentes produtoras. Pedro Sena Nunes constituiu a sua empresa entre 1992 e 1993, pelo que, de acordo com o tempo necessário para responder à questão, os 3 anos seguintes serão até ao ano de 1995 e 1996. Ou seja, esta perspetiva é a de quem constitui a sua empresa numa época em que a concorrência era menor e que as empresas facilmente se destacavam. Se comparada esta perspetiva com a perspetiva da Cláudia Oliveira, percebe-se uma diferença abismal “(...) está a ser desafiante e muito frustrante” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022). Isto não significa que o destaque nos anos de criação da Meridional se deve apenas à menor concorrência, mas também ao plano de negócios organizado pelo produtor e pelos seus sócios, porque apesar de não existirem tantas produtoras como na atualidade, as que existiam eram boas.

5.2.1. De 1992 a 2020: As diferentes experiências dos produtores na constituição das suas produtoras

Tendo em consideração esta diferença de anos a seguir serão analisadas as diferenças entre o ano de criação das empresas e a atualidade no sentido de perceber o que mudou ao longo dos anos. Desta forma, responderam às perguntas as produtoras criadas há mais de 4 anos, ou seja, produtoras criadas antes do ano de 2018. Neste caso, apenas a produtora Cláudia Oliveira não respondeu à questão uma vez que a sua empresa foi constituída em 2020.

Entre os anos de 1992/93 e o ano de 2008 até à atualidade, as diferenças foram notórias no que diz respeito às burocracias da criação da empresa como já foi analisado anteriormente. Portanto, o processo atualmente está mais otimizado. “Acho que é mesmo essa questão burocrática (...) não havia a empresa na hora” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022).

De seguida, estas diferenças serão analisadas pelos anos em que as produtoras foram criadas.

De 1992/93 a 2000 incluindo as produtoras Meridional, Persona Non Grata Pictures e Formigueiro:

Pedro Sena Nunes com a constituição da empresa entre 1992/93 considera, naturalmente, que as diferenças são facilmente destacáveis, “nós estávamos a viver uma época em que o vídeo se começava a experienciar” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022), os seus primeiros filmes foram ainda gravados em película. Esta evolução para o vídeo e o atingir da alta definição do vídeo, segundo Martin Dale foi um fator de grande mudança,

Os custos de produção têm mudado radicalmente e também a forma como podemos gravar pela alta definição com as camaras que gravam em 4K e que são facilmente acessíveis. Eu já cheguei a fazer alguns trabalhos com a definição *standard*, e não tem nada a ver com o que conseguimos fazer agora. (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).

Com isto, Pedro Sena Nunes refere o seguinte, “no meu tempo, tive que ser muito mais disciplinado para conseguir fazer as coisas que queria fazer, nas condições que existiam, com a tecnologia que havia, sendo que esta tecnologia estava sempre associada ao progresso político e social” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022).

Além disso, assim como refere Martin Dale, “há sensivelmente 30 anos, de televisão pública só havia a SIC e a TVI” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). Martin, considera que atualmente existem mais oportunidade de trabalho e Pedro Sena Nunes considera que existem mais possibilidades, uma vez que “há muito mais necessidade de produção” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022).

Pedro Sena Nunes e António Ferreira referem a diferença relativamente ao número de pessoas que envolvia e que envolve atualmente uma equipa. “Nós íamos filmar e tínhamos de ter uma equipa sempre relativamente grande (...). Toda esta cadeia envolvia muita gente.” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022), na atualidade “cheguei ao limite de fazer um filme em que eu não estive literalmente com nenhum elemento. Trabalhamos com elementos em 5 continentes do mundo (...) e as coisas avançaram de forma espetacular” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). Ao longo do tempo António também começou a reduzir a sua equipa “largamos esse modelo e reduzimos a equipa para 2 pessoas” (Ferreira, entrevista pessoa, 15 de outubro, 2022).

De 2008 a 2010, incluindo a produtora Cimbalino Filmes, Pixbie e Kinéma:

Mafalda Rebelo refere que em 2008 quando criou a produtora “estavam a surgir as camaras HD e as *pens*” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022) e, além disso, as camaras tornaram-se muito mais democratizadas, permitindo que mais pessoas produzissem para plataformas como o Youtube. Considera também que os valores alteraram “antes pagava-se um videoclipe por 5000€ e depois o valor ficou em 1500€” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022). Aqui verifica-se uma certa desvalorização do setor. Desta forma, existe uma maior necessidade de mostrar ao cliente a mais-valia em se contratar uma equipa profissional com equipamento profissional. Pedro Bravo entra em concordância dizendo que “o vídeo se democratizou muito (...), muito mais pessoas tiveram acesso à tecnologia e começaram a produzir muitas coisas então houve um *boom* de produtoras e toda a gente fazia vídeos” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022).

Outra das grandes diferenças referida por Filipe Araújo, foi a existência de *streamers*, vieram mudar um pouco as regras do jogo, sobretudo, a nós que estávamos habituados a ter só a televisão convencional de 4 canais. Por um lado, a segmentação também veio ajudar a diversificar (...). Os *streamers* são grande fator de mudança. (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022)

Além destas plataformas surgiram também as redes sociais e, o que antes iria apenas para a televisão ou para a internet, hoje viaja por todas as plataformas das mais variadas formas. Pedro Bravo reflete sobre o tema,

vou fazer uma campanha para a televisão, mas também tem de funcionar nas diferentes redes sociais (...). A forma como se filma é completamente diferente, tem de se estar a pensar em 5 ou 6 formatos diferentes ao mesmo tempo (...). Antigamente não havia essa multiplicação de uma coisa em específico (...). Uma coisa que funciona em televisão não necessariamente funciona no *Instagram*, o público não é o mesmo. A forma como se fazem as coisas é mais difícil, tem de se pensar nisto tudo. (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022)

Outra diferença que Pedro Bravo notou há relativamente 3 anos, foi a internacionalização dos projetos. “(...) De repente vi o mundo a abrir-se com a possibilidade de estares em Portugal, mas poder trabalhar para o mundo. A Netflix, a Disney Plus, a HBO, de repente possibilitaram isto” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022). Na época em que criou a produtora se pretendesse que os seus projetos viajassem teria de viajar também. Atualmente “tens a possibilidade incrível de continuar cá e ter produções da Netflix” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022).

