

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



**A Força Criativa do Produtor Cinematográfico:
Os Desafios do Reconhecimento Artístico**

Especialização em Cinema e Audiovisual
2012/2013

Inês Beatriz Rebanda Coelho

Professor Orientador: Prof. Doutor Carlos Caires
Professor Co-Orientador: Prof. Doutor Carlos Ruiz

junho 2013

Dedicatória

Quero dedicar esta Dissertação ao meu avô António Rebanda e à minha avó São.

Agradecimentos

Quero agradecer aos meus pais, irmã e avó e em especial ao meu namorado André Silva, por todo o apoio e atenção.

Agradecimentos aos meus amigos e a todos os que me apoiaram durante todas as fases do projeto final e do desenvolvimento desta Dissertação, e um muito obrigado ao meu Orientador Prof. Doutor Carlos Caires.

Resumo

“A Força Criativa do Produtor Cinematográfico: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” visa abordar, como o mesmo indica, a criatividade do produtor cinematográfico e dar a conhecer e reconhecer tanto as suas funções como o seu trabalho por detrás das câmaras. Não só o trabalho técnico, mas o trabalho artístico e criativo que desempenha. Para isso, é feita uma viagem pela história do cinema Europeu e Americano, desde a época áurea do produtor até ao anonimato, com o intuito de seguirmos a sua evolução pelas diferentes eras para sabermos o que é que falhou e o levou ao seu estado atual, relativamente ao facto de ninguém conseguir detetar o seu trabalho. As novas tecnologias cinematográficas são igualmente exploradas para termos a noção de que forma têm vindo a influenciar o trabalho criativo do produtor.

Todas as suas funções são discriminadas, assim como as funções dos membros principais do departamento de produção e os tipos de produção e de produtores existentes, destacando-se o que altera de uns casos para os outros. Contudo, não é só o produtor que é analisado. Também a criatividade o é, através da investigação de teorias sobre o seu surgimento, os tipos de criatividade existente e o que cada uma implica. É feita uma análise e distinção de técnicas que podem ser aplicadas, tanto por conhecedores de cinema como por simples espetadores, no detetar do trabalho do produtor através da visualização de um filme. É revelado o tipo de ensino superior que é dado na Europa relativamente ao produtor e até que ponto esta profissão é ensinada corretamente, principalmente na utilização e desenvolvimento das suas funções. O que levou ao levantamento da hipótese de até que ponto é que a produção pode ser ensinada, assim como a criatividade pode ser aprendida.

Para uma melhor exploração da temática principal, ou seja, até que ponto o produtor é criativo atualmente e até que ponto lhe é permitido o ser, foi feito um estudo de caso a partir de uma curta-metragem de fantasia realizada no âmbito da disciplina de Projeto Final, cujo principal intuito é suportar a investigação realizada.

O produtor sempre foi associado à criatividade desde o início da sua existência, sendo a intenção desta dissertação mostrar que o mesmo não deixou de o ser, e visto que a sua função é das mais importantes na área cinematográfica é de igual importância dar a conhecer o seu trabalho e formas de o detetar.

Palavras-chave: Anonimato, Perda de Identidade, Fases de Produção, Criatividade, Produtor, Influência Artística, Financeiro, Liderança, Trabalho coletivo, Ensino, Funções, Aprendizagem, Imprevistos, Egos, Dualidade, Relacionamentos

Índice

1-Introdução	7
1.1-O Produtor Cinematográfico como Criativo em paralelo com o Estudo de Caso	8
1.2- Metodologia de Desenvolvimento	8
1.3- Estruturação e Apresentação da Informação sobre Produção e Criatividade	9
2. Contexto Histórico-tecnológico, Teórico e Artístico do Produtor Cinematográfico enquanto influência Criativa no Cinema	11
2.1- O Produtor Cinematográfico e A Criatividade (Contexto Histórico-Tecnológico)	11
2.1.1- A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO PAPEL DO PRODUTOR CINEMATOGRAFICO	12
2.1.1.1- <i>Quando e Como surgiu o Produtor de Cinema?</i>	12
2.1.1.2- <i>Resumo da História do Cinema: Evolução da Produção</i>	16
2.1.1.3- Estados Unidos:	17
2.1.1.4- Europa:	20
2.1.2- A IMPORTÂNCIA DA TECNOLOGIA NA INFLUÊNCIA CRIATIVA DO PRODUTOR	22
2.2- Breve abordagem ao conceito de Criatividade	28
2.2.1- AS VÁRIAS TEORIAS SOBRE A CRIATIVIDADE	28
2.2.1.1- <i>As Teorias de Platão e Aristóteles</i>	29
2.2.1.2- <i>A Teoria de Darwin</i>	30
2.2.1.3- <i>A Teoria de Freud:</i>	30
2.2.1.4- <i>A Teoria de Einstein:</i>	31
2.2.1.5- <i>A Teoria da Compensação</i>	32
2.2.1.6- <i>A Teoria de António Damásio:</i>	33
2.2.1.7- <i>A Teoria da Neurociência:</i>	34
2.2.2- A CRIATIVIDADE SOCIAL	36
2.2.3- A DESCOBERTA DO DESCONHECIDO OU O MANTER DO FAMILIAR	38
2.2.4- IMPULSO CRIATIVO	39
2.2.5- QUEM É CRIATIVO?	42
2.2.6- O QUE É NECESSÁRIO PARA SE SER SOCIALMENTE CRIATIVO?	45
2.3- Para uma tipologia da função de Produtor Cinematográfico	47
2.3.1- <i>Assistente de Produtor (Producer's Assistant):</i>	47
2.3.2- <i>Contabilista de Produção (Production Accountant):</i>	48
2.3.3- <i>Assistente de Produção:</i>	48
2.3.4- <i>Produtor Executivo:</i>	52
2.3.5- <i>Produtor Associado (Associate Producer):</i>	53
2.3.6- <i>Manager de Produção ou Gestor de Produção (Production Manager)</i>	54
2.3.7- <i>Line Producer ou Diretor de Produção</i>	55

<i>2.3.8- Coprodutor (Co-Producer)</i>	57
<i>2.3.9- Coordenador de Produção (Production Coordinator)</i>	58
<i>2.3.10- Designer de Produção (Production Designer)</i>	59
2.4- O que é que faz na realidade um Produtor?	61
2.4.1- OS DIFERENTES TIPOS DE PRODUÇÕES	63
2.4.2- AS QUATRO FASES DA PRODUÇÃO E AS FUNÇÕES DESEMPENHADAS PELO PRODUTOR	68
2.4.3- AS PRINCIPAIS FUNÇÕES DO PRODUTOR	72
<i>2.4.3.1- Lidar com Investidores e Financiadores</i>	72
<i>2.4.3.2- Orçamento</i>	75
<i>2.4.3.3- Argumento</i>	77
<i>2.4.3.4- EGO</i>	79
<i>2.4.3.5- Lei de Murphy</i>	81
2.4.4- PROCESSO CRIATIVO DO PRODUTOR	83
2.4.5- A RELAÇÃO PRODUTOR/ REALIZADOR	87
<i>2.4.5.1- Realizadores que são Produtores</i>	92
2.4.6- COMO SE DETETA O TRABALHO DO PRODUTOR NO ECRÃ	94
2.5- O Produtor Cinematográfico Contemporâneo	99
2.5.1- A POSIÇÃO DO PRODUTOR CINEMATOGRAFICO PORTUGUÊS	103
2.6- A Aprendizagem do Produtor nas Instituições de Ensino Cinematográfico	108
2.7- O Produtor enquanto Criativo	113
2.7.1- A CRIATIVIDADE PODE SER APRENDIDA?	113
2.7.2- A PRODUÇÃO PODE SER ENSINADA?	116
3- PROJETO FINAL “FOGO & PRATA”- UM ESTUDO DE CASO	121
3.1- BREVE INTRODUÇÃO AO PROJETO	121
3.2- METEOROLOGIA, IMPREVISTOS, HIERARQUIAS	123
3.3- LIDAR COM OS DIFERENTES EGOS	129
3.4- INFLUÊNCIA CRIATIVA DO PRODUTOR NAS DIFERENTES FASES DO PROJETO	131
3.5- RECONHECIMENTO ARTÍSTICO DO PRODUTOR	133
4- Conclusão	134

Lista de Figuras

Fig. 1- Estúdio fundado por Edison, “Black Maria”	13
Fig. 2- Primeiros nomes a aparecerem creditados no filme “7th Heaven”.....	15
Fig. 3- “Kom” de Marianne Ulrichsen, 1995	34
Fig. 4- Filme “Frida” de Julie Taymor (2002).....	36
Fig. 5- "Frida and Diego Rivera" (1931)	36
Fig. 6- "007- Skyfall" de 2012- último filme Produzido por Barbara Broccoli	41
Fig. 7-"007-Licence to Kill" de 1989: Último filme em que Albert Broccoli foi Produtor (e em que foi creditado, não confundir com consultor de Produção).....	41
Fig. 8-“Goodfellas” de Martin Scorsese, (1990) - Cena de Compressão Ótica	44
Fig. 9- “Vertigo” de Hitchcock, (1958) - Cena de Compressão ótica	44
Fig. 10- <i>Frame</i> retirado do filme “Inception”, onde se pode ver a marca JR, marca de transportes, de forma mais escondida, não perturbando nem influenciando a cena.....	50
Fig. 11- <i>Frame</i> retirado do filme “Four Rooms”, onde se pode ver a marca“Red Apple”, marca fictícia de tabaco usada em vários filmes realizados e alguns igualmente produzidos por Quentin Tarantino, como é o caso de “Pulp Fiction”, “From Dusk Till Dawn”, “Kill Bill: Vol.1”, “Death Proof” e “Romy and Michele”.....	51
Fig. 12- Frames do filme "The Last Emperor", 1987, cujo designer de produção foi, Ferdinando Scarfiotti	60
Fig. 13- <i>Frames</i> do filme "The Last Emperor" (1987), cujo designer de produção foi, Ferdinando Scarfiotti	60
Fig. 14- <i>Frame</i> do filme “Cloud Atlas” de Tom Tykwer, 2012.....	65
Fig. 15-“The Bad and the Beautiful” de 1952	94
Fig. 16-“The Bad and the Beautiful” de 1952	94
Fig. 17-Primeiro e único nome a aparecer nos créditos iniciais do filme “Breaking the Waves”, 1996.....	95
Fig. 18-Primeiro e único nome a aparecer nos Créditos Iniciais do filme “Melancholia”, 2011	96
Fig. 19- Imagem baseada no esquema T.M Amabile, Harvard Business Review, Oct.98.	115
Fig. 20- Torre de <i>Centum Cellas</i>	125

Glossário

Produtores-Realizadores- Indivíduo que possui o cargo de realizador e de produtor num filme.

Orçamento- Proposta de custo de um serviço que permite ao consumidor saber com antecedência o seu preço aproximado, ou seja, listagem de todas as despesas possíveis para a elaboração do projeto antes de entrar em fase de produção.

Box Office- Bilheteira ou quantidade de dinheiro arrecadado com um filme.

Mogul- Pessoa de grande influência.

Greenscreen ou Bluescreen-Tela verde ou azul utilizada para a elaboração de efeitos visuais ou especiais, através do anulamento de uma cor padrão, neste caso, o verde ou azul.

Motion capture- Técnica de captura de movimento usada em cinema e transposição do mesmo para um modelo digital.

Tradeoffs- Técnica usada em produção para angariar dinheiro, que consiste na troca de dinheiro por publicidade. Também é referido como a localização do produto. A publicidade pode ser feita através da utilização da marca nos créditos ou do produto em ecrã ou da marca em ecrã.

Networks- Rede de contactos.

Mimesis- Imitação ou representação de algo.

Standard- Padrão, norma.

Runner- Função no cinema que faz de tudo um pouco daquilo que lhe mandam. Os mesmos ajudam ao bom funcionamento das filmagens e fornecem uma gama de apoio em todas as áreas do cinema, executando tarefas simplistas, mas que acabam por ser de grande importância.

Best Boy-Existem dois tipos de *Best Boy*: *Best Boy electric-* assistente do departamento de electricista e *Best Boy grip-* assistente que apoia o departamento de electricistas na configuração da iluminação e trabalha diretamente com o departamento de fotografia, ajudando com mecanismos ligados ao mesmo como *dollies* e posicionamento da câmara em locais de difícil controlo, como no topo de uma escada.

Below-the-line- Todos os elementos ou assuntos relacionados com os elementos que não possuem influência criativa num filme, como é o caso de técnicos, do departamento de electricistas, departamento de *grip*, assistentes, etc. Também existem custos *below-the-line*, que estão relacionados a salários, aluguer de estudos, pagamento de deslocações, etc.

Above-the-line- Todos os elementos ou assuntos relacionados com elementos com influência

criativa num filme, como por exemplo o argumentista, atores, designer de produção, diretor de fotografia, etc. Também existem custos *above-the-line*, relacionados diretamente com a equipa criativa, com o realizador, o designer de produção, o argumentista, etc.

Location scouting- Exploração e procura de locais em específico para um projeto.

Wrap- Expressão utilizada para assinalar o fecho das filmagens.

Call sheets- Termo cinematográfico para documentação relacionada com a equipa e o elenco, que informa onde e quando é que se tem de apresentar num determinado dia de filmagens.

Props- Objetos portáteis utilizados em cena ou por atores.

Property master- Responsável pela aquisição, compra ou fabrico dos *props*.

Set dresser- Responsável por dispor os objetos no local de filmagens antes da rodagem.

Set- Local de filmagens.

Sketch artist- Especialista que elabora desenhos a partir da observação ou descrição.

Mainstream- Pensamento corrente da maioria da população.

Film- Expressão mais utilizada para filmes independentes, artísticos e com pouco retorno económico.

Movie- Expressão para filmes comerciais de destaque dirigidos a um público mais amplo.

Laender- Expressão utilizada para empréstimos de outra região.

Gaffer- Eletricista que trata da iluminação durante a produção.

Pitch- No caso do cinema, é uma forma rápida, clara e objetiva de apresentar uma ideia que se pretende vender.

Dailies- Filmagens em bruto, por editar.

Two-shot- Tipo de plano que engloba a presença de duas pessoas.

Sound Recordist – Pessoa que opera o material de gravação sonora.

Storyboard- Série de ilustrações ou imagens, colocadas em sequência de forma a dar uma ideia de pré-visualizar o filme, ao reproduzirem nessas imagens ou ilustrações as cenas e planos que se pretende utilizar.

1-Introdução

A dissertação aqui desenvolvida de seu nome “A Força Criativa do Produtor Cinematográfico: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” pretende abordar uma problemática que se instalou no mundo do cinema, que é a falta de conhecimento em geral da função do produtor cinematográfico. Ao longo dos anos o produtor passou do auge do reconhecimento ao anonimato, sendo que poucos são aqueles que sabem quais são realmente as suas funções e mais importante do que isso, como detetar o trabalho do mesmo tal como se deteta o de qualquer outro elemento principal da equipa. O nome do produtor é dos primeiros a aparecer na creditação e um dos mais destacados, embora não passe disso mesmo. Um nome que não chama a atenção do olhar atento do público geral, assim como o que faz passa despercebido ao olhar daqueles com quem trabalha. Ninguém ao certo sabe realmente o que um produtor faz a não ser um produtor. Como refere Linda Seger, “As pessoas fora de Hollywood e Nova Iorque não têm uma ideia clara do que é que um produtor é ou do que é que faz. É um pouco trágico que esta função importante não tenha uma imagem clara. A maior parte das pessoas pensa que o produtor é aquele que investe dinheiro, o que é errado” (Seger & Whetmore, 1994: 51). Os produtores de um modo geral (e.g. Europeus, Americanos) estão a transformar-se cada vez mais em gestores (*managers*) e financeiros, o que faz com que percam a sua influência no mundo do cinema, mais especificamente a nível criativo.¹ E visto que o cinema Europeu e Americano parece-nos ser aquele que mais influencia os profissionais de cinema português, é nossa intenção fazer uma pesquisa aprofundada que tem por objetivo descobrir até que ponto o produtor tem uma função exclusivamente financeira num projeto, ou por outro lado, uma influência criativa e artística tal como os restantes cabecilhas de cada departamento que facilmente são reconhecíveis através da visualização de uma obra cinematográfica.

Deste modo a problemática principal desta Dissertação visa tentar perceber de que forma o produtor pode ser criativo, e até que ponto o é. Iremos fazer uma investigação sobre o que é a criatividade, como surge e se o produtor possui um processo criativo no trabalho que desempenha. Iremos fundir isso com todas as funções desempenhadas pelo mesmo de forma a descobrir certas técnicas de perceção do seu trabalho no ecrã, assim como as funções dos elementos que fazem parte do departamento de produção.