De 2014 a 2016, que inclui a produtora Matiné e a Caracol Studios:

Luís Campos considera que o audiovisual começou a ter uma expressão muito mais significativa “este fascínio e esta procura de séries não era tão evidente o que estimula o funcionamento do setor” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022).

Compreende também que existem mais fundos de apoio público. “Diria que a situação é mais estável hoje em termos de confiar nas instituições públicas, no sistema político, que nos permite exercer a nossa atividade com um pouco mais de perspetiva” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022). Relativamente a este ponto Joana Domingues refere que a principal diferença que percebe é que “com a criação do Tax Refund e do Pic Portugal, existiu uma agitação muito grande na indústria aumentando o número de projetos” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Em concordância com Pedro Bravo e Mafalda Rebelo, sente que existe um pouco mais de abertura e vontade de fazer.

Esta categoria de análise permitiu conhecer todos os passos dados pelos entrevistados, de modo a compreender o funcionamento de uma produtora aquando da sua constituição.

De seguida, será analisada a categoria “Perceções sobre a área do Audiovisual em Portugal”.

6. Perceções sobre a área do audiovisual em Portugal

Neste ponto pretende-se explorar as opiniões dos produtores relativamente à área do Audiovisual em Portugal.

Um ponto de análise interessante é a dicotomia região norte de Portugal e Lisboa que foi sucintamente abordado no ponto anterior. Pedro Magano focou parte da sua entrevista nesta questão. O produtor menciona a dificuldade que é manter produtoras no norte de Portugal, para gerar alguma dinamização e massa crítica. Apesar de grande parte da economia ser gerada no norte de Portugal o investimento em comunicação é feito na capital, obrigando os produtores a migrarem. Além disso, todos os produtores do norte do país, com trabalhos e clientes em Lisboa têm, obrigatoriamente, de se deslocar porque é na capital que se encontram a maioria das marcas, sede de empresas, serviços públicos, bem como entidades que podem colaborar com as produtoras. Uma simples conversa num estabelecimento público, como o próprio referiu, com pessoas influentes, pode gerar novas oportunidades.

Dentro desta categoria de análise foi realizada uma comparação da indústria audiovisual entre Portugal e países nos quais os entrevistados tivessem conhecimentos relativamente ao mercado (ex: EUA, Brasil, França, Inglaterra, etc.). Segundo os entrevistados existem três grandes diferenças entre estes países: Os orçamentos disponíveis, as fontes de financiamento e a escala do país (Figura 27).

A diferença mais destacada prende-se com os baixos orçamentos, tanto ao nível do cinema como do audiovisual. Este é um dos motivos pelo qual grande parte dos produtores consideraram não existir uma indústria do audiovisual em Portugal, ponto que será analisado posteriormente.

A partir da análise das entrevistas é possível perceber que existe uma concordância relativamente ao facto de Portugal ser dos países com orçamentos mais baixos para a área do audiovisual. Assim como diz Joana Domingues na sua entrevista, “se calhar, o orçamento que aqui dá para fazer um filme inteiro, lá [nos EUA] faz os primeiros 5 minutos (...) acho que é o que afasta a produção portuguesa da produção internacional” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Esta questão pode ser justificada pela dimensão do próprio país, isto é, um país maior tem orçamentos mais altos, enquanto um país menor tem orçamentos mais baixos.

Este ponto justifica também a falta de promoção e de visibilidade que um projeto tem em Portugal. Os baixos orçamentos não permitem que haja margem para a promoção do trabalho realizado, muitas vezes, como referiu Mafalda Rebelo, o dinheiro que seria dedicado à promoção é inevitavelmente gasto nos últimos dias de gravação.

Além dos baixos orçamentos existem também poucas fontes de financiamento. Enquanto em Portugal existe o ICA e a RTP, em Espanha, segundo Filipe Araújo, “cada região tem fundos próprios para apoiar projetos ali filmados ou projetos de autores da região. Há lógicas de incentivos fiscais muito mais interessantes” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). Desta mesma forma, no Brasil, dada a experiência de António Ferreira, também existem variados apoios financeiros que se fixam nos diferentes estados do país, além de haver apoio do governo estadual e das prefeituras, as grandes empresas também participam ativamente neste sentido, “eles podem investir diretamente num projeto cultural, portanto, se investirem 2 milhões num filme, são 2 milhões que não têm que entregar ao estado, porque se vão associar a um projeto” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022). Segundo Luís Campos, nos EUA, este tipo de estratégia por parte das empresas é muito comum e, ainda assim, são indústrias muito distintas. Segundo o próprio, nos EUA, “não existem apoios públicos (...) não existem institutos públicos de cinema como existe pela Europa fora (...), existem muitas

empresas e muitos investidores e empreendedores, que olham para o cinema como um meio de rentabilizar a sua atividade” (Campos, entrevista pessoa, 25 de julho, 2022).