Também será abordado o ensino da produção (da função de produtor), pois se o mesmo é tão artístico e criativo, como o imaginamos, iremos tentar perceber se os produtores na prática escapam da criatividade ao ponto dos espectadores não conseguirem detetar ou saber o que fizeram a nível criativo, ou ainda pior, não conseguirem detetar de todo o trabalho do produtor no filme.

¹ Vid; Pardo, 2010: 5.

1.1-O Produtor Cinematográfico como Criativo em paralelo com o Estudo de Caso

Juntamente com o desenvolvimento desta Dissertação foi feito um projeto que serviu para suportar e como meio de aprofundar a investigação que estava a ser feita. O projeto em questão foi uma curta-metragem de fantasia, com cerca de 22 minutos, denominada “Fogo & Prata”, em que se teve de criar de raiz e com os meios disponíveis, um mundo de fantasia credível para o espectador. O papel desempenhado nesse mesmo projeto foi o de produtora, sendo que o único elemento que também fazia parte do departamento de produção foi uma assistente de produção, que apenas acompanhou a primeira semana de rodagens. No que diz respeito à criatividade, não há nada como criar um mundo inexistente de raiz, algo que põs à prova algumas das principais questões desta Dissertação: Será que o produtor é criativo? Até que ponto o é e até que ponto o pode ser? Foram exploradas as mais diversas formas de criatividade, que passaram tanto por uma perspetiva mais pessoal e uma perspetiva social. Contudo, aquilo que se quer explorar, não é apenas a criatividade que fica oculta atrás da câmara e que apenas é revelada por escrito, mas sim, a criatividade visível. Ser se reconhecido publicamente e por qualquer pessoa que veja o projeto. O Estudo de Caso ajudou a um desenvolvimento das táticas de deteção de características artísticas por parte do produtor e que se pudessem aplicar, não só a este projeto mas a qualquer filme, de qualquer género ou forma de produção, desde independente a comercial, desde o documentário, a um filme experimental e ao mesmo tempo dando a conhecer o tipo de criatividade que nunca se conseguirá passar para um ecrã sem quebrar os limites do mesmo.

1.2- Metodologia de Desenvolvimento

A metodologia utilizada para a elaboração deste documento passou por um grande levantamento bibliográfico, maioritariamente de livros estrangeiros devido à escassez de livros nacionais que abordassem esta temática e que abordassem a produção cinematográfica no geral, tanto a nível nacional como internacionalmente. Foi feita uma investigação sobre filmes que se enquadrassem nas questões e exemplificações a dar, para uma melhor compreensão da temática por parte do leitor. Assim como também foi feita uma pesquisa de outro tipo de artes mais individualistas, como a pintura e a escultura, de maneira a que a compreensão e explicação individual levasse a um pensamento coletivo, visto que a arte de fazer filmes não é uma arte individual e sim coletiva, o que se torna difícil de analisar e exemplificar. Foram usados exemplos individuais seguidos de coletivos, para uma melhor exposição e entendimento. Selecionaram-se teorias sobre a criatividade vindas de ilustres figuras históricas, desde a filosofia, à psicologia, passando pela neurologia e a psicanálise, indo desde o século passado a tempos mais atuais, desmistificando algumas delas que estão entranhadas na sociedade e salientando outras. Houve uma pesquisa feita pela internet com o intuito de ter uma visão geral de perspetivas múltiplas sobre a área da produção e da

criatividade, desde especialistas a leigos, contribuindo para o desenvolvimento, enriquecimento e suporte de perspectivas, não como factos, mas como pontos de vista, assim como sobre a forma como a informação mais acessível a todos está construída. Elaboraram-se esquemas explicativos e informação extra para esclarecer aqueles que mais querem saber e explorar o assunto.

Realizaram-se questionários a produtores portugueses, de modo a ter um ponto de vista da situação dos mesmos dentro da área e como percebem a sua posição criativa nos projetos que desenvolveram até à atualidade. Também foram enviados questionários a Universidades para ter um olhar sobre o ensino e as condições oferecidas a quem quer seguir a área de produção e até que ponto lhes era dada a escolha entre uma produção criativa ou uma produção financeira.

A pesquisa e investigação no geral foi bastante demorada devido ao excesso de informação recolhida e examinada, sendo que todos os capítulos apenas foram concluídos na íntegra no mês de junho.

1.3- Estruturação e Apresentação da Informação sobre Produção e Criatividade

A Dissertação está dividida em 4 partes principais: Introdução, Desenvolvimento, Estudo de Caso e Conclusão. Contudo, o Desenvolvimento encontra-se subdividido em 7 partes distintas e imprescindíveis. A primeira parte apresenta ao leitor um enquadramento histórico e tecnológico relativamente ao aparecimento e desenvolvimento do produtor ao longo das diferentes eras. Havendo um destaque para as principais eras históricas da produção, tanto a nível Europeu como Americano, sendo apresentada também uma perspetiva histórica do produtor Português em apêndice. Relativamente ao desenvolvimento tecnológico é feita uma pesquisa sobre como é que os seus avanços influenciaram as funções do produtor e a criatividade investida pelo mesmo. Na segunda parte são abordadas diversas teorias sobre como surge a criatividade, os tipos de criatividade existentes, se toda a gente pode ser criativa e o que é necessário para o ser, sobre a exploração do lado artístico familiar e social. Esta parte do desenvolvimento serve como forma de exposição do que é na realidade ser criativo e o que é que isso significa e implica, pois se o principal intuito é mostrar o lado criativo do produtor, para isso é necessário primeiro mostrar o que significa ser criativo e como é que identificamos que alguém o é. Na terceira parte do desenvolvimento é feita uma elucidação das diversas funções daqueles que fazem parte do departamento de produção, pois o trabalho do produtor, muitas das vezes, é confundido com o trabalho daqueles que pertencem ao seu departamento. Por isso, é dada uma versão daquilo que o produtor na realidade não faz, ou não deveria fazer, porque ao fazê-lo está a acolher funções que não lhe pertencem. Seguido daquilo que ele faz. O que nos leva à quarta parte do desenvolvimento, em que são desvendados os diferentes tipos de produção existentes, de modo a apresentar as diferentes formas de produzir. Havendo uma exposição das quatro fases de produção de um projeto

cinematográfico e as principais funções do produtor que mais exigem dele, não numa perspectiva técnica, mas numa perspectiva criativa. Dando a conhecer o processo criativo do mesmo e como é que se deteta o seu trabalho no ecrã. É também apresentada uma das relações mais importantes existente numa produção, que é a relação entre produtor e realizador, tocando em assuntos relevantes como o porquê de muitos realizadores optarem por ser produtores ou vice-versa, as razões que os levam a adotar duas das mais importantes funções num projeto só. Na quinta parte do desenvolvimento, pretendeu-se dar uma perspectiva da situação contemporânea do produtor cinematográfico, prestando uma especial atenção ao posicionamento do produtor no mercado Português. A sexta parte ajuda a relacionar o estado atual do produtor com o ensino que lhe é oferecido na maioria das instituições Universitárias, tanto na Europa como nos Estados Unidos, revelando até que ponto as Universidades preparam corretamente um produtor para o mundo real. Por fim, há um parâmetro que apresenta a possibilidade de se aprender a ser criativo e se realmente é possível ensinar produção de forma a que interessados em produção adquiram todas as habilidades necessárias para exercerem as suas funções corretamente.

O estudo de caso realizado e apresentado no terceiro capítulo, que recaiu sobre o projeto que foi elaborado ao mesmo tempo que esta Dissertação, de forma a apoiar o seu desenvolvimento e fornecer-lhe mais qualidade, faz a ponte entre todos os temas abordados e relaciona-os com as situações ocorrentes durante a elaboração do projeto, desde o seu desenvolvimento à sua pós-produção, havendo uma focalização nas principais fases que dizem respeito ao produtor: desenvolvimento e pré-produção e em especial, naquela que correu pior, a produção.

2. Contexto Histórico-tecnológico, Teórico e Artístico do Produtor Cinematográfico enquanto influência Criativa no Cinema

Este é o capítulo mais importante de toda a Dissertação, onde são apresentadas as diversas temáticas a abordar, começando por uma perspectiva mais história e tecnológica de modo a introduzir o leitor desde o início do aparecimento do produtor e do conceito de produção até à atualidade. Acontecendo o mesmo com a criatividade. Todos os temas apresentados estão interligados e visam suportar a ideia do produtor como criativo, estando organizados de maneira a facilitar o raciocínio e o seguimento dos diversos assuntos por parte do leitor.

2.1- O Produtor Cinematográfico e A Criatividade (Contexto Histórico-Tecnológico)

Neste subcapítulo não se irá aprofundar a História do cinema relativamente ao trabalho desempenhado pelo produtor cinematográfico, desde o seu aparecimento até há atualidade, mas sim, abordar as eras mais importantes e em que existiram alterações fulcrais na sua forma de trabalho e na maneira como começou a ser visto. É apresentada uma perspectiva mundial dos acontecimentos e dando-se igualmente uma perspectiva do caso português que se encontra no Apêndice 1, como sendo um dos exemplos de estudo do acontecimento nacional do aparecimento do produtor cinematográfico.

Torna-se um pouco complicado falar da evolução histórica do produtor cinematográfico, devido a falhas de informação, visto que existe bastante informação sobre esta questão no panorama Americano e existe muito pouca informação relativamente à Europa. Por isso, aquilo que será exposto neste subcapítulo é um apanhado histórico a nível dos dois principais períodos da História do Cinema que marcaram os dois extremos relativos à produção cinematográfica: a Era de Ouro dos produtores, que é a mesma que a de Hollywood e o tomo que levou ao esquecimento do trabalho criativo do produtor e cujas mazelas provocadas nesta altura ainda hoje se podem sentir, principalmente na Europa. Havendo um contraponto do que é que se passou nos Estados Unidos e na Europa durante estas duas épocas.

Para além de uma análise histórica, é também abordado e analisado o desenvolvimento tecnológico e de que forma teve influência na criatividade e no desenvolvimento do produtor.

2.1.1- A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO PAPEL DO PRODUTOR CINEMATOGRAFICO

Para a Historiografia Cinematográfica, os produtores são aqueles que caem no esquecimento ou “o herói não celebrado” (Priggé, 2004: 1). De certa forma, este esquecimento histórico deve-se à dificuldade de determinar o que é que um produtor faz na realidade, assim como a grande variedade de conhecimento teórico e prático que esta função exige. O produtor tem de saber um pouco de tudo dentro da área em que trabalha, neste caso, de cinema e quanto mais conhecimento tiver da mesma, melhor.

“Eu sei que abri uma lata de minhocas com a palavra “Produtor” porque as entidades do entretenimento, tanto estúdios como estações, usaram a palavra com tal libertinagem nos últimos tempos que perdeu o seu poder de identificação” (Houghton, 1991: VII).

Desde os princípios da existência de produção, o trabalho do produtor cobriu as responsabilidades tanto criativas como financeiras sem que ficasse limitado a um lado ou a outro, isto visto de uma forma conceptual. Apenas a evolução da indústria por si só, juntamente com as atitudes daqueles que mantiveram e realizaram este trabalho, fizeram com que houvesse uma inclinação para o conhecimento técnico ou, algo menos frequente, para a capacidade criativa.

O papel do produtor cinematográfico, no seu primeiro século de existência, passou por vários e diversificados estados de desenvolvimento. Momentos de glória, esplendor e grande protagonismo no caso da Era do Sistema de Estúdios de Hollywood, que se seguiu de outras não tão boas, que eram até consideradas eras de marginalização, com o auge do tão chamado cinema de autor dos anos 60 que ainda hoje permanece intrínseco no cinema Europeu. Embora nas últimas três décadas, o produtor tenha vindo a ser mais apreciado, mais precisamente, o produtor criativo.

Alguns autores têm vindo a mencionar isso como algo excepcional e raro, outros acham e mantêm a sua opinião de que a produção e a criatividade sempre estiveram interligadas. Normalmente, no caso da última alegação, este ponto de vista é defendido por pessoas ligadas ao ramo da produção, ou por pessoas que têm grandes conhecimentos da área, muitos deles sendo professores Académicos. Vejam-se os livros e artigos de Lawrence Turman, Helen De Winter, Alejandro Pardo, tudo exemplos do que foi mencionado.

2.1.1.1-Quando e Como surgiu o Produtor de Cinema?

Não se sabe ao certo quando surgiu o primeiro produtor ou conceito de produção, visto que não existe informação concreta sobre este assunto ou que o aborde. Contudo, poderemos chegar a uma resposta aproximada ao analisar a História do cinema.

Os pioneiros do cinema, como se sabe, foram os irmãos Lumière na Europa e Thomas Edison nos Estados Unidos, sendo também eles os primeiros produtores, realizadores,

diretores de fotografia, operadores de câmara, etc. Embora na altura não houvesse diferenciação de funções como existe hoje em dia, o que não exclui o facto de eles terem sido os primeiros a lidar com as diversas áreas dentro do cinema sem as separar, assim como a comercialização de filmes, o passar a público. Algo bastante importante na produção. Para além de que os mesmos com o evoluir da sua carreira, começaram a querer agradecer cada vez mais ao público e não só explorar o meio. O escolher quem trabalhava com eles, onde iriam filmar, o que iriam mostrar (na medida do que iriam filmar, já caindo quase num argumento, visto que as suas filmagens eram encenadas), o passar a público, são funções essenciais de um produtor que eles já executavam, embora fosse de certa forma algo intuitivo, ou seja, a forma de dar os primeiros passos no cinema que se manteve até hoje.

O primeiro estúdio cinematográfico foi fundado por Edison, o Black Maria (veja-se a Fig.1). Foi construído por volta de 1893, sendo apenas inaugurada em 1901. Algo bastante significativo para a evolução do cinema e da produção, porque foi a partir deste conceito que surgiram os grandes estúdios e as grandes produtoras. Ao contrário dessa altura, hoje em dia, quem trata da gerência dos grandes estúdios são as grandes companhias de produção (ou distribuidoras). Embora também elas sejam dirigidas por produtores, existem companhias de produção que são regidas por produtores-realizadores e executivos da área.

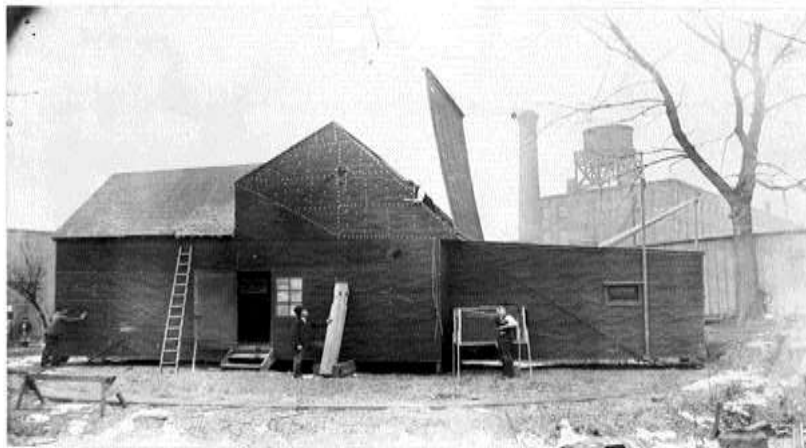


Fig. 1- Estúdio fundado por Edison, “Black Maria”²

Uma vez estabelecido o Sistema de Estúdios em Hollywood, ser produtor cinematográfico era tido como uma função essencialmente criativa, desde o desenvolvimento do guião, à contratação e escolha dos talentos, tanto a nível de equipa como de elenco, passando pelo supervisionamento da edição, entre outros. Algo que se mantém, mas que já não é reconhecido. Jesse Lasky, um dos pioneiros deste Sistema descreve o papel do produtor dizendo que:

² Disponível em WWW: <URL:<http://vemoscine.com/2008/08/30/inicios-del-cine-via-youtube/>>. [Consult. 3 de janeiro de 2013]

“Nas suas mãos reside o supervisionamento de todos os elementos que irão compor o projeto terminado. Estes elementos são tanto tangíveis como intangíveis, o controlo dos seres humanos e propriedades reais, assim como o controlo do temperamento artístico, a modelação das forças criativas e o conhecimento das necessidades públicas de entretenimento” (Lasky, 1937:1).

Foi neste período que “o trabalho do produtor se tornou especializado e hierarquicamente estruturado” (Pardo, 2010: 3). Quem estava no comando e responsável pelos estúdios eram os génios da produção, cuja missão era igualar o orçamento anual de produção a filmes específicos, surgindo, assim, uma vertente mais financeira por parte dos produtores cinematográficos.