Segundo Luís Campos nos EUA é uma certeza “quase” que garantida um filme ter lucro de bilheteira. Em Portugal, dada a descrença no cinema português, como já referido por Joana Domingues e Pedro Bravo, não permite que este tipo de apoio seja viabilizado. Joana Domingues refere:

O financiamento de um filme que aqui é capaz de demorar um ano, lá [nos EUA] é feito em meses, porque o processo já está muito otimizado. Existe diversificação de fontes de financiamento e eu acho que não é tanto uma questão de qualidade. (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022)

Esta descrença pelo cinema português na perspetiva de Pedro Sena Nunes é um fator crucial para justificar grande parte dos problemas do audiovisual e do cinema em Portugal. Esta relação dos portugueses com o próprio idioma traduz-se, segundo o produtor da Meridional, na tardia implementação de um plano nacional de cinema que não proporcionou uma relação entre as pessoas e o cinema que é produzido no país. Para exemplificar, este produtor falou no caso de França,

que tem um plano nacional de cinema há 60 anos e está implementado de raiz entre o ensino infantil até ao ensino superior (...). Seja o aluno de que área for o cinema está presente transversalmente e isso transforma muito a formação de base de um espectador que tem o apelo e a vontade de ver o seu próprio cinema. (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022)

Um fator que pode contribuir para distanciar os espectadores do cinema português tem a ver com o tipo de cinema produzido em Portugal, que é um cinema mais lento, de observação “da ordem da metáfora, da poesia” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022) e com pouco ritmo. Isto é facilmente justificável com os já mencionados baixos orçamentos que não permitem realizar filmes com mais ação. Desta forma, se o português não assiste aos filmes produzidos no seu próprio país, os estrangeiros também não o irão. Como refere Filipe Araújo,

Espanha apesar de não ser um país gigante (...) tem todos os territórios que falam espanhol a consumir o que produzem, o que é uma grande vantagem em relação a nós, que (...) não temos o Brasil a consumir o que nós produzimos, uma vez que um produto português tem de ser legendado para o Brasil. (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022)

António Ferreira não considera que este afastamento se baseie em questões de escala, uma vez que existem outros países com dimensões mais pequenas do que, por exemplo, os EUA, e que têm

uma quota nacional de mercado de 35% a 40%, como é o caso da Dinamarca, enquanto “a quota de mercado do cinema português anda nos 2%, 3%, o que é absolutamente vergonhoso” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022). De facto, esta quota, segundo a revista *Shifter*¹⁸ que se baseia nas informações do ICA, está nos 1,9%. Esta percentagem é um dos fatores que Luís Campos tem como grande diferença, comparando com o Reino Unido, França ou Itália, que têm quotas nacionais de mercado entre os 30% e os 40% ou como no caso da Turquia, onde esta quota atinge 60%, gerando “uma dinamização de mercado interno muito forte” (Campos, entrevista pessoal, 25 de julho, 2022).

Apesar de Portugal não produzir um cinema mais comercial pelos baixos orçamentos e, também porque, segundo Pedro Sena Nunes “o financiamento do estado prevê estatutos para que não sejam financiados projetos com uma carga mais dita comercial, ou seja, há aqui uma espécie de apoio do Estado àquilo que possa ser um trabalho mais autoral” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022), os EUA, por outro lado, segundo Luís Campos, não produz um cinema mais autoral e mais experimental “porque o mercado não olha para a criação só nesse prisma da criação artística, mas sim como questão de rentabilidade” (Campos, entrevista pessoa, 25 de julho, 2022).

O lucro que os filmes produzidos nos EUA têm aquando do lançamento, permite assegurar as produtoras durante vários anos, havendo um certo tempo de qualidade para pensar nos vários projetos. Já em Portugal, o lucro nunca é suficiente para garantir sustentabilidade às empresas, sendo sempre necessário trabalhar em mais de um projeto em simultâneo, assegurando o volume de negócios com outros trabalhos. Mafalda Rebelo refere que,

É que mesmo um projeto muito bem-sucedido para a escala de Portugal não paga um ano às pessoas (...) e isso significa que as pessoas não estão contentes. Mesmo que tu tenhas um projeto incrível, as pessoas não estão só exclusivamente a pensar naquele projeto (...), porque não paga as contas o suficiente, para poder ser assim. (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022)

Pelo facto das produtoras portuguesas serem obrigadas a realizar projetos em simultâneo, obriga a um maior sacrifício. Sobre os EUA, Joana Domingues refere,

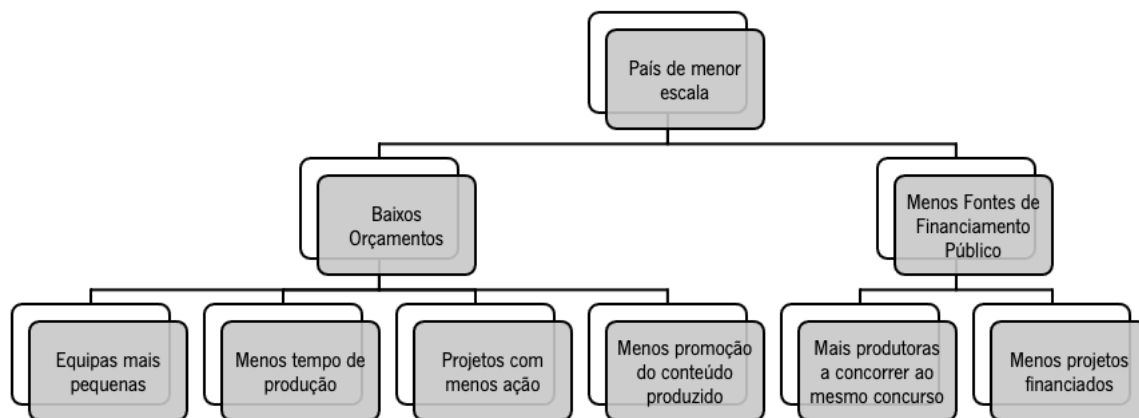
os caminhos são muito mais limpos, aqui (em Portugal) quando tens de seguir o caminho B já sabes que vais sair de lá a precisar de um *kit* de primeiros socorros e de um balão de oxigénio (...). Os filmes

¹⁸ <https://shifter.pt/2019/03/cinema-portugues-estatisticas-ica/>

acabam por ser concretizados, mas podiam ser feitos com muito mais dignidade e com muitos mais meios. (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022)