“Alguns dos diretores de produção mais conhecidos eram Irving G. Thalberg, David O. Selznick e Darryl F. Zanuck, seguidos por Hunt Stromberg, Hal B. Wallis, Jerry Wald, Y. Frank Freeman, Dore Schary, Pandro S. Berman e Walter Wanger” (Pardo, 2010: 3).

Segundo Alejandro Pardo, estes jovens talentos ajudaram a estabelecer o paradigma do produtor cinematográfico de Hollywood. David Lewis, um produtor associado que trabalhou com muitos dos nomes mencionados na citação de Pardo, dizia que falar de produtores na Era de Ouro de Hollywood era equivalente a falar do produtor criativo. “As pessoas que realmente fundaram o negócio foram produtores e todos eles eram pessoas criativas” (Firstenberg, 1987: 67).

Nos anos 30 e 40 quando Hollywood estava, como Tim Adler diz, no seu “indiscutível auge criativo”, o nome do produtor era mais proeminente nos créditos do que o do realizador. Nessa altura, o trabalho do realizador era só lidar com os atores no *set* de filmagens. O trabalho do produtor, por outro lado, ia desde a conceção inicial da ideia até à fase de distribuição. O mesmo era igualmente responsável pelo casting, pelo design de produção e pela fase de produção em si, assim como pela edição e pelo marketing do filme.

“Quantas pessoas é que se lembram do nome dos quatro realizadores de “Gone With the Wind”, uma vez descrita como a Capela Sistina dos filmes?” (Adler, 2004: 7).³

Gore Vidal escreveu que David Selznick (o produtor) criou sozinho o filme *Gone With the Wind* e Adler acrescenta que apenas “Pub-Quiz bore” saberiam os nomes dos realizadores intercambiáveis.

A hierarquização e a importância criativa que o produtor tinha nos filmes desta altura eram visíveis. Tanto nos filmes como nos créditos dos filmes, estando normalmente a Produtora (a *Motion Picture Company*) em primeiro lugar, significando por isso, que era a mais importante, e logo a seguir o produtor. Contudo, isso não significa que era sempre esta a

³ Victor Fleming substituiu George Cukor depois de três semanas de filmagens; Sam Wood substituiu Fleming, e mais tarde dividiu o trabalho com o Fleming novamente; o Designer de Produção William Cameron Menzies supervisionou a sequência de Atlanta a arder (Ibid.: 7).

ordem, visto que também não era sempre esta a importância. Era pelos créditos que se verificava a força criativa de um produtor, pois caso o mesmo tivesse uma grande influência no filme, a ordem seria a que foi mencionada ou poderia ter o seu nome em primeiro lugar. No entanto, se o produtor fosse mais financeiro, apenas aparecia o nome da produtora, isto quando existia produtora por detrás do mesmo. Veja-se o caso do filme, “Sunrise” de Murnau (1927), filme nomeado para o primeiro Óscar da Academia (*Academy of Motion Picture of Arts and Science*) em que não há registos de existência de uma produtora por detrás deste filme e o produtor William Fox não é creditado⁴. Em contrapartida, veja-se o filme “7th Heaven” (1927), também nomeado para o primeiro Óscar da História, e cujo primeiro nome a aparecer é o do produtor William Fox (que curiosamente, como já foi referido, foi o produtor do filme “Sunrise: A Song of two Humans”) e cujo nome aparece antes do nome da própria produtora do filme, *Frank Borzage Company*, que pertencia ao realizador do filme Frank Borzage e que se tornou na *Fox Film Corp* (veja-se a Fig.2). Ainda hoje isto acontece. Conseguimos, assim, detetar através da forma como os créditos são organizados quem é que tem mais influência no filme. Algo que será desenvolvido um pouco mais à frente.



Fig.2- Primeiros nomes a aparecerem creditados no filme “7th Heaven”⁵

Poderemos quase dizer, a partir desta análise, que o pioneiro em produção foi Edison ao criar o primeiro estúdio da História do cinema, o que acabou por desencadear num Sistema de Estúdios, que eram geridos por produtores. Foi assim estabelecida uma hierarquização no cinema sendo também especificadas as suas funções, ou seja, qual o trabalho do produtor, criando-se o conceito de produtor.

Apesar de não se saber ao certo quem foi o pioneiro em produção esta dúvida não ocorreu apenas a um nível mundial, mas também a nível nacional, ou seja, é igualmente difícil saber

⁴ A não ser nas versões mais recentes que têm aparecido do filme e o põem em primeiro lugar nos créditos, mas a verdade é que o Produtor não foi creditado pelo seu trabalho quando foi lançado.

⁵ Disponível em: WWW. < URL:<http://www.youtube.com/watch?v=3ykwwpASbOc>>. [Consult. 10 de janeiro de 2013].

quando é que surgiu o primeiro produtor em cada país que executa cinema nacional. (Veja-se o Apêndice 1, onde consta um estudo feito sobre o aparecimento do primeiro produtor português).

2.1.1.2- Resumo da História do Cinema: Evolução da Produção

“Uma revisão da História do cinema é suficiente para verificar que, desde as suas origens, a produção de filmes tem estado ligada à criatividade” (Pardo, 2010: 3).

Alguns historiadores de cinema, tanto como críticos e os próprios produtores, foram indicando esta realidade ao longo dos anos. David Lewis à pergunta- O que é que faz de um produtor um bom produtor? - parte da sua resposta foi “Um sentido de criatividade, por exemplo” (Lewis, 1993: xi). Isto entre os finais dos anos 30 início dos anos 40. Passando por Gabler, em 1989, que defende se homens como Charles Pathé, Léon Gaumont ou Ole Olsen (no caso da Europa), assim como Carl Laemmle, Samuel Goldwyn, Adolph Zukor, Louis B. Mayer ou os irmãos Warner (no caso dos Estados Unidos), tinham algo em comum era o seu empreendedorismo e o seu espírito visionário (Vid; Bakker, 2008). Concluindo com o jornalista Tim Adler que em 2004 lançou um livro que falava de 7 produtores.⁶ Sendo a justificação que dá para ter escrito sobre os mesmos:

“Definitivamente queria escrever sobre produtores criativos em vez de pessoas que, poderá argumentar-se, simplesmente carimbam a criatividade de outras pessoas” (Adler, 2004: 25).

Contudo, este reconhecimento apenas é visto no silêncio dos livros e não no estrondoso ecrã. Helen De Winter, também ela produtora, recolheu testemunhos de diversos produtores para o seu livro “What I really want to do is Produce” e ao perguntar a Steve Golin como é que se sentia relativamente à afirmação de Art Linson em que o mesmo verificou que o produtor não era suficientemente respeitado ou reconhecido criativamente, disse:

“É frustrante. (...) Eu acho que o valor dos produtores, ou bons produtores, é dramaticamente desvalorizado nesta cidade” (Steven Golin citado em Helen De Winter, 2006: 279).

⁶ Michael Douglas, Dino De Laurentiis, Duncan Kenworthy e Andrew Macdonald, Jeremy Thomas, Marin Karmitz e Christine Vachon.

2.1.1.3- Situação dos Estados Unidos:

Entrando agora em factos históricos propriamente ditos e que refletem o percurso do produtor pela História do cinema, em 1930 a indústria cinematográfica Americana era dominada por 5 estúdios principais de estilo corporativo, algo que se prolongou pelos anos 40. Esses estúdios eram a 20th Century Fox, a MGM, a Paramount, Warner Bros. e a RKO Radio, tendo todos eles perdurado até aos dias de hoje. Alguns deles revoltaram-se contra a MPPA (Motion Picture Patents Company). Esta ficou conhecida como a Era do Sistemas de Estúdios de Hollywood.

“Os Estúdios de Hollywood com as suas “fábricas de sonho” escapistas e os seus diretores de estúdio dos “escritórios principais” (Front Office), chefes de produção, produtores e outros assistentes estavam totalmente no controlo e com a força máxima” (Dirks, 2013).

O trabalho do produtor era especializado e hierarquicamente estruturado. Os responsáveis pelos estúdios eram os cabecilhas da produção, cuja missão era fazer com que o orçamento anual de produção correspondesse aos projetos filmicos específicos, de forma a atingir uma boa percentagem de “box office”.⁷

Esta foi considerada a Era de Ouro do Cinema Americano, do cinema de Hollywood. Falar do produtor durante esta era equivalia a falar do produtor criativo. A prova disso é o livro escrito por David Lewis, “The Creative Producer- A Memoir of the Studio System”, com as suas memórias desta altura. Irvin G. Thalberg defeniu a arte de fazer filmes como um negócio criativo, no sentido em que se tem de retirar dinheiro da “box office” e que tal coisa envolve uma certa arte por parte dos seus devotos, “exigências inexoráveis da expressão criativa” (Thomas, 1969: 252). Selznick defendia que o produtor era a pessoa que na maioria das vezes era responsável pela criação do filme e que como todos os produtores criativos, ele considerava-se a si mesmo um excelente juiz de talentos e de histórias de cariz comercial, capaz de escrever, editar e de ser um exigente produtor executivo.⁸

Estas responsabilidades aqui mencionadas incluem não só decisões de cariz e natureza criativa, mas também de negócios. Selznick defendia a necessidade de o produtor ter conhecimentos não só de produção, mas de escrita de argumentos, de realização e edição.

“O produtor, hoje em dia, de forma a que seja apto a produzir corretamente, deve ser capaz não só de meramente criticar, mas de responder à velha questão *o quê* ou *porquê*. Ele deve ser capaz, se necessário, de se sentar e escrever a cena e se estiver a criticar um realizador, deve ser capaz de não dizer meramente “Eu não gosto”, mas dizer-lhe como é que ele próprio o realizaria. Ele deve ser capaz de entrar na sala de edição e se não gostar da edição da sequência, o que é mais

⁷ Vid; Alejandro Pardo, 2010; Davis, 1993; Staiger, 1985.

⁸ Vid; Selznick, 1937 e 1988.

usual de ser verdade do que não, ele deve ser capaz de reeditar a sequência”
(Selznick, 1988: 475).

Temos também o caso do produtor Mervin LeRoy que ao falar do processo de produção distinguiu e separou o produtor em duas categorias: produtor criativo e produtor administrativo de negócios, dependendo do seu envolvimento nas questões criativas ou apenas nas questões financeiras.⁹ De acordo com LeRoy, para se considerar um produtor como sendo criativo, o mesmo tem de tomar decisões nos aspetos fulcrais de um filme, como escolher a ideia, reescrever o guião, escolher o realizador e o elenco certo, ou seja, deve intervir nestes aspetos que irão, intrinsecamente, configurar o filme. Jerry Walds defendeu a mesma opinião de LeRoy num artigo publicado pelo mesmo sobre o papel do produtor.¹⁰

“Quando encontra uma propriedade, adquira-a, trabalha nela do início até ao fim e entrega o produto finalizado, tal como o concebeu, então está a produzir. Um produtor, de forma a ser merecedor desse nome, deve ser um criador” (Hal B. Wallis citado em McBride, 1983: 17).

Desde o colapso do Sistema de Estúdios de Hollywood (que decorreu a partir de 1948 atravessando os anos 50), que fazer filmes tornou-se mais complicado e dispendioso. O vácuo de poder deixado por este colapso e que logo foi ocupado por agências de talento, como foi o caso da MCA, juntamente com a competição que surgiu com a aparição da televisão nos anos 50, provocou um declínio gradual do produtor cinematográfico. Agravando-se com a aparição do cinema de autor e da sua teoria, em que o realizador era exaltado como a figura chave de uma obra cinematográfica, imagem essa que ainda perdura pela Europa. O produtor nessa época era visto como um mero financeiro ou gestor.

Nesta mesma altura, o papel do produtor dividiu-se devido à grande carga de trabalho que começou a surgir, o que fez com que se tornasse impossível tratar de tudo sozinho, pelo menos sem que demorasse uma eternidade. E é devido a isso que vemos nos filmes, principalmente nos mais comerciais ou com mais possibilidades orçamentais, uma lista interminável de produtores associados, co-produtores, produtores executivos, assistentes de produção, etc. “São poucos os indivíduos que têm todas as capacidades necessárias para controlar um filme desde a sua conceção ao seu lançamento” (Adler, 2004: 11).

A segunda metade dos anos 40 e o início dos anos 50 testemunharam a proliferação de pequenas companhias de produção promovidas por realizadores e atores, juntamente com produtores independentes, que usaram o seu estatuto artístico de forma a conseguirem termos de negócios lucrativos. Esses talentos precisavam dos produtores, visto que os mesmos lhes poderiam providenciar financiamento e distribuição com o mínimo de interferência no processo criativo.¹¹ A não ser nomes que perduraram como Selznick ou Samuel Goldwin e mais tarde Sam Spiegel, Stanley Kramer ou Walter Mirisch eram poucos os produtores

⁹ Vid; LeRoy, 1953: 189.

¹⁰ Vid; Wald, 1949 e Pardo, 2010.

¹¹ Vid; Schatz, 1983; King, 2002; Mann 2008 e Pardo, 2010.

independentes capazes de deixar a sua marca nos filmes que produziam.

A solidificação da imagem dos realizadores como sendo o principal talento e membro criativo durante os anos 60 e 70 coincidiu com o aparecimento da nova geração de cineastas Americanos que cunhavam os seus filmes com um toque bastante pessoal. Entre os mesmos estavam Arthur Penn, Sam Peckinpah, Alan Pakula, Robert Altman, Sidney Pollack, Woody Allen, Francis Ford Coppola, Martin Scorsese. Todos eles eram figuras cuja fama e celebridade ultrapassou produtores contemporâneos como Irwin Allen, Ray Stark, Robert Chartoff, Irwin Winkler, Robert Evans, David Brown.¹²

Nos anos 80, começaram a surgir artigos em revistas importantes a apelar pela reconsideração do posicionamento e papel do produtor cinematográfico. Temos como exemplo disso a publicação feita em 1982 na revista *Film Comment* de um artigo denominado “The Missing Auteur” escrito por David Thomson e a publicação feita em 1987 na *American Film* do artigo “The Producer: The Person with the Dream” escrito por Jean Paul Firstenberg, que corresponde ao mesmo ano em que a *American Film Institute* prestou uma homenagem aos produtores de cinema. Os dois autores apontam nos seus artigos que os estudantes de cinema subestimaram muitas vezes o papel do produtor. Da mesma forma, eles estabelecem uma relação entre a situação difícil que a indústria de cinema Americano estava a passar no início dos anos 80 e o empobrecimento da imagem do produtor, que segundo Pardo “a legítima competência foi várias vezes usurpada por realizadores e atores” (Pardo, 2010: 6). Segundo David Thomson, “se um fator augura a morte dos filmes é a ausência de produtores eficazes” (Thomson, 1982: 36). Durante os anos 80 e 90 surgiu uma nova geração desses produtores eficazes, que renovaram a indústria cinematográfica tanto dos Estados Unidos como da Europa. Alguns desses nomes ainda percorrem o mundo do cinema hoje em dia, como é o caso de Steven Spielberg e George Lucas, a quando produtores, Peter Guber, John Peters, Don Simpson e Jerry Bruckheimer, Arnold Kopelson, Art Linson, Scott Rudin ou Joel Silver. Graças a estes profissionais e à sua visão, os mesmos contribuíram para reavivar a indústria cinematográfica e o seu negócio da apatia sofrida, assim como para a restauração da confiança neste ofício.¹³

“Os anos 80 tornaram-se na década dos produtores e dos artesãos empreendedores como é o caso de Steven Spielberg, George Lucas e David Puttman que tomaram as rédeas criativas em Hollywood empunhando-as com um poder afinado no sucesso repetido” (Hanson & Hanson, 1986: 21).

Segundo Frank Mancuso, na altura da sua presidência na Paramount Pictures, houve um renascer de algo que já existia há muitos anos atrás na indústria, quando o mesmo tinha uma influência criativa bastante forte e conseguia realmente pôr o seu cunho pessoal nos filmes em que participava.¹⁴ Algo que se manteve até aos dias de hoje nos Estados Unidos, embora

¹² Vid; Pardo, 2010.

¹³ Vid; Alejandro Pardo, 2010.

¹⁴ Vid; Ansen & McAlevey, 1985: 85.

abafado pela ideia e conceito do cinema de autor.

2.1.1.4- Situação Europeia:

Devido à falha de uma infraestrutura regular industrial, a produção de filmes na Europa sempre foi muito mais personalizada, ou seja, foi sempre uma indústria baseada em cineastas individuais em vez de companhias de produção mais consolidadas.¹⁵

Até 1910, a maioria dos filmes distribuídos no mundo eram franceses. Através da produção e distribuição de filmes, assim como a criação de cadeias de cinemas no estrangeiro, a *Gaumont* e a *Pathé-Frères* tornaram-se bastante influentes e poderosas no mercado de cinema internacional. No início do século XX, outros países Europeus estabeleceram e criaram estúdios de cinema e começaram a produzir nacionalmente. Como foi o caso da Hungria em 1901, a Polónia em 1902, a Itália em 1905 e até mesmo de Portugal (entre 1901 e 1909, pois como foi mencionado anteriormente e no apêndice 1, não existe informação concreta). Através do poderoso cartel da *Motion Picture Patents Company*, a indústria Americana tinha permissão para restringir importações de filmes estrangeiros. Como resposta a isto, durante o ano de 1909, os fabricantes Europeus fizeram uma tentativa falhada para formar uma relação de confiança num esforço de “exercitar o controlo do mercado e racionalizar a indústria Europeia de filmes” (Higson e Maltby, 1999: 23). A Primeira Guerra Mundial deu um golpe decisivo à indústria Francesa de filmes e também a outras indústrias Europeias. Mesmo antes da Primeira Grande Guerra, o monopólio Francês do mercado cinematográfico já tinha fechado devido à falta de investimento, provocado pela falha cometida pelas companhias francesas em modernizar-se, para além da grande competição que a mesma começou a sofrer do exterior.¹⁶ Com exceção da Alemanha e a sua companhia de filmes UFA, mais nenhum país Europeu sobreviveu à Primeira Grande Guerra com uma indústria cinematográfica.¹⁷ A Primeira Guerra Mundial pôs um fim à ambição global dos empresários e marcou o início do domínio dos mercados por parte de Hollywood. A proibição do fornecimento de filmes para a Alemanha significou que a indústria nacional de filmes iria manter a sua força através da produção para mercados domésticos, ou seja, para mercado interno com pouca competitividade.¹⁸ O cinema doméstico, no final dos anos 20 início dos anos 30, representou uma Era de Ouro para alguns países, como foi o caso da Alemanha e da França. Algo que se começou a complicar, sendo trazidas pela Segunda Guerra Mundial imensas consequências para a indústria de produção doméstica de filmes.

Contudo, só após a Segunda Guerra Mundial é que os produtores cinematográficos começaram a ser vistos com outros olhos. Podendo-se quase dizer que a História do produtor

¹⁵ Vid; Anne Jackel, 2003: 35-36.

¹⁶ Vid; Sadoul, 1962; Thompson, 1985; Abel, 1993; Billard, 1995.

¹⁷ Vid; Vincendeau, 1995: xiii.

¹⁸ Vid; Anne Jackel, 2003.

na Europa começa nesse momento. “A reconstrução das indústrias cinematográficas Europeias foi liderada pelo produtor”, de tal forma que no nosso continente [Europa] “cada indústria cinematográfica Europeia tem a sua lista de “produtores criativos” famosos”, tal como Pierre Braunberger e [Anatole] Daumon em França, Alexander Korda e Emeric Pressburger na Grã-Bretanha ou mesmo Cecchi Gori e Alberto Grimaldi em Itália (Dale, 1994: 9). Segundo Drazin, Alexander Korda possuía aquela combinação peculiar de poder, personalidade e imaginação que fez com que fosse o produtor Britânico que os magnatas (*moguls*) de Hollywood levavam a sério.¹⁹ Estas qualidades não são apenas aplicáveis a Korda, mas também a todos os nomes mencionados juntamente com o seu.

Estes talentos Europeus, aludindo a David Thomson, foram substituídos por uma nova geração, cujo principal papel era a recolha de fundos em vez do seu contributo criativo, tanto que a sua função foi reduzida a mediador entre o autor e os organismos financeiros.²⁰ Geração essa trazida pela Teoria do Autor, que segundo a mesma, um filme deve refletir a visão criativa pessoal do realizador como se este fosse o autor principal. A Teoria do Autor tem influenciado a crítica desde 1954. Este método de análise cinematográfica foi originalmente associado à *Nouvelle Vague* e aos críticos de cinema Francês que escreveram para a *Cahiers du Cinéma*. Esta teoria foi desenvolvida mais tarde nos Estados Unidos através dos escritores do *The Village Voice*.

O realizador passa, assim, a ser visto como o criador do filme, algo que ainda hoje se verifica, principalmente na Europa. Esta situação manteve-se sem qualquer tipo de alterações notórias até aos anos 80, quando uma nova geração de produtores surgiu, tanto na Europa como nos Estados Unidos. Os mesmos agiam como a “origem e inspiração dos projetos e contribuíram para a restauração da indústria neste ofício- embora não de forma exclusiva” (Pardo, 2010: 6).²¹

Nos anos 90, houve uma certa ênfase colocada na função do produtor de controlar os custos do filme através de receitas. Nos países da Europa Central e Europa do Leste, mesmo antes dos anos 90 começarem, e apanhando já o seu início, os filmes eram liderados por realizadores que estavam bem estabelecidos no meio. Os mesmos tinham um estado semiautónomo dentro da área e funcionavam como entidades de produção básica. Os produtores não eram o guia nem a força por detrás do projeto. Com os fundos vindos principalmente do Estado, tanto os elencos como as equipas não precisavam de saber os custos, nem orçamentação dos projetos em que se inseriam, visto que os seus salários estavam garantidos.²² Contudo, tal como nos Estados Unidos, durante esta altura também na Europa surgiram nos anos 80 e 90 produtores “eficazes” como foi mencionado por Thomson. Como é

¹⁹ Vid; Drazin, 2002: xiii.

²⁰ Vid; Thomson, 1982: 32.

²¹ Alejandro Pardo dá o exemplo do filme *Heaven's Gate* de Michael Cimino de 1980, como o exemplo de fiasco económico, que levou a *United Artists* à banca rota, o que alertou os Estúdios de Hollywood contra a demasiada confiança depositada nos sonhos de certos *auteur's*. Conceito esse trazido pela Europa e que mudou a atitude dos Americanos face aos mesmos e durante algum tempo também a dos Europeus.

²² Vid; Iordanova, 1999^a.

o caso de Carlo Ponti, Dino De Laurentiis e Franco Cristaldi em Itália, Claude Berri, Alain Poiré ou Marin Karmitz em França, Bernd Eichinger e Dieter Geissler na Alemanha, David Puttnam, Ismail Merchant e Jeremy Thomas no Reino Unido e Andrés Vicente Gómez em Espanha.²³ Apesar de, e ao contrário dos Estados Unidos, serem poucos ou quase nenhuns os nomes aqui mencionados que são recordados ou se quer conhecidos na Europa por aqueles que não estão diretamente ligados à área de produção, e arrisco-me a dizer, e mesmo por aqueles que estão.

Hoje em dia, os papéis e estratégias do produtor variam bastante dependendo do projeto, da companhia de produção ou país onde exerce produção.

“Muitos produtores Europeus continuam a insistir que o seu papel não é simplesmente angariar financiamento, mas que é principalmente criativo. Muitas vezes em consulta com o realizador, o produtor é responsável por montar o guião, o elenco e a equipa. O produtor também supervisiona o bom funcionamento da produção durante as filmagens, e assegura a entrega do filme completo à distribuidora” (Jäckel, 2004: 35-36).

2.1.2- A IMPORTÂNCIA DA TECNOLOGIA NA INFLUÊNCIA CRIATIVA DO PRODUTOR

“Os filmes são frágeis. Perecíveis e fisicamente impermanentes. Precisam de apoio financeiro e institucional; requerem recursos técnicos, mas também intelectuais de forma a manterem a sua existência. Até algumas décadas atrás, antes das cassetes e dos Dvd’s, a presença de um filme era limitada ao momento do seu lançamento nos cinemas, e para alguns, essa fugaz existência continua a ser parte da essência do cinema” (Elsaesser, 2005: 18).

Todd Longwell, jornalista que escreveu para muitas revistas cinematográficas como *Emmy*, *American Cinematographer*, *Filmmaker*, assim como para o *Los Angeles Times*, *Weekly World News*, levantou uma pergunta bastante pertinente relativamente à evolução cinematográfica. Quanto é que a revolução digital está a afetar o processo de produção, e consecutivamente, o trabalho do produtor?²⁴

Como se pode verificar historicamente, a razão pela qual os produtores têm sido mais ou menos criativos não se deve à tecnologia, mas ao seu próprio talento e personalidade. Se os mesmos deixaram a sua marca nos filmes que produziram, para que fosse reconhecida, foi devido ao seu envolvimento pessoal nas etapas criativas, principalmente na escrita de argumento, fases de desenvolvimento, pré-produção e pós-produção, tomando decisões que afetam o resultado final. Contudo, para os produtores que são criativos, os avanços na tecnologia ajudaram e ajudam os mesmos a levar as suas ideias ainda mais longe, em que cada

²³ Vid; Dale, 1997: 289; Jäckel, 2003: 35-40; Elsaesser, 2005: 314-315.

²⁴ Vid; Longwell, 2007.

vez mais não existem limitações para a imaginação. Tudo se pode criar, seja fisicamente ou digitalmente. O que acontece não só com o produtor, mas com os outros departamentos e membros da equipa criativa (realizador, diretor de fotografia, designer de produção e/ou diretor artístico, argumentista, editor, designers de som, compositores (cuja única limitação para os mesmos, hoje em dia, é a imaginação)).²⁵ O produtor Jeremy Thomas resume isso bastante bem ao dizer que:

“O lado manufaturado do fazer cinema- atuação, estória, cinematografia, design, guarda-roupa, etc.- tudo isso se mantém. Bom é bom, seja de que era for. O que mudou foi a tecnologia. Eu penso que nós estamos a ir para uma Era de Ouro para os cineastas independentes. A tecnologia digital está a revolucionar a forma de como os filmes estão a chegar ao público e eu espero que isso nos ajude a atuar de uma forma mais eficiente” (Jeremy Thomas citado em Pham, 2006).

Em relação à criatividade por parte do produtor, a tecnologia digital tem vindo a facilitar cada vez mais a manipulação de imagem e som de forma a alcançar a aparência certa e ideal para o filme, que se tem tornado numa ferramenta de essencial aprendizagem com o objetivo de ter um total controlo no resultado final do projeto. Apesar de, na opinião de Alejandro Pardo, o impacto principal da tecnologia digital na produção cinematográfica não deve ser apenas abordada a partir do ponto de vista da criatividade, mas das variáveis da produção e do processo de produção por si só.²⁶ Tempo, qualidade e custo, são algumas variáveis às quais se deve ter em atenção e que a tecnologia digital veio alterar bastante. As fases de produção *standards*, ou seja, desenvolvimento, pré-produção, produção e pós-produção estão a alterar-se e com elas todo o processo de filmagens e de fazer filmes. O aumento da quantidade de efeitos especiais está a apagar os limites entre a fotografia principal e a pós-produção do projeto. Como consequência disso, a pré-produção está a deixar de ser uma mera preparação de filmagens passando a ser igualmente uma preparação do processo de pós-produção.²⁷

“Hoje em dia, os efeitos especiais tomam muitas formas. À medida que o *software* de efeitos especiais digitais melhora, a imaginação empurra-a mais e mais além. Muitos efeitos usam processos de *bluescreen* ou *greenscreen*. Embora concebidos durante a pré-produção juntamente com um supervisor de efeitos especiais, a maioria dos efeitos são unidos na pós-produção. O processo de produção pode incluir a criação de certos efeitos que são incorporados com outros efeitos ou que permanecem sozinhos” (Schreibman, 2012: 239).

Aquilo a que Myrl Schreibman se refere é a uma diferenciação entre efeitos especiais digitais e efeitos especiais feitos em tempo real. Sendo que os digitais são planeados durante a pré-produção e finalizados na pós-produção e durante a produção aquilo que se faz é filmar já a pensar no produto final, ou seja, de acordo com aquilo que é necessário ser feito depois em

²⁵ Vid; Ohanian & Philips, 1996.

²⁶ Vid; Pardo, 2010.

²⁷ Vid; Figgis, 2007; Vickery & Hawkins, 2008; Finney, 2010.

pós-produção, como por exemplo, remoção do *greenscreen* com a finalidade de substituição de fundo, imagens criadas em 3D digitalmente, *motion capture*, etc. Por sua vez, os efeitos especiais feitos em tempo real são planeados na pré-produção para serem filmados durante a produção, podendo ter validade por si só ou tendo de se juntar aos efeitos digitais. Dentro dos efeitos especiais em tempo real existem as categorias de efeitos mecânicos (um tiro, explosão, nevoeiro, chuva, neve, fogo, etc.) e efeitos de maquiagem (efeito que altera a aparência do ator).²⁸ Sendo que o produtor tem de ter a noção e discutir com a equipa a forma mais viável de implementar qualquer que seja o efeito especial, tanto a nível económico como criativo, como até a nível de execução, tendo de se manter atualizado sobre os diversos processos e mecanismos. Não se pense que esta evolução em específico é algo adotado apenas ou maioritariamente pelos Americanos. Os Europeus têm desenvolvido estas mesmas técnicas de igual forma, vejam-se filmes como por exemplo “La vita è bella” de 1997, cujos efeitos especiais passam despercebidos, mas existem, feitos por *Italy’s Cinecittá*.

“As casas de efeitos especiais nos territórios mais a norte de França, Alemanha e de Benelux usam algumas das tecnologias mais avançadas do mundo. Todas com o intuito de assegurar mais negócios internacionais para subscrever a programação, publicidade e produções de televisão local que actualmente apoiam os setores” (Marc, 1999: 19).

Apesar da afirmação de Meaux Saint Marc que identifica França, naquela altura, como o local com o melhor equipamento de ponta, descreve a situação desse setor como estando descontrolada, abrindo empresas todas as semanas. Sendo um grande investimento em novas tecnologias com poucos ganhos. Interessantemente, os filmes produzidos e pós-produzidos em França por franceses, desde essa altura até os dias de hoje, e que são mais conhecidos e que mais percorrem o mundo, são aqueles que menos efeitos implementam ou mesmo nenhuns, ao contrário dos filmes estrangeiros pós-produzidos e por vezes também produzidos lá.

John Landau, produtor de um dos filmes que marcou uma abertura para uma nova realidade digital no cinema, *Avatar* (2009), em que muitos defendem que a partir deste surgiu uma nova estilística de entretenimento a que muitos recusam chamar de filme, diz:

“É interessante, porque neste filme, a mistura da pré-produção, produção e pós-produção estava completa. Nós começamos a pós-produção no dia em que começamos a produção. Tínhamos um dia de fotografia ou um dia de captura, e no fim, íamos ter com a companhia de efeitos visuais” (John Landau citado em Nicholson, 2009).

Os recentes avanços nas novas tecnologias no que diz respeito a efeitos especiais e animação podem não corresponder ao gosto nacional, por assim dizer, mas têm vindo cada

²⁸ Estas duas categorias (efeitos mecânica e efeitos de maquiagem) podem funcionar em conjunto, como por exemplo, numa cena em que alguém leva um tiro, os ferimentos causados pela bala normalmente são feitos a partir de uma mistura destes dois efeitos, maquiagem e mecânico.

vez mais a preencher as expectativas dos mais novos, que são os maiores consumidores de filmes hoje em dia, principalmente de cinema considerado de entretenimento.

“Juntamente com *thrillers* cheios de ação, muitas das vezes feitos com o financiamento dos Estados Unidos, a produção de animações e efeitos refletem a tendência crescente para os Europeus de fazer filmes para o mercado internacional. Se isso ajudar no desenvolvimento de novas forças locais está longe de ser certo considerar os grandes custos da tecnologia e da chegada inevitável de maior concorrência” (Jäckel, 2003: 27).

Contudo, esta problemática a nível de custos foi-se perdendo com o passar dos anos, até aos dias de hoje. As novas tecnologias e a nova Era digital possibilitaram um maior acesso por parte do público a todo o tipo de comunicação, ao fabrico de material e aparelhos cada vez mais acessíveis financeiramente, tanto para as pessoas que estão ligadas ao cinema como para um uso mais doméstico. As DSLR que filmam em HD com uma imagem extremamente límpida e bonita, de baixo custo, torna possível “fazer-se cinema” com bastante facilidade, o que leva a uma maior competitividade na área. Economicamente é cada vez mais viável fazer-se um filme, tanto pela rapidez dos diversos processos como pelos meios atualmente utilizados para o fazer, que vão desde o desenvolvimento ao *marketing* e distribuição. Hoje em dia, é cada vez mais raro filmar-se em película devido aos elevados custos que a mesma mantém. São poucos aqueles que ainda o continuam a fazer, apenas aqueles que têm posses para tal e preferem essa opção estética. Por consequência aqueles que trabalham na área vêm-se obrigados a desenvolver a sua criatividade, visto que a procura de mentes inovadoras e criativas é cada vez maior e o acesso cada vez mais limitado.