Joana Domingues refere também a capacidade das produtoras nos EUA garantirem a mesma equipa nos variados projetos. “Tu aqui não consegues manter uma equipa fixa. É impossível!” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022), isto porque a maioria dos elementos da equipa trabalham num registo de *freelancer* e precisam de garantir a sua sustentabilidade através da participação em vários projetos. Já nos EUA, a norma é as equipas serem fixas, criando “dinâmicas de trabalho muito mais fluídas” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Figura 27: Orçamentos e financiamentos em países de menor escala (como Portugal)
(elaboração própria a partir dos dados recolhidos nas entrevistas)



Além disto, as equipas são também maiores. Pedro Bravo dá o exemplo em que um projeto que englobe 40 pessoas no Brasil, significa 10 pessoas em Portugal, dando o seguinte exemplo: “por eles terem maior escala, têm mais orçamento e têm de justificar ao cliente em que é se está a gastar esse dinheiro. Ou seja, também não podiam aparecer apenas as 10 que nós teríamos” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022). Com isto, Pedro considera que o problema principal é a escala do país.

Outro ponto mencionado por Joana Domingues e Cláudia Oliveira é a “positividade” com que se vive a indústria audiovisual num país de grande escala. Segundo as produtoras, esta “positividade” deve-se, sobretudo, às oportunidades que os produtores têm, dado os altos orçamentos e apoios. “Nos EUA, (...) crias uma produtora, não funcionou e voltas a abrir outro negócio ou uma outra proposta” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022), aqui, segundo Cláudia Oliveira, se uma situação

destas acontece, em vez de se avançar, as pessoas ficam a tentar salvar o que acabou por não dar certo, porque avançar para outros projetos de vida também tem o seu custo, “lá tu és visto com alguém que tenta e continuas a tentar” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022).

Esta comparação gerou uma discussão que continuou na última questão da entrevista, relativamente à opinião dos entrevistados sobre indústria do audiovisual em Portugal.

Ao realizar esta questão, como referido anteriormente, alguns dos entrevistados intervieram no sentido de não concordarem com o facto de Portugal ter uma indústria audiovisual. Desta forma, considerei um tema interessante para acrescentar a este estudo uma vez que justifica alguns dos problemas apresentados pelos produtores.

Pedro Sena Nunes começa por dizer que existem pessoas que “defendem a indústria num sentido literal e outras que acham que o país não tem escala sequer para se falar em indústria” (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022). A primeira entrevista realizada que deu origem a esta discussão foi com a produtora Mafalda Rebelo que está dentro do grupo de produtores que considera que o país não tem escala para ser considerado indústria: “do ponto de vista de máquina a funcionar, as pessoas não conseguem viver do dinheiro dos filmes que fazem, porque não há público suficiente” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022). Pedro Bravo concorda com a afirmação da produtora da Cimbalino Filmes dizendo que poderá chamar-se de “área de negócio” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de setembro, 2022). Apesar de também considerar não se poder falar em indústria, Filipe Araújo considera que possa existir mas no que diz respeito à produção de novelas, uma vez que “é significativa em termos de gerar receita” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022) e gerar trabalho.

Esta opinião geral de que Portugal não apresenta uma indústria audiovisual ou que “é muito pequena” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022) tem, de facto, várias justificações.

Uma delas é a “grande dependência dos apoios públicos” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022) que são poucos, como já referido. Além do mais, existe uma certa instabilidade, “as entradas de dinheiro não entram no momento certo” (Dale, entrevista pessoal, 14 de julho, 2022). António Ferreira refere que “o ICA apoia 12 a 14 filmes por ano” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022), e que “cada produtor (...) não faz mais do que 1 ou 2 filmes por ano” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022).

Outro ponto bastante relevante referido por António Ferreira é que “os fundos são os mesmos há quase 30 anos” (Ferreira, entrevista pessoal, 15 de outubro, 2022), ou seja, desde a época em que o produtor constituiu a PNGPictures, em 1999, os fundos de financiamento não foram alterados e desde então, houve uma grande variação de valores no mercado, desde equipamento à equipa técnica.

Filipe Araújo refere a introdução “tímida” de quotas de *streamers* em Portugal. Considera que poderia fazer muita diferença relativamente à “abertura à coprodução e aos protocolos bilaterais” (Araújo, entrevista pessoal, 20 de outubro, 2022). Neste sentido, Joana Domingues considera não existir uma estratégia de distribuição em Portugal, sendo que a produção e a distribuição, na sua conceção, deveriam “andar de mãos dadas” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022), uma vez que permitiria que os filmes atingissem mais facilmente o seu público-alvo e “muitas vezes ficam pelo caminho” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022), o que na sua opinião é frustrante para qualquer produtor.

Como já foi referido anteriormente, na perspetiva de Pedro Senna Nunes, a descrença no cinema português é uma das justificações e poderia ter sido evitada se nas escolas portuguesas o plano nacional de cinema não fosse tardiamente implementado.

Até termos um dia, um verdadeiro tipo de público dedicado espontaneamente, com desejo de ver cinema português, a ir à sala e isso faturar e, então, ter retorno para que nem o Estado seja necessário (...), mas sim o próprio dinheiro que o empresário fez (...), tudo isso levará o seu tempo. (Nunes, entrevista pessoal, 25 de outubro, 2022)

Na opinião do produtor da Kinéma o cinema português deveria esforçar-se mais para ter mais qualidade, uma vez que considera que é apenas “Uma telenovela mais bem filmada” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022), o que faz com que não tenha o retorno necessário. De facto, aquilo que as pessoas estão habituadas a ver nas variadas telas são filmes de ação, *suspense*, terror ou comédia, que de certa forma colocam a produção portuguesa num nível inferior. Isto, na perspetiva de Pedro Bravo não significa que não se tenha consideração pelo cinema português que é mais introspetivo, no entanto, faz falta ao cinema português um pouco daquilo que estamos habituados a ver de outros países, o cinema mais comercial. Ainda assim, o produtor da Meridional não considera que este tipo de cinema esteja no “ADN” do cinema português.

Relativamente à área do audiovisual em Portugal, o produtor da Pixbie considera que neste momento já não há espaço para se constituírem novas produtoras e ser-se produtor, porque “aqueles

que estão estabelecidos, já estão estabelecidos” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022), ou seja, desconstruindo a sua ideia, aqueles que se tornem agora produtores terão uma maior dificuldade em posicionar-se e em destacar-se, uma vez que os clientes já têm o conhecimento das produtoras que sabem produzir o seu conteúdo não querendo arriscar em novas empresas.

Ainda assim, Pedro Bravo considera que esta área de negócio, como o próprio a intitula, tem estado a crescer. De todos os mercados considera que o da publicidade é o que está mais desenvolvido, até numa escala internacional, uma vez que produtoras de outros países fazem questão de vir para Portugal filmar porque “temos sol e somos baratos” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de setembro, 2022). Pedro Magano está de acordo com o produtor da Kinéma e considera que “não devemos nada aos outros países, somos muitos procurados em termos de técnicos para trabalhar lá fora” (Magano, entrevista pessoal, 12 de agosto, 2022).

Por fim, Joana Domingues considera que, desde 2016, ano da constituição da Caracol Studios, as coisas têm estado a mudar: “existem mais vozes diferentes, mais coisas a acontecer (...) mais técnicos a trabalhar, (...) atores a internacionalizar muito mais. Isso é bom para o próprio país também” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022). Mafalda acredita que isto é fruto das apostas da RTP nas séries nacionais. “Está a melhorar e está a dar trabalho a escritores para viverem disso” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022).

Na generalidade, dentro das questões que ainda estão por melhorar em Portugal, os produtores consideram que a relação do país com a área está a melhorar e que até lá os produtores são capazes de atingir um patamar superior, ainda que lentamente. Assim como refere Cláudia Oliveira, produtora da Madame Filmes, “fazemos coisas maravilhosas, com menos ferramentas” (Oliveira, entrevista pessoal, 22 de outubro, 2022).

7. Síntese

As diferentes perspetivas e experiências dos dez produtores portugueses permitiram dar a conhecer os caminhos para se constituir uma produtora, os processos burocráticos, as dificuldades e ainda conhecer a opinião dos mesmos relativamente à “indústria” audiovisual no país. Durante as entrevistas foram, naturalmente, surgindo outros assuntos que permitiram também conhecer a) os diferentes meios pelos quais se pode seguir para se tornar produtor e b) discutir sobre as diferentes

disciplinas que podem ser lecionadas nas escolas para se ser um produtor mais bem formado (financiamento, orçamentos, leis, direitos, entre outros).

A inteira honestidade e disponibilidade dos produtores para realizar a entrevista permitiu uma melhor avaliação quanto à relação dos mesmos com a sua produtora e com o cargo que ocupam. Através das suas respostas e dos seus comportamentos foi possível avaliar e perceber que entre os 10 produtores, 8 se encontram satisfeitos com o caminho que as suas produtoras tomaram. Portanto, pode considerar-se que as respostas são o reflexo do sucesso das suas empresas. Outros aspetos extremamente importantes e como referem Mafalda Rebelo, Joana Domingues e Pedro Bravo, é necessário ter-se “capacidade de trabalho” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022) “vontade de fazer diferente” (Bravo, entrevista pessoal, 21 de outubro, 2022) e em momentos de maior dificuldade “ter energia para continuar em frente” (Domingues, entrevista pessoal, 12 de julho, 2022).

Em contrapartida, os dois produtores (Pedro Magano e Cláudia Oliveira) com visões menos entusiastas, relativamente ao rumo das suas produtoras, permitiram perceber em que condições não criar uma produtora. a) Constituir uma empresa com o único intuito de organização financeira, resultará efetivamente nesse sentido, mas se não se tiver “vontade de fazer” (Rebelo, entrevista pessoal, 12 de setembro, 2022) e com isto ter a capacidade de resolver problemas, como mencionou Joana Domingues, poderá resultar numa total insatisfação, como no caso de Pedro Magano que considera ainda não ser tarde para fechar a sua empresa. b) Cláudia Oliveira constituiu a sua produtora também com um único intuito: produzir o seu filme. António Ferreira também constituiu a sua empresa nas mesmas condições, no entanto, ao contrário da produtora da Madame Filmes, encontra-se satisfeito com o rumo da mesma. As diferenças que existem entre um produtor e outro é que António, depois de constituir a empresa, viu futuro na mesma. Já Cláudia, sem qualquer perspetiva de futuro, acabou por seguir em frente até aos dias de hoje.

As entrevistas constituíram uma fonte essencial para este estudo, uma vez que permitiram visões e respostas diferenciadas, mas complementares que originaram pontos de vista, permitindo uma análise mais ampla e completa.

Conclusão e considerações finais

O estágio realizado na produtora Kinéma foi efetivamente importante tanto para o estudo realizado como para a minha vida pessoal e profissional. Além de permitir o contacto direto com uma empresa audiovisual em Portugal permitiu-me evoluir enquanto entusiasta pela produção audiovisual. Foi uma experiência curricular extremamente marcante, pois permitiu que depois de seis meses o mesmo fosse prolongado para estágio profissional de 9 meses, com fortes perspetivas de continuação.

Neste meio ano foi possível conhecer o modo de funcionamento da produtora durante todo o processo de produção (desde a pré-produção à pós-produção). Todas estas fases contaram com um fator muito importante: a organização, sendo esse um dos pontos que o produtor e diretor Pedro Bravo tem como essencial para o bom funcionamento dos projetos. O percurso de seis meses acompanhado pelo coordenador (Pedro Bravo) permitiu que tivesse acesso a todo o tipo de informação, para que fosse possível adquirir o máximo de conhecimento. Além de toda esta aprendizagem sobre como produzir um projeto (na Kinéma), foi possível ter uma maior noção de como gerir uma empresa, ainda que não tenha sido explorado na sua totalidade. No final da experiência é possível dizer-se que valeu muito a pena e que o objetivo de aprender foi cumprido.