Hoje em dia com a internet toda a gente está interligada. Em relação ao produtor:

“Os acordos através de *networking* parecem particularmente bem-adaptados à especificidade da diversa indústria filmica Europeia. Aceder a uma estrutura de *network* ajuda a atingir economias de escala e não exige necessariamente iguais recursos para se fazer disponível a todos os parceiros. O sucesso da *network* depende da sua capacidade de desenvolver estratégias coerentes e gerir uma estrutura complexa e sofisticada baseada em interesses convergentes e complementares” (Vid; Creton: 1994).

Enquanto a competição intensifica, os acordos conjuntos têm-se tornado cada vez mais comuns entre Europeus, com os produtores e fornecedores de instalações e comodidades a fazer parcerias de forma a integrarem diversas estratégias.²⁹ A internet aproxima as pessoas. É um meio de divulgação que se está a tornar cada vez mais forte. O produtor tem de ser suficientemente criativo e inovador de forma a tirar o maior proveito da mesma. Em 1996, foram levantadas algumas questões e preocupações por parte de Angus Finney. Algumas já nos atingiram outras ainda há a possibilidade de nos atingir. As mesmas questões são

²⁹ Vid; Jäckel, 2003.

colocadas face ao novo ambiente criado pelos *media* e como é que os mesmos afetam as perspetivas dos produtores, ao que o mesmo responde que:

“As boas notícias são que sem dúvidas que existirão novas formas de financiamento (...) Será um produtor sábio se pensar muito cuidadosamente acerca dos seus acordos de financiamento, e não se deixar prender numa fórmula de financiamento de cuja produção real beneficiaria, mas limitaria a sua distribuição” (Finney, 1996: 167).

Segundo Angus Finney, a chave para o produtor é trabalhar aquilo que está preso e inerente às novas formas de obter financiamentos e também trabalhar a quantidade de *tradeoffs* existentes no que diz respeito a termos de níveis de exposição, entre o novo mercado que se encontra em crescimento e *os networks* estabelecidos. Dá o exemplo, levantando questões como, será que para um produtor novato na área, ou seja, que produziu uma ou duas vezes, obter exposição nas novas redes com filmes de baixo orçamento, ainda muito simplistas, com falhas e que têm muita mais audiência do que teriam no antigo mercado e sistema de trabalho, é benéfico para os mesmos ou se o orçamento oferecido é significativo para ajudar o produto a singrar de qualquer das formas?³⁰ Perguntas essas bastante pertinentes e que ainda hoje se podem colocar, principalmente face à crescente limitação por parte da distribuição, não por ter menos formas de distribuir filmes, mas pelas formas convencionais serem cada vez menos rentáveis. As repercussões que os novos *media* trouxeram foram relativamente à crescente existência de pirataria e questões relacionadas com direitos de autor. As pessoas já não querem pagar para ver filmes ou ouvir música, vêem isso quase como um dado adquirido. A maior preocupação, hoje em dia, é de que os filmes estejam a perder cada vez mais clientes no cinema e mesmo a nível da aquisição física (como os Dvd's, Blue-rays, etc.), apesar de não estarem a perder público. O maior desafio, hoje em dia, do produtor será arranjar novos modos de distribuição, tal como o mercado dos jogos tem vindo a fazer e a desenvolver e com bastante sucesso. A pirataria é algo bastante difícil de combater e que traz prejuízos à distribuição e venda de filmes, tanto em suporte físico como nos cinemas, o que acarreta diversas repercussões. Há cada vez mais cinemas a fechar e cada vez menos aposta na produção física dos filmes, principalmente a nível de quantidade, e por consequência, há perda de dinheiro, especialmente por parte das distribuidoras. Cabe às mesmas, assim como aos produtores, revolucionarem e inovarem a forma de expor e distribuir os filmes ao público.

A revolução digital exige cada vez mais conhecimentos técnicos de filmes por parte, não só da equipa criativa, como de toda a equipa que constitui uma produção, assim como exige cada vez mais conhecimento dos hábitos do consumidor, para que se consiga controlar da melhor forma possível esta abertura para novas oportunidades em que tudo é possível. Sendo que, tal como cito mais à frente, esta mesma frase dita por Jorge Lucas: “quem controla os

³⁰ Vid; Finney, 1996.

meios da produção controla a visão criativa”³¹, palavras essas que ganham cada vez mais significado, força e intemporalidade.

³¹ George Lucas citado em Lane, 1996: 125.

2.2- Breve abordagem ao conceito de Criatividade

Antes de se abordar o papel do produtor como sendo ou não criativo, temos de ter bem assente a noção de criatividade. Afinal, o que é a criatividade e de onde é que ela nasce?

Existem várias formas de ver e definir a criatividade e há pontos em comum que se têm mantido durante os tempos. Segundo Linda Naiman, “a criatividade é o ato de transformar novas ideias, que também sejam imaginativas na realidade. A criatividade envolve dois processos: pensar e depois produzir. Inovação é a produção ou implementação de uma ideia. Se tem ideias e não as implementa, você é imaginativo, mas não é criativo” (Naiman, 2011). Veja-se também a opinião sobre o significado de criatividade fornecida por Rollo May, que defende que a criatividade é o processo de trazer algo de novo à existência e que requer paixão e compromisso. Fora do ato criativo nascem símbolos e mitos. Isso traz à nossa consciência o que estava primeiramente escondido.³² Assim como Robert Sternberg também diz que, “a criatividade é a habilidade de produzir trabalho que seja de igual forma original e apropriado [ou seja, que tenha também utilidade]. A criatividade é um tópico de amplo alcance que é importante tanto a nível individual, como a nível social para uma vasta gama de domínios de tarefas” (Sternberg, 1999: 3).

Quando Sternberg se refere à importância da criatividade a um nível individual, essa importância tem a ver com a resolução de problemas no trabalho e no dia-a-dia. Enquanto a um nível social, a criatividade pode levar a descobertas científicas, novos movimentos artísticos, novas invenções, e novos programas sociais. Ao analisarmos o trabalho do produtor cinematográfico, apercebemo-nos que o mesmo tem de conjugar os dois níveis (social e individual). Isso deve-se a uma grande competição dentro da sua área e à exigência por parte do público, assim como do mundo das artes, relativamente a aspetos relacionados à inovação e à originalidade.³³ Dentro da criatividade social existe a criatividade científica e a criatividade artística, algo que será explicado mais à frente.

2.2.1- AS VÁRIAS TEORIAS SOBRE A CRIATIVIDADE

Existem várias teorias sobre a criatividade e como a mesma surge. Não havendo nenhuma que esteja completamente errada, mas também nenhuma responde a todas as questões que são indispensáveis. É necessário sermos um pouco céticos no que toca a teorias sobre a criatividade e abordar questões como: Será que a teoria está realmente direcionada para a criatividade no seu todo, ou será que só lida com alguns “artefactos, aspetos parciais, periféricos do ato criativo?” (May, 1980: 20).

³² Vid; May, 1980.

³³ Vid; Ibid.

2.2.1.1- As Teorias de Platão e Aristóteles

A primeira grande teoria sobre a criatividade deu-se no século XX através da psicodinâmica, visto que a criatividade até aí tinha sido posta um pouco de lado pela ciência, devido às conotações que a mesma tinha com a religião. As primeiras referências à criatividade estavam ligadas a intervenções divinas, como era o caso dos poetas. Estes só poderiam criar quando a musa quisesse, ainda há pessoas que se referem às suas próprias musas como fontes de inspiração.³⁴ A poesia era vista como um dom dos poetas que se inspiravam nas musas e por conseguinte inspiravam outros. Sócrates referia-se à poesia não como uma forma de arte, mas “uma inspiração; há uma divindade que te move”, os mesmos compõem poemas não pela arte, mas porque estão inspirados e possuídos. Platão partilhava a mesma opinião, tendo referido esta mesma teoria no seu livro *República*. O mesmo também defendia, que o poeta era um imitador (*mimesis*), visto que comprometia a sua inspiração à linguagem escrita, logo acaba por imitar algo que já existe. Platão defendia que a poesia como *mimésis* era inferior, porque para ele, esta não passava de uma imitação, uma cópia da forma real que existia no ideal, no pensamento das pessoas quando as mesmas se referiam à poesia, num mundo não material. Para ele esse tipo de poesia não era criativo, era, em vez disso, uma representação escrita ou oral e não algo original. Este ideal durou até ao séc. XVIII. Embora Aristóteles já não fosse da mesma opinião de Platão. Aristóteles, no seu livro *Poética*, defendia que a poesia era mais verdadeira do que a História, pois o poeta podia fabricar verdade a partir de elementos da História em vez de contar exaustivamente os factos. O mesmo conseguia contar a verdade mais intensamente, sendo capaz de ver os padrões e temas abrangentes. “O poema define a realidade interior. Este era constituído por verdade interior e não uma conformidade exterior a versos *standard*. (...) A própria forma do poema combinada com os elementos de sintaxe da poética e posto juntamente com o “significado” denotativo cria algo para além do significado, inseparável da forma” (Encyclopedia of Creativity, 1999: 411), algo que contesta a teoria de Platão quando diz que para se ser criativo na poesia tem de se alterar a forma oral ou escrita da mesma, se não isso será uma imitação e por isso menos original.

Robert W. Weisberg no seu livro *Creativity: Beyond the Myth of Genius* de 1993, relativamente a teorias como as de Sócrates e de Platão sobre as divindades, defende que a força criativa de uma pessoa não é uma função da inspiração divina de uma forma literal. É importante desfazer o mito de forças sobrenaturais a agirem na mente de um indivíduo.

³⁴ Vid; Sternberg, 1999.

2.2.1.2- A Teoria de Darwin

Charles Darwin também tinha a sua própria teoria que se relacionava com a criatividade. Até aí a criatividade estava limitada a questões abstratas e conectada a questões maiores do que ela mesma, como “o que é o individualismo e porque é que precisamos de liberdade individual?” (Sternberg, 1999: 24). Só depois do trabalho de Darwin sobre os processos subjacentes à seleção natural é que diversas características básicas da criatividade foram trazidas a uma análise mais aprofundada, especialmente a sua capacidade de adaptação. Um papel importante que a criatividade obteve, desde que Darwin começou a resolver questões e problemáticas e se encontrava na liderança de adaptações consideradas um sucesso, foram as características individuais. Conseguimos entender isso, através do reconhecimento que os princípios básicos da Teoria Evolucionária são a diversidade e a adaptação, estando relacionados um com o outro e com a seleção natural. Como Darwin diz: “a geração da adaptação e a geração da diversidade (...) são aspetos diferentes de um único fenómeno complexo e da sua unificação interior” (Darwin citado em Sternberg, 1999: 24). O que Darwin defendeu não foi a ideia de evolução, mas sim o princípio da seleção natural; “A seleção natural irá produzir inevitavelmente adaptação” (Dennett, 1995: 42-43). A ideia que era a mais difícil de ser aceite pela maioria das pessoas foi a mais contraintuitiva de todas, visto que a evolução acontece sem previsão da mesma, a adaptação começa de forma casual, mas de forma não intencional. Efeitos esses, que são escolhidos pelo sentido de oportunidade das forças seletivas existentes no ambiente. Campbell defende que antes de Darwin havia apenas a possibilidade de pesquisar sobre a criatividade se tentássemos observar adaptações em condições do dia-a-dia que estivessem controladas.³⁵ Após Darwin surgiu Galton com a sua teoria de hereditariedade de habilidades, que irei aprofundar mais à frente.

2.2.1.3- A Teoria de Freud:

Relativamente à psicodinâmica, Freud baseou-se na ideia de que a criatividade surge através da tensão entre realidade consciente e impulsos inconscientes, propondo que os escritores e artistas produzem trabalho criativo como forma de expressar os seus desejos inconscientes. Como forma de fundamentar e suportar essa ideia, Freud estudou grandes criadores, como Leonardo Da Vinci. Segundo Vernon esses desejos inconscientes podem estar relacionados com o poder, riqueza, fama, honra ou amor.³⁶

Toda a gente usa ou já usou expressões como “tive uma ideia”, “ela apareceu do nada”, “surgiu-me de repente”, estas são várias formas de explicar uma experiência comum, que é a descoberta de ideias que se encontravam abaixo do nível de consciência. Poderemos então

³⁵ Vid; Campbell, 1960.

³⁶ Vid; Sternberg, 1999: 6.

chamar-lhe de inconsciência.³⁷ “Eu defino inconsciência como as potencialidades para a consciência ou ação que o indivíduo não pode ou não irá realizar” (May, 1980: 31). Estas potencialidades são os recursos do que poderá ser chamado de criatividade livre, ou seja, a criatividade espontânea, sem barreiras e que surge de repente, sem que seja provocada de forma consciente. A exploração de fenómenos inconscientes tem uma relação fascinante com a criatividade. “Quais são as características e a natureza da criatividade que têm como origem as profundezas inconscientes da personalidade?” (Ibid.). Normalmente, o que acontece é que um impulso inconsciente entra na mente consciente indo contra aquilo em que se esteve a tentar pensar racionalmente. O inconsciente, por assim dizer, vai contra as crenças conscientes a que estamos agarrados, a que estamos presos, e que não nos deixa chegar à solução pretendida, pois não nos deixa sair da zona de conforto (o conhecimento, ou mesmo o desconhecimento que temos sobre esse tema em questão). Carl Jung defende a existência de uma certa polaridade, que leva ao equilíbrio do ser humano, ou seja, que a consciência controla a falta de lógica e os impulsos primitivos da inconsciência e que a inconsciência impede a consciência de cair na racionalidade banal e vazia. O que justifica o facto de quanto mais estamos inconscientemente cheios de dúvidas relativamente a uma questão, mais dogmaticamente lutamos por ela nos nossos argumentos conscientes.³⁸ Henri Poincaré defende que sem os esforços do trabalho conscientemente feito e do tempo perdido com bloqueios, que são necessários, na sua opinião, para ter inspirações repentinas e que sem a “máquina do inconsciente”, como lhe chama, não teria conseguido avançar nas suas teorias e não teria produzido nada.

2.2.1.4- A Teoria de Einstein:

Muitos cientistas no ambiente da cultura Alemã acreditam que o pensamento criativo ocorre no imaginário visual e que as palavras o seguem. Este depoimento pode ser encontrado numa carta escrita por Albert Einstein a 17 de janeiro de 1944 a Jacques Hadamar. O nosso pensamento criativo, segundo Einstein, após ter feito uma introspeção sobre o pensamento, é essencialmente não-verbal.³⁹

Mas o que é esse imaginário visual? O imaginário visual (ou imagem visual), neste caso em questão, é o imaginário ou a imagem de objetos que não estão presentes na realidade.⁴⁰ “Em Alemão, a palavra intuição é *Anschauung*, que também pode ser traduzida como visualização” (Miller, 2000: 45). Segundo Kant tanto a intuição como a visualização podem

³⁷ Entenda-se por inconsciência todo o conjunto de pré-consciência, subconsciência e outras dimensões abaixo da consciência.

³⁸ Vid; Ibid.: 11.

³⁹ Entenda-se o pensamento como operações com conceitos, isto é, a criação e uso de relações funcionais definitivas entre conceitos e a coordenação de senso a estes conceitos.

⁴⁰ Não se confunda com o processo de imagens como resultado de estimulação da retina ou com imaginário mental (ou imagem mental) que é referente ao imaginário ou a imagens relacionadas aos nossos cinco sentidos.

ser abstrações de fenómenos a que a pessoa assistiu. Quanto mais abstratas as teorias científicas se tornam, também as noções de intuição e de representação visual se tornam mais abstratas. As teorias científicas ampliam o nosso imaginário visual e intuição para além dos domínios da nossa experiência diária. Segundo Kosslyn e o seu modelo de computador, os mesmos defendem que o imaginário visual é essencial para criar pensamentos científicos e que os cientistas preferem muito mais o modo de pensamento visual nas suas pesquisas.⁴¹

2.2.1.5- A Teoria da Compensação

Existe uma teoria formada por Alfred Adler, que é uma teoria de compensação criativa que defende que os seres humanos produzem arte, ciência e outros aspetos culturais de forma a compensar as suas próprias imperfeições. A deficiência de Beethoven é um dos exemplos mais conhecidos e que Adler utiliza, mostrando assim como indivíduos extremamente criativos compensam certas deficiências ou imperfeições através dos seus atos criativos. Este também defende que a civilização foi criada por seres humanos de forma a compensar a sua posição relativamente fraca no planeta terra, assim como os seus dentes e garras inadequados para viver no mundo animal. Rollo May face a esta teoria diz que:

“A teoria tem algum mérito e é uma das hipóteses que deve ser considerada pelos estudantes deste campo. Mas o seu erro é que não lida com o processo criativo como tal. Tendências compensatórias num indivíduo irão influenciar as formas que a sua criação terá, mas não explica o processo criativo. As necessidades compensatórias influenciam a tendência ou direção particular na cultura ou na ciência, mas não explicam a criação da ciência ou da cultura” (May, 1980: 20).

As teorias psicanalíticas sobre a criatividade até esta altura, ou seja, 1980, são conhecidas por caírem em duas características tendenciosas, serem redutivas, ou seja, reduzirem a criatividade a outro processo e verem normalmente a criatividade como uma característica integrante de padrões neuróticos. Conseguem-se detetar já uma tendência ao analisarmos a definição de criatividade usada recorrentemente nos círculos da psicanálítica, nos quais se defende que a mesma é a regressão ao serviço do ego. Vendo-se a regressão como o termo redutivo.

“A criatividade está certamente ligada com problemas psicológicos sérios na nossa cultura particular- Van Gogh tornou-se psicótico, Gauguin tornou-se esquizofrénico, Alan Poe era alcoólico, Virgínia Wolf tinha sérios problemas de depressão” (Ibid.).

Logicamente que a originalidade e a criatividade (entenda-se isto como criatividade social) estão associadas a pessoas que não se enquadram na sua cultura e na sua sociedade.

⁴¹ Vid; Ibid.: 278.

Daí eles conseguirem criar coisas novas. Eles têm a capacidade de quebrar a barreira do desconhecido, algo que muitos defendem como sendo características de artistas fora da sua época, visto que para a sociedade em que estão inseridos é difícil entendê-los e acolhê-los como artistas e como mentes criativamente fora do comum. Só muitos anos depois, muitas das vezes quando os mesmos já morreram, é que muitos deles são reconhecidos como tal, por isso é que caem em neuroses. O que não faz com que a criatividade seja uma característica de pessoas neuróticas. O que nos leva à questão de será que se os mesmos não sofressem de neuroses conseguiriam ser criativos? Ou será que se os mesmos fossem curados já não conseguiriam criar? Questões essas que nos levam outra vez para características redutivas. A neurose pode influenciar a forma como criam, o que não quer dizer que deixem de ser criativos.

2.2.1.6- A Teoria de António Damásio:

António Damásio defende que a criatividade por si mesma, como a habilidade de gerar novas ideias e artefactos, exige mais do que a consciência poderá alguma vez fornecer. Isto requer uma grande quantidade de factos, uma boa memória (principalmente uma grande memória de trabalho), um bom raciocínio e linguagem. Embora a consciência esteja sempre presente no processo criativo, não só porque é indispensável, mas por causa das suas revelações orientarem o processo criativo de uma maneira ou de outra, mais ou menos intensamente. Curiosamente, o que quer que seja que nós inventamos, desde normas de ética e de lei, à música e literatura, da ciência à tecnologia, são todos diretamente mandatados ou inspirados pela revelação da existência que a consciência nos provoca. De uma forma ou de outra, ela altera-a para melhor ou para pior.⁴² A memória de trabalho, como António Damásio lhe chama, pode ser encontrada nos compositores. Os maiores performers da música têm de sentir as coisas de forma profunda, em vez de apenas as intelectualizarem ou então fazê-las com grande destreza técnica. É provável que toda a outra criatividade tenha a ver, até a um certo nível, com o que a pessoa se lembra e como é que isso afeta o que ela quer fazer. A memória criativa, no caso dos compositores, deve conter algum conhecimento da história da música. Por exemplo, a pessoa tem de saber uma grande quantidade de informação de forma a ter capacidade para pensar num *medium*. Se não sabe nada sobre música, não pode fazê-la. Algo que acontece na aprendizagem para o cargo de produtor cinematográfico. Os mesmos têm de saber um pouco de tudo e de todos os cargos que um filme tem, para poderem ser criativos. Por isso, voltando ao caso da composição, quanto mais o compositor sabe sobre o que os outros escreveram e quantas mais peças conhecer, mais meios tem para criar algo novo. Até os enganos podem ser uma fonte de inspiração. Mas, toda a gente deve deixar as

⁴² Vid; Pfenninger, 2001.

suas memórias para os eventos da sua vida que realmente o inspiram. Por exemplo, duas pessoas podem estar paradas na mesma paragem de estação de comboios. Uma pessoa irá ver um pequeno amontoado de flores e pensar que elas são bonitas, mas outra pessoa irá ver essas mesmas flores e ter uma lembrança que irá fazer com que a mesma associe essas flores às flores do jardim da sua infância e terá uma revelação estranha. E quando o comboio chegar, essa pessoa terá de voltar à realidade, como se de um sonho se tratasse. Esse sentimento é muito estimulante. No caso do compositor ele não desenha as flores, mas pode-se sentir inspirado a compor por causa do ritmo transmitido por essa associação. Veja-se um exemplo cinematográfico, na curta-metragem “Kom” de Marianne Olsen Ulrichsen de 1995⁴³, a personagem principal tem uma lembrança do passado ao pegar num relógio de bolso, algo que para outra pessoa seria apenas um belo relógio, mas para a mesma tinha uma grande conotação sentimental à sua juventude no passado e como o obteve. Se virmos bem, todas estas teorias se relacionam, de alguma forma, umas com as outras.



Fig. 3- “Kom” realizado por Marianne Ulrichsen, 1995⁴⁴

2.2.1.7- A Teoria da Neurociência:

A neurociência também possui a sua própria teoria, que por muitos é considerada a mais próxima da realidade. Quando a neurociência começou a estudar o sistema visual com técnicas modernas, ou seja, técnicas que nos permitiram monitorizar as respostas de neurónios de forma individual, descobriu-se que o cérebro consegue suportar informação, no seu máximo, de uma imagem que esteja fragmentada, unindo-a mentalmente e identificando o que

⁴³ Filme este de que tomei conhecimento em 2011 numa Masterclass dada por Richard Raskin no Palácio de Cristal.

⁴⁴ Disponível em [WWW:<URL:http://article.wn.com/view/2010/10/27/Timoteij_a_new_band_Koming_from_Sweden/>](http://article.wn.com/view/2010/10/27/Timoteij_a_new_band_Koming_from_Sweden/). [Consult. 8 de novembro de 2012].

está a tentar representar de forma automática, assim como de uma imagem que esteja bastante alterada em termos de cores e texturas, daquilo que está a representar.⁴⁵

“O todo é melhor que a soma das partes” (Hothersall, 2004: vii). “Os próprios Gestaltistas estudaram uma porção da criatividade- interiormente- mas o seu estudo nunca foi muito para além de etiquetar, como oposição a caracterizar, a natureza do interior” (Sternberg, 1999: 6). Muitas artes envolvem realidades abstratas. As imagens criadas, nem que sejam pelos artistas mais representativos não são cópias literais do mundo, mas em vez disso, essas imagens são uma abstração que nos fazem usar qualidades selecionadas do assunto. Ao menos, algumas das formas em que esta abstração é realizada não é um produto de uma escolha livre, em vez disso, a nossa abstração da realidade é determinada pela forma que o nosso cérebro tem de transformar o mundo que nós vemos ou os tipos de transformações que o nosso cérebro aplica ao mundo que percebemos. Uma componente chave da criatividade na arte ou mesmo na ciência, envolve o manuseamento hábil de um número de elementos formais, assim como a linha e a cor. Contudo, devido à forma como o cérebro processa as imagens visuais, o artista não está livre de definir os elementos formais a serem usados. Esta escolha é feita entre uma série de elementos que são naturais. Por exemplo, podemos ter uma imagem de um vaso extremamente realista e essa mesma imagem feita só com uma linha. Nas duas situações nós conseguimos identificar que se trata do mesmo objeto. Veja-se o exemplo do filme “Frida” de 2002, os espectadores conhecendo o trabalho de Frida Kahlo conseguem identificar uma imagem em movimento referencial a uma pintura de Frida. Identificamos a imagem como sendo a mesma coisa, quando na realidade o que estamos a ver são atores a recriar fisicamente o quadro e não o quadro em si feito pela pintora (veja-se a Fig. 4 e 5). Para nós é fácil reconhecer um objeto, uma cara, etc. só com uma imagem abstrata. É algo natural para nós, mas por exemplo, para um computador é extremamente difícil reconhecer que uma imagem de um vaso pintado de forma realista e uma imagem desse mesmo vaso desenhado só com uma linha são a mesma imagem.

⁴⁵ Esta teoria está relacionada com a teoria de GESTALT, entenda-se pela mesma a essência ou o formato de uma entidade na sua forma completa, o efeito de Gestalt é a capacidade de gerar formas a partir dos nossos sentidos, especialmente, a visão.



Fig. 4- Filme “Frida” de Julie Taymor (2002) ⁴⁶



Fig. 5- "Frida and Diego Rivera" (1931) ⁴⁷

2.2.2- A CRIATIVIDADE SOCIAL

Após esta apresentação de várias teorias sobre como surge a criatividade é bastante importante fazer uma diferenciação de tipos de criatividade. Existem dois grandes tipos de criatividade, a social e a individual. Dentro da criatividade social temos a criatividade científica e a criatividade artística. Tendo isto tudo já sido mencionado anteriormente. Quando se define criatividade dentro da arte deve-se fazer uma distinção entre criatividade como esteticismo superficial (pseudo forma) e a criatividade como o processo de trazer algo de novo à existência. A distinção mais importante é entre a arte como artifício e arte genuína, sendo esta uma distinção pela qual artistas e filósofos têm lutado ao longo dos séculos para clarificar. Platão rebaixou poetas e artistas, pois defendia que estes só lidavam com aparências e não com a realidade propriamente dita (mimésis). Estando-se a referir à arte como decoração, uma forma de tornar a vida mais bonita e o lidar com semelhanças.

No *Symposium*, Platão descreve os *trae artists*, aqueles que criam uma nova realidade. Esses artistas e outras pessoas criativas são aqueles que expressam o próprio ser. Sendo aqueles que abrem os horizontes da consciência dos seres humanos. A sua criatividade é a

⁴⁶ Disponível em WWW: <URL: <http://www.artquotes.net/masters/frida-kahlo/frida-and-diego.htm>>. [Consult. 20 de novembro de 2012].

⁴⁷ Disponível em WWW: <URL: <http://www.sfmoma.org/explore/collection/artwork/15228>> [Consult. 20 de novembro de 2012].

manifestação mais básica do ser humano de cumprirem a sua própria existência no mundo. Por isso, ao longo destes capítulos e subcapítulos, quando há uma referência à criatividade na arte é uma referência à arte como a criação de algo novo e não como artifício ou decoração, a menos que seja indicado.

O trabalho criativo na ciência é caracterizado, não pelo significado da descoberta que apresenta (o seu conteúdo), mas pela elegância e a natureza conclusiva das suas experiências e da sua dedução lógicas. O que leva diretamente à controvérsia entre a descoberta na ciência e a criação na arte. A criatividade social só se aplica à arte e à ciência, porque são as únicas áreas que procuram uma representação visual dos vários mundos, tanto dos mundos visíveis como invisíveis e procuram extrair algo de novo dos mesmos. Por exemplo, a formulação matemática de teorias físicas é um meio para perceber mundos para além das percepções sensoriais. São as únicas áreas que ao trazerem algo totalmente inovador tem um grande impacto social, maior do que o de qualquer outra área. Para além de que todas as áreas profissionais ou até meros *hobbies*, ou estão ligadas à arte ou à ciência, sejam elas quais forem. Até um empregado de café tem de saber fazer contas para dar o troco ao cliente e ao fazê-lo está a recorrer à matemática, que se enquadra na categoria de ciência. Tanto a arte como a ciência exploram os nossos mundos de forma a adquirir novos conhecimentos, mas as suas características criativas residem na originalidade e poder dos novos contextos que o criador gera de forma a revelar toda a profundidade introspetiva. Gunther Stent diz que “a arte e a ciência são áreas fortemente relacionadas de operações de esforço numa temática contínua, mas expressas em linguagens diferentes” (Pfenninger, 2001: 213). A ciência e a arte estão provavelmente mais ligadas do que alguma vez estiveram, mesmo que não o pareça. Veja-se os seguintes exemplos:

“Tom Stoppard que escreveu uma peça, *Arcadia*, sobre a teoria do caos, os compositores Xenakis e Babbitt inspiraram-se em fórmulas matemáticas, Françoise Gilot revela o seu interesse por física e biologia, Benoit Mandelbrot (conhecido como o fundador da Geometria Fractal) discutiu as propriedades fractais de pinturas e esculturas e David Rogers (um grande Físico, conhecido pelo seu trabalho relativamente a doenças infecciosas, incluindo a Sida) fala do ato de equilíbrio entre a sua vida em ciência biomédica e esculturas de madeira” (Ibid.: 214).

Há uma pergunta que é levantada e que pode surgir a muita gente: A curiosidade por si só não levaria a mente de qualquer pessoa criativa a explorar os avanços de qualquer uma ou de ambas as áreas, arte moderna e ciência? Existem barreiras. Contudo, tal como pensadores criativos exploram novos contextos no seu interior e mundos exteriores. Frequentemente eles têm de quebrar com as tradições para que novos trabalhos criativos sejam menos familiares ou até mesmo chocantes. Por exemplo, nas pinturas abstratas e nas esculturas não são passíveis da mesma interpretação literal como as obras de arte realistas e tradicionais o são. Hoje em dia os trabalhos científicos apresentam um problema semelhante, visto que é necessário um grande conhecimento e especializações para entender estes trabalhos, o que fazem com que os

mesmos sejam menos acessíveis. Para além disso, as suas potenciais consequências, por exemplo, a clonagem molecular e tecnologia nuclear, podem afastar aqueles que não sejam cientistas. O que faz com que a fragmentação resulte, o problema é que à medida que a nossa compreensão face ao Universo aumenta a fragmentação ou as aproximações reducionistas provam ser cada vez menos satisfatórias. O desejo pelo conhecimento e pela compreensão do nosso mundo interior está a crescer cada vez mais rapidamente. Há quem defenda que só uma aliança entre a arte e a ciência e possivelmente até uma fusão entre as mesmas numa cultura única irá satisfazer essa necessidade.

2.2.3- A DESCOBERTA DO DESCONHECIDO OU O MANTER DO FAMILIAR

Para se ser socialmente criativo, tem de se sair da zona de conforto e explorar o desconhecido. Por exemplo: pintar é algo físico, só que o método de se manter focado, concentrado e a tentativa de criar dentro das linhas limitativas, fazem com que haja todo o tipo de elementos que não podem ser quantificados. A melhor solução não surge apenas por se manterem dentro desses limites. Até um pintor que esteja possuído, ou seja, que tem uma ideia na mente e que não autoriza que outra ideia se meta no seu caminho, pode olhar para a sua tela e aperceber-se que de repente algo de inesperado aconteceu. É possível focarmo-nos em algo e continuar a combinar elementos de uma nova forma, devendo-se esperar sempre o inesperado. O desconhecido mantém-se escondido e quando aparece, o pintor ascende a um novo nível (criatividade social e não apenas individual). O pintor, como qualquer outro artista, inicia num nível que é bastante pedestre e usa um número limitado de equipamento para começar. A um certo ponto, alguma coisa surge e a pintura deixa de ser apenas constituída por ideias intelectuais, pensamentos matemáticos, simplesmente a estrutura, uma referência tangencial do seu próprio conhecimento da arte, do passado e do presente ou mesmo uma expressão da sua própria vontade para criar. Alguma coisa começa a aparecer e é o desconhecido (criatividade social). O antigo é algo confortável e familiar. É tranquilizante quando uma pintura se parece um bocado com o trabalho de outro pintor, porque assim é fácil, assim é permitido dizer que não pode ser assim tão mau se é parecido com o trabalho de um pintor socialmente conhecido, visto que se for esse o caso será elogiado. Mas quando se vê algo de novo que nunca foi visto, isso é entendido como estranho. A intensidade e a força de um pintor são medidas pela capacidade do artista se aventurar nessa região desconhecida, para além da consciência intelectual, para além daquilo que está apenas na sua cabeça e daquilo que é apenas de uma parte do seu trabalho inicial, algo que não consegue reconhecer.⁴⁸

A função do produtor é saber reconhecer e detetar a capacidade que certos elementos da área têm para atingir esse grau de desconhecimento e retirar deles o que têm de melhor. A

⁴⁸ Vid; Pfenninger, 2001: 172.

criatividade social e exploração do desconhecido por parte do produtor são feitas através do reconhecimento do talento dos outros e de explorá-los de forma a criar algo de novo. A tendência que um produtor tem é agarrar-se àquilo que lhe é familiar, o gosto do público, pois é o público, que de certa forma irá ditar a qualidade do produto final e tal como qualquer artista, por vezes tem de passar pela rejeição para chegar à aceitação. Só que no cinema é bastante arriscado, porque acima de tudo a indústria cinematográfica é isso mesmo, uma indústria e o seu objetivo é vender. O que não quer dizer que se tem de recorrer sempre àquilo que as pessoas querem ver. O desafio do produtor, nestes casos, é explorar de tal forma aquilo que já foi feito e que é confortável, de maneira a trazer algo novo e que as pessoas aceitem, mesmo estranhando, dependendo das suas intenções, porque como Fernando Pessoa diz, “primeiro estranha-se e depois entranha-se” e esse é o primeiro passo para se chegar ao desconhecido e de forma construtiva, fazendo com que os outros estranhem, mas não o neguem. Se o produtor é um produtor independente e o seu objetivo é explorar e apostar num projeto inovador, algo que ele queira fazer, seja uma paixão sua, o seu interesse não está em fazer lucros, mas explorar o seu eu interior, aquilo que lhe diz algo e àqueles que irão trabalhar com ele nessa aquisição. O que não se torna assim tão distinto de um pintor, embora o pintor trabalhe sozinho e o produtor com uma equipa enorme. O que se torna realmente desafiante é fazer isso tudo e ainda conseguir apelar ao público, porque também esse é o objetivo do pintor. Só que no caso do produtor, os seus materiais de trabalho são os outros elementos da equipa, que ele escolhe cautelosamente e os junta de forma a conseguir obter a sua tela, visto que quem a pinta e dirige “os materiais” é o realizador.