A pesquisa realizada além de enquadrar todo o estudo elaborado, permitiu aprofundar o conhecimento relativamente ao tema em questão.

Foi possível conhecer a definição de audiovisual e perceber que a matriz da sua linguagem é o cinema (Ribeiro, 2008). Este desenvolveu-se ao longo das épocas e tornou-se “uma atividade artístico-industrial” (Michel & Avellar, 2011, p.37), originando a perda da sua essência repleta de “pureza” e de “liberdade criativa”, tornando-se “comercializável” e uma fonte de rendimento. Com o surgimento da televisão e do *home vídeo*, o cinema passou a ter concorrentes, dado o conteúdo transmitido nestas plataformas e a forma como se podia visioná-lo. Mais tarde surge a internet, sendo um meio capaz de abranger todos os conteúdos produzidos por outros, modificando os padrões de exibição (Nunes, 2015). A partir daqui a internet através da web e das suas plataformas passou a ser uma ferramenta para a criação de narrativas transmidiáticas, permitindo que uma única obra audiovisual se pudesse espalhar de diferentes formas. Sendo este fenómeno uma consequência da cultura da convergência que origina um “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de media” (Jenkins, 2006, p.2).

Foi possível também obter um maior conhecimento sobre o trabalho desempenhado pelo produtor, sendo este o membro de uma equipa audiovisual capaz de adquirir todos os meios para a

produção de um conteúdo. O produtor “combina competências, talentos, ideias, tecnologias e capital” (Selonk, 2007, p. 34). As funções desempenhadas pelo mesmo depende da dimensão da indústria audiovisual do país em que pratica a atividade.

O surgimento do cinema em Portugal foi também um dos pontos abordados. Este surge através das primeiras exhibições de filmes por Edwin Rousby. Durante os primeiros anos foram surgindo várias obras conhecidas atualmente, sendo que o paradigma do cinema em Portugal se altera em 1933 com o surgimento do Estado Novo. Dentro deste regime nasce a RTP, o primeiro canal televisivo que refletia “todas as apreensões de uma estrutura dominante cética e desconfiada” (Sousa & Santos, 2003, p.2). Depois da revolução de abril, os meios de comunicação foram afastados de intenções políticas e opressoras (Sousa & Santos, 2003). Em 1992 e 1993 surgem mais duas estações televisivas, a SIC e a TVI.

Por fim, com o objetivo de entender algumas questões abordadas no estudo, foi feita uma abordagem ao estado atual da produção e da “indústria” audiovisual em Portugal, sendo que o centro desta produção está situado em Lisboa (APIT, 2016). Em Portugal existem apenas dois meios de financiamento público, sendo eles o ICA e a RTP, sendo este um dos fatores que condiciona a produção de conteúdos audiovisuais e que conduz a uma perspectiva, por parte dos produtores portugueses de que Portugal não constitui uma indústria audiovisual.

O estágio suscitou a questão de investigação do presente trabalho - “Quais são os processos inerentes à criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo em consideração o desempenho do cargo de produtor/a?” - que foi respondida através da técnica de recolha de dados escolhida para este estudo: a entrevista.

De 215 produtoras apresentadas no *site* Cineguia ou de 2100 apresentadas no *site* SICAE, 10 fizeram parte deste estudo e, apesar de ser um número relativamente baixo, foi possível retirar conclusões para o estudo proposto, sendo elas:

1. A existência de diferentes caminhos para se atingir o cargo de produtor

Há quem tenha essa ambição desde a sua juventude; quem inicie o processo ainda na escola; quem descubra o interesse depois da necessidade se tornar produtor; quem venha de percursos académicos fora da área do audiovisual. Todos estes caminhos se podem considerar válidos para se atingir este

cargo. Apenas os produtores Magano e Oliveira, com especial destaque no primeiro, têm dúvidas relativamente ao cargo que assumem.

2. Como é que se cria uma produtora

O processo de se criar uma produtora é exatamente igual ao processo de se criar qualquer empresa. Através do serviço “Empresas na Hora” torna-se possível a criação das mesmas através da internet.

3. Segundo este estudo, para abrir uma produtora, de um modo geral, é necessário ter em consideração 13 pontos:

- Ter um contabilista;
- Consultar um bom advogado;
- Ter consciência dos gastos;
- Fazer um micro orçamento;
- Ter um capital de risco inicial;
- Ter um plano de negócios;
- Assegurar um volume de negócios;
- Ter uma perspetiva internacional;
- Conhecer e entender melhor o funcionamento dos apoios financeiros e festivais;
- Ter capacidade e vontade de trabalho;
- Perceber o caminho que se quer seguir na constituição da produtora;
- Fazer um plano de trabalho;
- Ter um kit básico de equipamento

Os pontos mencionados acima e segundo o estudo realizado, contribuem para a constituição da produtora de uma forma muito mais cautelosa. Cinco destes pontos são específicos para a constituição de uma produtora (assegurar o volume de negócios; ter uma perspetiva internacional; conhecer e entender melhor o funcionamento dos apoios financeiros e festivais; perceber o caminho que se quer seguir na constituição da produtora; ter um kit básico de equipamento). Os outros oito pontos referem-se à constituição de qualquer empresa. Desta forma são asseguradas todas as condições para ter sucesso no percurso. Neste ponto gostaria de destacar os seguintes, uma vez que foram tidos como extremamente importantes pelos entrevistados: a contratação de um contabilista; a

realização um plano de negócios; a elaboração de um plano de trabalho; e a capacidade e vontade de trabalho.