2.2.4- IMPULSO CRIATIVO

Mas de onde vem o impulso criativo? Porque é que temos necessidade de ser criativos?

Robert W. Weisberg defende que todos os cérebros são feitos da mesma maneira.⁴⁹ Sobre o qual Pfenninger refuta dizendo que:

“Mesmo pensando-se que eles possam parecer iguais, cérebros diferentes realizam funções um pouco diferentes. À superfície, o cérebro de um génio parece exatamente igual a um cérebro normal” (Pfenninger, 2001: 215).

Esse depoimento tornou-se uma grande desilusão para os anatomistas que descobriram diferenças. O seu conceito também conhecido como Frenologia, foi substituído por outro que é um modelo semelhantemente simplista derivado da descoberta de neurotransmissores, balanços químicos que determinam as habilidades ou as deficiências de um cérebro. Esta reencarnação química da Frenologia ignora, novamente, o facto de as funções cerebrais dependerem da combinação de ações de um vasto número de circuitos neuronais que inclui

⁴⁹ Vid; Robert Weisberg: 1993.

vários tipos diferentes de sinapses, cada uma com a sua própria química. Janina Galler defende que a privação na infância pode resultar numa mudança permanente das funções cerebrais. Assim como António Damásio, Charles Stevens e Pfenninger explicam as complexas vias por onde a informação sensorial é processada e recriada no cérebro e referem como é que a função modela os circuitos cerebrais. Também Bruce Adolphe defende que a música dá formas ao músico, molda o músico.⁵⁰

George Palade (vencedor de um prémio Nobel em Fisiologia em 1974) diz que a criatividade é apenas uma condição humana e que é genética.⁵¹ Algo que foi também defendido por Francis Galton, cuja sua maior contribuição para a pesquisa da criatividade, foi a sua escolha de supremacia a alcançar, as famílias como exemplos de hereditariedade de habilidades e que George Palade aprofundou. Este ponto é refletido nos conhecidos fenómenos de um especial talento herdado como, por exemplo, em famílias de músicos como Bach ou Mozart. A questão de se ter familiares próximos, como pais e filhos, que também têm um dom na mesma área que os pais, não se verifica apenas na música, veja-se o exemplo de Francis Ford Coppola e Sofia Coppola, ou mesmo na área de produção, Albert R. Broccoli que continua a ser lembrado como “o mais conhecido produtor cineasta que alguma vez viveu” (Winter, 2006: 28), devido ao sucesso que adquiriu com a adaptação dos livros sobre James Bond para cinema (veja-se a Fig.6) e cuja filha, Barbara Broccoli lhe seguiu os passos e continua a ter um grande sucesso com o legado que o pai lhe deixou, os filmes de James Bond (veja-se a Fig.7). Atualmente já se sabe que a transmissão de “dons” criativos, de pais para filhos, não se deve ao facto de a criatividade ser algo genético. As características ligadas à personalidade de uma pessoa não são transmitidas geneticamente, apenas as características físicas o são. O que faz com que pais e filhos e pessoas da mesma família possam ter “o mesmo talento herdado” é a plasticidade do cérebro. A capacidade que o mesmo tem para se moldar a certos ambientes sociais, culturais e familiares e de absorver a informação com que mais se identifica. Se o individuo conviver bastante com o pai que é produtor e mostrar o mesmo interesse pela produção desde cedo, é bastante propício que ele se torne produtor e que tenha um estilo parecido ao do pai na sua fase inicial de carreira, que foi o que aconteceu no caso da família Broccoli.

⁵⁰ Vid; Pfenninger, 2001: 216.

⁵¹ Vid; Palade, 1975: 189.



Fig.6- “007- Licence to Kill” de 1989
Último filme em que Albert Broccoli foi produtor
(e em que foi creditado, não confundir com consultor
de produção)⁵³



Fig.7- “007- Skyfall” de 2012- Último filme
produzido por Barbara Broccoli⁵²

Segundo George Palade, uma das características mais significativas e únicas do *Homo sapiens* é a criatividade, veja-se a criatividade neste contexto como a habilidade do cérebro humano de resolver soluções para todo o tipo de problemas, desde o mais antigo e aparentemente o mais simples, como é o caso da comunicação verbal e a construção de ferramentas, até à mais recente e mais elaborada, como a engenharia genética ou o controlo de tráfego de membrana e de proteínas nas células. Só que a criatividade é expressa na população humana de uma forma bastante desigual. Nós estamos mais interessados nos níveis mais altos de criatividade porque estes são os que afetam mais o desenvolvimento das civilizações humanas. Juntamente com a capacidade de resolver problemas, a mente criativa reconhece novos problemas como o resultado de um diálogo contínuo com o mundo que o envolve. Se esta é a definição de criatividade então para além da criatividade estar limitada à espécie humana, a criatividade é comum a todos, está nos genes dos seres humanos. Segundo George Palade, nós podemos imaginar que devido à combinação certa de genes, uma pessoa adquire mais sinapses, algumas conexões a mais na circuitação e isso pode querer dizer muitas modificações subtis na circuitação. A mente de um tal indivíduo, como resultado dessas mudanças, pode atingir um nível alto de criatividade.⁵⁴

Todas estas observações sugerem que as diferenças subtis entre cérebros normais de seres

⁵² Disponível em WWW: <[URL:http://www.imdb.com/title/tt1074638/](http://www.imdb.com/title/tt1074638/)>. [Consult. 20 de novembro de 2012].

⁵³ Disponível em WWW: [URL:http://www.imdb.com/title/tt0097742/](http://www.imdb.com/title/tt0097742/). [Consult.20 de novembro de 2012].

⁵⁴ Vid; Pfenninger, 2001.

humanos os torna mais ou menos criativos. Em relação a isto temos o depoimento de Howard Gardner que menciona que uma pessoa pode saber tudo sobre os neuro-circuitos existentes na cabeça de alguém e mesmo assim não saberia se essa pessoa era criativa ou não. Podemos concluir assim que não existe nenhuma relação entre os circuitos cerebrais e a criatividade.⁵⁵ Embora o que Gardner defende esteja correto, não porque os circuitos neuronais sejam irrelevantes ou idênticos de pessoa para pessoa, de inteligências e/ou criatividade variadas, mas porque, em primeiro lugar, ainda não somos capazes de analisar todo o circuito cerebral de um ser humano e como é que cada um funciona detalhadamente em particular e em conjunto. Mesmo que já fosse possível, não conseguiríamos saber quantos desvios à norma dos circuitos iam ser relevantes a nível funcional.⁵⁶ Para além de que a funcionalidade de sistemas tão complexos como os do cérebro, está dependente de uma grande variante de determinantes que são parcialmente desconhecidas ou não são medíveis sem introduzir perturbações e diferenças muito pequenas nos determinantes que podem ter consequências muito grandes para a funcionalidade do conjunto. Se virmos bem, o que Gardner defende está certo pelas razões erradas, visto que falhou ao dissociar o comportamento criativo dos circuitos cerebrais e do seu funcionamento sem ter o conhecimento total do que dizia, visto que ainda não existem meios para tal. Damásio apresenta uma explicação neurobiológica da mente que diz que o cérebro do ser humano é caracterizado por uma abundância de caminhos recursivos e bidirecionais que interconectam com áreas corticais mantendo representações traçadas com áreas superiores associadas que armazenam disposições adquiridas de representações que não estão traçadas, ou seja, abstratas. Essas representações traçadas, ou seja, imagens mentais, podem ser guiadas por uma entrada sensorial assim como por maiores áreas associadas. É esta característica funcional do córtex cerebral que nos permite gerar representações mentais internas, ou seja, que nos dá a mente. Por isso, as diferenças na abundância e natureza de recursos e de caminhos bidirecionais no córtex cerebral podem resultar em diferentes poderes mentais. O que nos leva a concluir que um trabalho importante e inovador que esteja ligado à arte e à ciência é o produto de um cérebro particularmente capaz disso. A resposta para a origem da criatividade deve ser procurada na biologia do cérebro. Qualquer teoria sobre criatividade deve ser consistente e integrada juntamente com a compreensão contemporânea da funcionalidade do cérebro.⁵⁷

⁵⁵ Vid; H. Gardner, 1993a.

⁵⁶ Tendo-se a norma como o maior número existente de semelhanças a um determinado circuito.

⁵⁷ Vid; Pfenninger, 2001.

2.2.5- QUEM É CRIATIVO?

Mas será que é assim que se determina a criatividade? Quem é realmente criativo?

Se virmos bem uma pessoa criativa é aquela que afeta a vida dos outros. Existe um triângulo criativo baseado no trabalho pioneiro de Mihaly Csikszentmihalyi (um grande psicólogo da sua geração), que envolve o relacionamento entre a criança e o mestre, uma pessoa e o trabalho em que está envolvido e um indivíduo e outra pessoa do seu mundo. Se virem nesse triângulo existe o domínio, o campo e o indivíduo. O domínio é o sistema de símbolos com os quais cada indivíduo trabalha.⁵⁸ Veja-se o exemplo de Pablo Picasso que era um artista que lidava com cores, texturas, linhas e formas, que é o sistema de símbolos tradicional da sua área. Ou mesmo o exemplo do produtor, que tem de saber quais os elementos necessários para fazer um filme, onde e como os contactar, determinar o tempo e o fator custo envolvido e ajustar o argumento, tem de saber fazer uma calendarização adequada, preparar castings, etc, etc. Sendo estes alguns dos elementos básicos que quando são desenvolvidos vão ganhando forma e complexidade, entrando cada vez mais elementos nos mesmos, como por exemplo, ao fazer casting tem de ter em conta a contratação, ou não, de um ou mais atores ou atrizes famosas se quer ter apoios monetário e se quer que o filme tenha mais aderência. Este é o tipo de lógica que alguns produtores utilizam quando não têm muitas formas de obter dinheiro, porque não têm ninguém conceituado na sua equipa por questões monetárias ou falta de contactos imponentes e quando não têm ainda reconhecimento na sua área.⁵⁹

Cada indivíduo trabalha numa área que domina e usa a linguagem corrente ou molda essa linguagem, mudando-a de forma a se identificar com ela ou cria uma nova. O domínio é a base do conhecimento que pratica para ser controlado pelas novas gerações. O termo “campo” é algo a que se deve ter em atenção quando se obtém esse domínio.⁶⁰ Temos como exemplo o campo da arte, os donos da galeria, agentes, pessoas que trabalham nas áreas das artes, críticos e colegas, que selecionam determinados indivíduos dignos de uma atenção especial. Temos o exemplo de Hitchcock que era e ainda é considerado um mestre no seu domínio pelas produtoras, críticos e cineastas (colegas da sua área), que constituem esse campo e que muitos se inspiram no mesmo e nas técnicas que inventou. Martin Scorsese, por exemplo, um realizador bastante influente, utilizou uma técnica criada por Hitchcock no seu filme *Goodfellas*, mas neste caso com outro intuito.⁶¹ Este efeito aparece numa conversa entre as personagens de Robert De Niro e de Ray Liotta, que se encontram num café, tendo como intenção transmitir um choque emocional e a forma como as personagens a este ponto se estão

⁵⁸ Vid; Csikszentmihalyi, 1996.

⁵⁹ Vid; Light, 1997.

⁶⁰ Sendo o campo os julgamentos e instituições que decidem quem é um grande talento numa determinada área, ou um grupo de indivíduos conhecedores que criticam a qualidade de um novo trabalho no domínio.

⁶¹ A técnica criada por Hitchcock, aplicada pelo mesmo no seu filme *Vertigo*, *dolly in* e *zoom out*, tecnicamente conhecido como Compressão Ótica, que no caso de Hitchcock era para dar uma sensação de vertigem.

a tornar cada vez mais paranóicas.



Fig.8- “Vertigo” de Hitchcock, (1958) - Cena de Compressão ótica⁶²



Fig.9- “Goodfellas” de Martin Scorsese, (1990) - Cena de Compressão Ótica⁶³

A criatividade e as pessoas extremamente criativas, só podem ser compreendidas através da análise da interação dinâmica do indivíduo com estes três pontos do triângulo (domínio, campo e o indivíduo) que o definem como criativo.⁶⁴

O processo criativo deve ser visto como a expressão do indivíduo comum no ato de se atualizar a ele mesmo, ou seja, é o método que as pessoas têm de se expressar de forma a resolverem certas situações complexas ou não, que fazem com que aprendam e evoluam com isso, atualizando o seu conhecimento e a forma como o mesmo contribui para a sua evolução. Poderá ser algo inovador apenas para elas ou atingir uma escala social. A primeira coisa que

⁶²Disponível em WWW: [URL:http://daniellewiscmp.wordpress.com/2009/11/09/](http://daniellewiscmp.wordpress.com/2009/11/09/). [Consult. 21 de novembro de 2012].

⁶³Disponível em WWW: [URL:http://www.screened.com/dolly-zoom/27-87/](http://www.screened.com/dolly-zoom/27-87/). [Consult. 21 de novembro de 2012].

⁶⁴ Vid: Pfenninger, 2001.

se nota num ato criativo é um encontro. Os artistas encontram a paisagem ou o cenário que eles se propõem a pintar. Eles olham, observam de todos os ângulos antes de pintar, estando absorvidos no cenário. Ou então no caso dos pintores abstratos, o encontro pode ser feito com uma ideia, uma visão interior que pode ser conduzida pelas cores da paleta ou a brancura áspera da tela, assim como no caso dos produtores, que encontram uma história ou uma ideia que querem reproduzir cinematograficamente e é conduzida pelos outros elementos da equipa selecionados por este. A pintura, a tela e os materiais tornam-se algo secundário neste encontro, os mesmos são a sua linguagem, o meio, tal como acontece com o produtor e os elementos que constituem a equipa, que nesta fase são secundários. Ou no caso dos cientistas que confrontam a sua experiência, as suas tarefas de laboratório numa situação semelhante ou num encontro semelhante. Este encontro poderá envolver ou não um esforço voluntário. Por exemplo, uma criança quando brinca, também possui as mesmas características do encontro e nós sabemos que é um dos protótipos importante da criatividade adulta.⁶⁵

“O ponto essencial não é a presença ou ausência do esforço voluntário, mas o grau de absorção e de intensidade. Tem de haver uma certa qualidade de compromisso” (May, 1980: 24).

2.2.6- O QUE É NECESSÁRIO PARA SE SER SOCIALMENTE CRIATIVO?

Supostamente, se toda a gente consegue e é individualmente criativo, como é que poderão ser socialmente criativas? Que tipos de características são necessárias para se ser considerado socialmente criativo?