4. Passar por certas dificuldades permite o crescimento do produtor e da produtora

As questões realizadas nas entrevistas - “Quais as maiores dificuldades para se criar uma produtora em Portugal?” e “Atualmente, o que é que teria feito de diferente?” - tiveram como objetivo perceber como ultrapassar eventuais dificuldades. No entanto, foi possível concluir que passar por certos desafios permite ao produtor evolução e aprendizagem, para que possa antecipar situações futuras.

5. A maior dificuldade não está na constituição da empresa, mas sim em mantê-la no mercado

Ao dirigir a questão “Quais as maiores dificuldades para se criar uma produtora em Portugal?” grande parte dos entrevistados referiram que manter a produtora é a maior dificuldade por ser necessário garantir todos os pontos mencionados no ponto número 3.

6. Na perspetiva dos dez produtores portugueses entrevistados Portugal não tem uma indústria audiovisual

Para se considerar que Portugal tem uma indústria audiovisual esta deveria gerar lucro que, consequentemente, permitisse a sua sustentabilidade, não sendo este o caso da realidade nacional. Um único projeto, como refere Mafalda Rebelo, não paga um ano aos colaboradores. Para que isto seja possível é necessário realizar vários projetos ao ano. Dentro desta área do audiovisual, como Pedro Bravo intitula, o tipo de conteúdo em que se pode considerar haver indústria é a produção de telenovelas, uma vez que gera receita e permite a movimentação do mercado na contratação de técnicos e atores.

7. A área do audiovisual tem vindo a evoluir, quer a nível tecnológico quer a nível de alcance de uma indústria em Portugal

É clara a evolução que se sente ao longo dos anos a nível tecnológico que permitem exibições em alta resolução. Apesar de haver esta opinião geral de que Portugal não apresenta uma indústria audiovisual os entrevistados consideram que tem vindo a existir uma evolução, dado o maior interesse manifestado pelos espectadores e pelos profissionais envolvidos na área.

8. Existem diferentes perspetivas relativamente à produção audiovisual no Norte de Portugal e em Lisboa

Segundo a APIT é Lisboa o centro da produção audiovisual. Desta forma, acabam por existir diferenças no funcionamento desta área entre a capital e o norte de Portugal. Segundo Martin Dale, em Lisboa existem mais empresas e maior procura, já no Norte de Portugal existem menos empresas e menor procura, sendo que esta menor procura se reflete numa menor concorrência entre produtoras.

As perspetivas dos produtores do Norte são mais desanimadoras quando comparadas com as dos produtores da capital. Ainda assim, estas devem-se à forma como os produtores imergem na área do audiovisual, sendo que se for com vontade e capacidade de trabalho, utilizando as palavras de Mafalda Rebelo, a perspetiva pode ser efetivamente diferente.

9. A escala de um país influencia no funcionamento da área audiovisual

O que difere negativamente Portugal de outros países como EUA, Brasil, Inglaterra e Espanha é a escala do mesmo (cidades mais pequenas, falta de apoio local) que segundo os entrevistados é a grande justificação para os baixos orçamentos. Em Portugal o tipo de conteúdo que é produzido e apoiado pelo Estado é mais experimental e de contemplação que, conseqüentemente, atrai menos público. Isto acontece, segundo Pedro Sena Nunes, devido à tardia implementação de um plano nacional de cinema nas escolas portuguesas, que não impulsionou o espectador a querer assistir às obras nacionais. Além disto, os baixos orçamentos traduzem-se nas diferenças que existem entre as equipas técnicas nestes países. Em Portugal não há capacidade/ orçamento para se fixarem equipas técnicas, sendo que muitos destes profissionais praticam a atividade no registo de *freelance*.

De uma forma geral, este estudo leva-me a concluir que apesar de todos os constrangimentos, é possível ter sucesso na área do audiovisual em Portugal, principalmente numa altura em que as plataformas digitais nos permitem ter maior espaço e maior oferta. O fator “vontade” é a chave.

Referências

Abreu, K. C. K., & Silva, R. S. (2012). *História e Tecnologias da Televisão*. [Investigação, Universidade Federal de Santa Maria]. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. <http://bocc.ufp.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>

Bueno, T. (2011, novembro 14). Cultura da Convergência. *Revista de Estudos da Comunicação*, volume(12), 183-186. <https://doi.org/10.7213/rec.v12i28.22370>

Burnay, C. D. & Ribeiro, N. (2020). *Anuário do Setor de Produção Audiovisual em Portugal em 2020*. Associação de Produtores Independentes de Televisão. https://apitv.com/wp-content/uploads/2020/08/relatorioapit_2020_web.pdf

Campacci, C. (2014). *A História Dos Primeiros 120 Anos Do Cinema*. (1ª ed). Clube de Autores

Félix, I. F. (2018). *Os Produtores da RTP Multimédia: Modelos de Produção, Criação e Desenvolvimento de Conteúdos*. [Relatório de Estágio, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório do Politécnico de Lisboa. <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/9381>

Fernandes, D. P. (2010). *Diversidade Cultural e Concentração da Indústria Audiovisual no Eixo do Rio - São Paulo: Análise do Contexto e Implicações para o Desenvolvimento Cultural Brasileiro*. [Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro]. Repositório Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/18589/18589_1.PDF

Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de Pesquisa*. UFRGS

Jenkins, H. (2006). Cultura da Convergência.

Lyra, B. (2005, junho 26). Cinema e audiovisual: cinco anotações. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, volume(4), 1-13. <https://doi.org/10.30962/ec.49>

Mateus, A. (2016). *Estudo Estratégico sobre a Produção de Conteúdos Audiovisuais em Portugal (Sumário Executivo)* [Strategic Study on the Production of Audiovisual Content in Portugal (Executive Summary)]. Associação de Produtores Independentes de Televisão.

<https://apitv.com/wp-content/uploads/2020/04/APIT.pdf>

Medina, C. A. (1986). *Entrevista. O diálogo possível*. Ática S.A.

Michel, R. C., & Avellar, A. P. (2012, janeiro). A indústria cinematográfica brasileira: uma análise da dinâmica da produção e da concentração industrial. *Revista de Economia*, volume(38), 35-53.

<http://dx.doi.org/10.5380/re.v38i1.28285>

Nogueira, P. R. G. B. (2017). *O Audiovisual Português: um olhar alternativo*. [Relatório de Estágio, Universidade do Minho]. Repositório da Universidade do Minho

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/51248>

Nunes, A. H. (2015, 4 9). Audiovisual na Internet: Uma Outra História. *XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. pp. 1-12.

<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0755-1.pdf>

Oliveira De, L. C. F. (2019). *Os Incentivos à Produção Cinematográfica e Audiovisual em Portugal: Uma Análise Comparativa entre o Incentivo Fiscal à Produção Cinematográfica e o Incentivo à Produção Cinematográfica e Audiovisual através do Fundo de Apoio ao Turismo e ao Cinema*.

[Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório Universidade de Lisboa.

<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/20000/1/DM-LCFO-2018.pdf>

Patz, D. (2010). *Filme Production Management*. (2ª ed). Ventura Blvd

Penafria, M. (2013). Os Primeiros Anos do Cinema em Portuga. In R. F. Silva, J. Faria, Ana L. S. Santos & B. B. M. Souza (Eds), *Cinema Português: Um Guia Essencial* (1ª ed., pp. 10-44) Sesi-SP.

Ribeiro, A. M. C. (2008). *A Narrativa Audiovisual: O Cinema e o Filme Publicitário*. [Tese de Mestrado, Universidade do Minho]. Repositorio da Universidade do Minho.

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9476/1/Tese%20Final.pdf>

Rodrigues, A. I., & Toaldo, M. M. (2013, 4, 9). A Publicidade Multiplataforma no Contexto da Cultura da Convergência. *XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. pp. 1-14.

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5795455/mod_resource/content/0/Aula%2013c_Rodrigues_Toaldo.pdf

Scolari, C. A (2015, janeiro). Narrativas Transmídias. Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. *Dossiê. Comunicação, Tecnologia e Sociedade volume(1)*, 7-19. <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/291/298>

Selonk, A. (2007). *O Imaginário do Produtor Cinematográfico do Tipo Comunicativo – Um Estudo do Espaço Audiovisual do Brasil*. [Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4609>

Sousa, H., & Santos, L. A. (2003). RTP e Serviço Público, um Percurso de inultrapassável dependência e contradição. In M. Pinto (Ed), *Televisão e Cidadania* (2ª ed., pp. 61-79) Campo das Letras.

<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1002>

Apêndices

APÊNDICE I

GUIÃO DE QUESTÕES REALIZADAS AOS ENTREVISTADOS

Entrevista

Relatório de Estágio Curricular


Questões para Entrevista no âmbito do Relatório de Estágio Curricular, do curso de Audiovisual e Multimédia da Universidade do Minho

Trabalho de Investigação com intuito de responder à questão:

Quais os processos inerentes à criação de uma produtora audiovisual em Portugal, tendo em consideração o desempenho do cargo de produtor(a)?

1. De forma sucinta, fale-me sobre a sua profissão e o seu trabalho.
2. Como surgiu o interesse pela produção (do audiovisual) e pelo cargo de produtor(a)?
3. Como aconteceu este processo de ser produtor até criar uma produtora?
4. Como foi o processo de criar uma produtora, quais as burocracias?
5. O que considera que se deve ter em consideração para se criar uma produtora em Portugal?
6. Quais as maiores dificuldades para se criar uma produtora em Portugal?
7. Atualmente, o que é que teria feito de diferente?
8. Depois de criada a produtora e de, finalmente, estar dentro da mesma, como foram os primeiros meses de trabalho?
9. Quais as principais diferenças que considera existir entre uma produtora em Portugal e uma produtora, por exemplo, nos Estados Unidos?
10. O que tem a dizer sobre a indústria da produção audiovisual em Portugal?
Se a produtora foi criada há mais de 4 anos:
11. Sente que há diferenças entre a época em que criou a produtora e os tempos atuais?

Autora da Entrevista:



28/06/2022

APÊNDICE II

TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO



Universidade do Minho

TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO

Criar uma produtora audiovisual em Portugal, desafios, dificuldades e exigências Curso de Audiovisual e Multimédia

Atendendo à informação que consta do folheto informativo, pedimos que responda às questões seguintes, indicando se concorda em colaborar no estudo:

Li e compreendi o folheto informativo que me foi facultado, bem como as informações verbais que me foram fornecidas pela/s pessoa/s que abaixo assina/m sobre os objetivos do estudo.	Sim	Não
Foi-me concedida oportunidade para colocar questões relacionadas como estudo	Sim	Não
Obtive resposta a todas as questões que coloquei sobre o projeto.	Sim	Não
Foi-me garantida a possibilidade de, em qualquer altura, recusar participar neste estudo sem qualquer tipo de consequências.	Sim	Não
Aceito participar neste estudo e permito a utilização dos dados que forneço de forma voluntária, confiando em que apenas serão utilizados para esta investigação e nas garantias de confidencialidade e anonimato que me são dadas pelo investigador.	Sim	Não

Nome e contacto do investigador

Assinatura/s:

carolina.fernandes.pereira@hotmail.com

962146691

-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-

Nome e assinatura do participante

Nome (maiúscula):

Assinatura:

..... / /

Data:

APÊNDICE III

DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE UTILIZAÇÃO DO NOME DO PRODUTOR E DA PRODUTORA A QUE SE ASSOCIA



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____, produtor(a) na empresa _____, declaro que autorizo a utilização do meu nome e do nome da empresa a que me associo no presente estudo, realizado por Carolina Pereira, confiando em que apenas serão utilizados para esta investigação.

Assinatura do/a Investigador/a

Data: 10/01/2022

Assinatura do Participante

Data: __/__/__