Pfenninger diz que é necessário ter-se alguns requisitos para se ser socialmente criativo, como é o caso da motivação e da coragem, pois acha que a coragem é importante para um artista, assim como para um cientista. Tem de se ser ambicioso para se querer fazer o trabalho e tem de se ter coragem para enfrentar as críticas e rejeições. Também se deve ter bastante experiência e aprendizagem, sendo que esta segunda descreve uma coleção de atributos críticos que incluem perícia, opinião, conhecimento, competências técnicas e estudos ou saber. Se pensarmos naqueles que produziram trabalhos importantes de arte ou ciência e tentarmos identificar características que todos partilham a aprendizagem é de certeza uma delas. Os grandes criadores são altamente especializados, têm um conhecimento extensivo dentro da sua área e sabem o que funciona e o que não funciona. Eles sabem o que é original e o que não é, do que é que as pessoas gostam e não gostam, o que elas admiram ou não, eles sabem como se pode atingir um resultado final. Se não sabe bastante sobre como se manipula os componentes criativos, que é a técnica necessária para um trabalho científico ou artístico, é pouco provável que se torne num artista ou num cientista de sucesso. Embora seja possível que alguém sem uma grande experiência estética possa produzir uma peça de arte

⁶⁵ May, 1980: 22

interessante, é improvável que essa mesma pessoa continue a criar peças significantes. Outro dos requisitos, que é aplicado maioritariamente às artes é ser-se capaz de saber como é que a sua própria mente funciona e como é que a mente dos outros funciona, sendo um pré-requisito subjacente para criar boa arte. “A boa arte é impensável sem este conhecimento” (Pfenninger, 2001: 64). Outro dos requisitos é ter a habilidade de gerar, ou seja, trazer até à sua mente consciente uma variedade de combinações de entidades e partes de entidades como imagens. Essas imagens são solicitadas por um estímulo que vem tanto do mundo exterior como do interior. Também se deve ter uma grande memória de trabalho, ou seja, é aquilo que nos permite reter e gerar representações internamente, e que também mantém essa representação ativa e de operar nos mesmos, que é rearranjá-las no espaço, recombina-las. Por exemplo, se alguém pedir para repetir um número de telemóvel, a pessoa pode fazer isso através da memória de curto prazo, isto não requer memória de trabalho, mas se essa mesma pessoa pedir para decorar o número e pedir que diga esse mesmo número de trás para a frente, isso já requer memória de trabalho. A criatividade provavelmente requer a habilidade de manipular itens e partes de itens nessas representações para que novas combinações sejam criadas.

Os dois últimos requisitos são a capacidade de reconhecer novas representações, ou seja, a capacidade de avaliar o valor estético ou científico de certos itens ou combinações de itens e decidir se são realmente novos e merecem ser salvos. Tanto quanto a preocupação das seleções estéticas, um aspeto chave do seu aperfeiçoamento, é a habilidade de reconhecer quando uma configuração em particular que tem sido retida na memória de trabalho é provável que produza uma emoção noutros, assim como em si mesmo. Por último, tomar decisões. Se a pessoa não tem capacidade de decisão, de passar pelo processo gradual de escolha do que se deve manter e o que se deve descartar irá bloquear a possibilidade de atingir o melhor resultado.

Ao contrário do que muita gente pensa, não é preciso ter-se um grande QI para se ser criativo, segundo Pfenninger e como muitas pesquisas analisadas por este mostraram, se a pessoa encaixar em todas as habilidades mencionadas, segundo o mesmo, já será considerada socialmente criativa.

2.3- Para uma tipologia da função de Produtor Cinematográfico

Dentro da área Cinematográfica existem várias funções que envolvem as palavras “produção” ou “produtor”, o que leva a que muita gente automaticamente associe o trabalho destes elementos ao trabalho que o produtor tem de desempenhar, quando muitas das vezes, não é algo que lhe compete fazer. Devido aos baixos recursos económicos existentes para cinema em muitos países, ou por vezes nem isso, principalmente nos países Europeus, essas funções que estão delegadas a vários elementos distintos acabam realmente por se misturar com as funções do produtor, visto que se relacionam com questões de produção. Sendo essa a origem de uma certa confusão em relação ao que é que o produtor realmente faz.

Mas iremos por partes, distinguindo primeiro o que é que o produtor, em circunstâncias normais e com fundos e recursos suficientes para ter todos os elementos de equipa necessários, não faz. Começamos então por distinguir as principais funções que também têm “produtor” e “produção” no nome.

Convém lembrar que a distinção aqui apresentada apenas envolve funções ligadas ao cinema, por isso, podem haver funções que não estão aqui designadas, ou cujas tarefas pareçam ligeiramente diferentes, porque se incluem dentro do mundo televisivo e não no cinematográfico.

2.3.1- Assistente de Produtor (Producer's Assistant):

O assistente de produtor é o assistente. Noutra altura, noutra local, noutra década seria chamado de secretária, hoje em dia chamam-lhe assistentes de produtor. É a pessoa que contacta as agências de atores, ou no caso de outros países como Portugal em que não existem sindicatos ou a maioria dos atores não são agenciados, mandam a informação para os locais chave, que a maioria dos atores (conhecidos ou não) sem contratos individuais consulta (como é o caso do blog português *coffeepaste*). Relativamente a outros países ou locais, como é o caso de alguns sítios da Europa e nos Estados Unidos, que não utilizam estes métodos, devido à situação legal do país em que os atores têm de estar filiados a Sindicatos para poderem exercer a sua profissão de ator a longo prazo, os assistentes de produtor contactam os Sindicatos de Atores para obter a documentação necessária. No caso de Portugal, é o produtor juntamente com um advogado, especializado na área, que trata da documentação necessária relativa aos atores. No contexto Académico é a própria Universidade que fornece essa documentação e é o assistente de produtor, quando o mesmo existe, que trata disso. Também é ele que contacta os elementos da equipa, incluindo atores, a pedido do produtor para os informar de alguma coisa ou porque o produtor pretende alguma coisa dos mesmos, como marcar uma reunião. O assistente de produtor é o braço direito do produtor, sendo escolhido a dedo pelo mesmo e tendo de ter um grande sentido de responsabilidade. Tem de ser alguém de

confiança, visto que ajuda o produtor a desenvolver o projeto na resolução de pequenas coisas, sem que tenha qualquer tipo de influência em decisões. Este tem de fazer tudo o que o produtor lhe manda fazer e da forma que ele manda fazer e no tempo a que ele manda fazer. O assistente de produtor não pode tomar decisões nem pode executar nada sem que o produtor tenha conhecimento. Tem de ser uma pessoa que o produtor sabe que irá fazer tudo como ele quer e a tempo e que saiba a forma de pensar do produtor em relação à parte criativa da produção (Schreibman, 2012).

2.3.2- Contabilista de Produção (Production Accountant):

O contabilista de produção é a pessoa que tem de tratar dos sistemas de contabilidade no projeto. Não é o contabilista empresarial que ajuda no desenvolvimento do projeto, mas sim alguém que saiba ler o orçamento de uma produção. No caso dos Estados Unidos que conheça bastante bem os acordos dos Sindicatos e das Uniões, no caso de Portugal (caso exista contabilista de produção, algo que é bastante raro) tem de ter bem acentado as leis de mecenato e de fiscalização, assim como informação relativamente a apoios e patrocínios. Tem de ter a noção de todos os princípios básicos de contabilidade e saber como fazer um depoimento diário de custos e pôr sempre a par o produtor dos mesmos. Tem de ser uma pessoa competente na utilização de programas de contabilidade computadorizados e tem de saber dar resposta a qualquer pergunta que seja feita relativamente a orçamento e orçamentação. Tem também de conhecer e compreender a versatilidade e volatilidade de uma produção e tem de saber como ajudar o produtor a proteger o projeto de imprevistos financeiros. Por isso, o contabilista de produção precisa de ser uma pessoa respeitada no meio e de confiança, para além de que deve estar treinado e ter um bom carácter para “lidar com muitas horas, com pequenos temperamentos, grandes egos, mudanças de ideias repentinas, elementos da equipa chateados e (claro) stress” (Schreibman, 2012: 42). Este elemento é o braço direito do produtor em questões relacionadas a assuntos fiscais, este é o que estabelece ligações diretas com as estruturas fiscais do projeto e é um elemento de equipa bastante importante para o sucesso do produtor criativo, visto que o contabilista de produção liberta algumas das funções mais técnicas do mesmo para que este tenha mais acessibilidade para a realização e focalização em funções criativas.

2.3.3- Assistente de Produção:

Todos os projetos requerem um certo número de assistentes de produção, cada um executando diferentes funções em diferentes departamentos na produção, seja numa produção comercial ou independente. O trabalho do assistente de produção varia conforme o orçamento do filme e aquilo que a produção requiere. Normalmente os assistentes de produção estão mais ligados à produção do que ao produtor, o que não quer dizer que os mesmos não mantenham

contacto com o produtor. No caso do assistente de produção que trabalha com o intuito de obter para o projeto alguns *tradeoffs*⁶⁶ já está mais relacionado com o produtor, pois tem de o manter a par de tudo o que está relacionado com os *tradeoffs*, sendo considerado mais um assistente do produtor do projeto do que de produção, embora seja assistente de produção. Contudo, este é o tipo de trabalho que está mais ligado à pré-produção do que à produção por si só. Num projeto o mesmo demora bastante tempo a colocar os contratos de *tradeoff* no lugar, por isso, é que o processo tem de ser iniciado logo no princípio da produção. O assistente de produção tem de ser uma pessoa que tenha o dom de loquacidade e saber como vender primeiro a sua imagem e depois o projeto, como qualquer vendedor. O assistente de produção deve ter facilidade em comunicar e cativar ao telefone assim como em pessoa, enquanto está a representar a qualidade e a integridade do produtor e do projeto. O contrato ou acordo de *tradeoff* é a maior assistência que um produtor independente pode ter, pois ajuda-o a permanecer com um orçamento pré-estabelecido e fornece-lhe qualidade criativa no ecrã. Este género de acordos permite ao produtor guardar dinheiro destinado a várias áreas da produção, tal como locais, propriedades, guarda-roupa, decoração do set, transporte, etc. ao encontrar mecanismos e métodos de dispor logos do produto ou uso de um produto em específico no ecrã, que poderá implementar em outras que estavam mais enfraquecidas.

Este tipo de assistente não existe apenas em grandes produções, embora no caso de filmes Americanos, seja uma grande ou pequena produção, os mesmos usam muito o poder das marcas de forma a angariar mais dinheiro para o projeto e de forma a dar credibilidade tanto às próprias marcas que aparecem como ao próprio filme. Para além de que as próprias marcas têm interesse em apostar em publicitar o seu produto ou logo nos filmes. Aliás existem muitas produções que levam os seus filmes a cabo devido às marcas que apostam neles. Algo, que normalmente no caso de Portugal, acontece em grandes produções cinematográficas comerciais, que utilizam maioritariamente logos de marcas. No caso de produções televisivas portuguesas, como telenovelas ou *reality shows*, a forma de *tradeoffs* mais recorrente é a utilização do produto em cena e o logo da mesma no final de cada episódio, sendo muito raro utilizarem um destes métodos individualmente. No entanto, esta prática tem passado também para as pequenas produções, como curtas-metragens, embora sejam poucas aquelas que recorrem à exposição do produto ou marca diretamente no filme, normalmente apostam mais numa forma publicitária através de logos.

A orçamentação da produção deve ser preparada como se nenhum acordo de *tradeoff* fosse feito, para que o dinheiro que se obtém de qualquer acordo que seja feito possa ser empenhado na melhoria visual do filme. Os contratos de *tradeoff* dirigidos a produções com um orçamento limitado podem aumentar a qualidade de detalhes da imagem e dar a um filme pequeno um aspeto melhor e mais dispendioso. O problema destes contratos é que por vezes, demoram bastante tempo a ser conseguido. Muitos dos produtores não querem utilizar a localização do produto (o produto no ecrã, seja este fisicamente seja a marca que o

⁶⁶ *Tradeoff* também é referido como a localização do produto.

representa), porque os mesmos acreditam que isso afeta a integridade do artista e do próprio filme, e pode acabar por parecer uma publicidade mais longa do que o costume em vez de um filme. Embora, se o produtor e restante equipa forem cuidadosos, criativos e seletivos na forma como o produto é usado e como é transmitido visualmente para o público isso pode ser evitado. Contudo o uso do produto em cena é algo bastante comercial e usado maioritariamente, se não totalmente, por produções comerciais. Há produções em que chegam a inventar marcas propositadamente para determinados filmes de forma a não terem de pagar direitos de marca, quando as marcas a que os mesmos se queriam afiliar não querem um acordo *tradeoff*, ou em caso de produções mais independentes que não recorrem a marcas para angariar dinheiro devido a interesses próprios e à forma dos mesmos trabalharem. Assim como há produções que não utilizam marcas de todo, camuflam as mesmas ou simplesmente optam por não mostrar de todo qualquer tipo de material ou produto que possa obter marcas.



Fig. 10- *Frame* retirado do filme “Inception”, onde se pode ver a marca JR, marca de transportes, de forma mais escondida, não perturbando nem influenciando a cena.⁶⁷

⁶⁷ *Inception*. Los Angeles: Warner Bros. Pictures, 2010. 1 DVD vídeo.



Fig. 11- *Frame* retirado do filme “Four Rooms”, onde se pode ver a marca “Red Apple”, marca fictícia de tabaco usada em vários filmes realizados e alguns igualmente produzidos por Quentin Tarantino, como é o caso de “Pulp Fiction”, “From Dusk Till Dawn”, “Kill Bill: Vol.1”, “Death Proof” e “Romy and Michele”.⁶⁸

Relativamente ao trabalho do assistente de produção no *set* de filmagens, ou seja, na fase de produção, as suas funções são completamente diferentes, assim como o seu modo de trabalho. É muito mais stressante, controlador e físico. As suas funções passam por “echoing rolls and cuts”, ou seja, fazer-se ouvir os “cortas” e o “acção”, bloquear entradas, garantindo que nada interfere com as filmagens, por vezes são eles que lidam com os atores e com elementos da equipa, no que toca a discussões ou exigências, de forma a facilitar a comunicação entre departamentos, distribui materiais importantes e essenciais, como papelada necessária para esse dia de filmagens, *walkie-talkies*, entre outros e executam tarefas semelhantes pedidas pelo assistente de realização ou a um assistente de produção que seja o responsável (são mais invulgares mas existem) e mais usualmente ao *line producer* (caso o mesmo exista na produção em questão), para além de que também tem de relatar aquilo que se está a passar a um destes membros.⁶⁹ Embora como disse, as suas funções vão variando conforme o orçamento, o mesmo pode acabar por designar funções que numa produção com um bom orçamento caberia a um *runner*. Por vezes, podem acabar por trabalhar durante 20 horas ou mais durante um dia de trabalho e sendo normalmente, tal como o produtor, os primeiros a chegar e os últimos a sair. Os assistentes de produção apenas se encontram na produção durante a fase de pré-produção (no caso dos que trabalham em *tradeoffs*) e de produção.

⁶⁸ Q., Tarantino [em linha]. Alemanha: Inoffizielle Fansite [s.d] [Consult. 6 de Fev. 2013]. Disponível em: WWW: < URL: <http://www.q-tarantino.de/quentin-tarantino/19/tarantinoversum-2/59/index.html> >

⁶⁹ CLARK, Caleb- The Production Assistant's Pocket Handbook [em linha]. Nova Iorque: [s.n], 2008 [Consult. 23 de Jan. 2013]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.noendpress.com/>>.

2.3.4- Produtor Executivo:

O papel tradicional do produtor executivo é o de fiscalizar o trabalho do produtor em nome do estúdio, dos financiadores ou dos distribuidores, de forma a garantir que o filme é concluído dentro do prazo e do orçamento estipulado e que cumpre os padrões artísticos e técnicos requeridos. O termo de produtor executivo geralmente é mais aplicado à pessoa que angaria uma porção significativa do financiamento do filme ou que possui os direitos subjacentes do projeto. O mesmo pode ser alguém que junta elementos, como é o caso de atores ou de um realizador em específico, que poderão acionar o financiamento. Ou por vezes, o mesmo ajuda a arranjar o financiamento necessário para o projeto juntamente com o produtor, dependendo do tipo de produção. O trabalho principal do produtor executivo normalmente termina mal a pré-produção do projeto acaba, embora os mesmos poderão continuar envolvidos na organização da distribuição do projeto. Contudo este intervém principalmente nas etapas iniciais (desenvolvimento e pré-produção), de forma a encaminhar corretamente o arranque do projeto. Devido às funções do produtor executivo e pelas mesmas serem de curta duração, normalmente o produtor executivo não é exclusivo de um projeto e pode estar envolvido em mais do que um ao mesmo tempo e a qualquer altura. É usual ver-se salários de produtores executivos mais reduzidos que os do produtor. Poderá não ser sempre este o caso, desde que pessoas como Francis Ford Coppola e Steven Spielberg são produtores executivos, podem receber salários na mesma quantia ou mesmo superiores, visto que o seu envolvimento poderá ter sido o motivo pelo qual o projeto foi financiado.

“Quando se perguntou o que é que o Francis Ford Coppola fez para lhe ter sido dado o cargo de produtor executivo no filme “Sleepy Hollow” o realizador Tim Burton brincou: “Eu acho que ele fez um telefonema algures nos anos 70”” (Adler, 2004: 10).

O produtor executivo contrata um *line producer* para lidar com a parte física e maçadora do dia-a-dia da produção cinematográfica. Segundo o produtor David Hemmings esta função pode ser bastante ingrata, descrevendo as tarefas deste elemento da produção cinematográfica como sendo semelhantes à gestão de um Hotel.

“O produtor executivo ganha os seus créditos por qualquer coisa, desde arranjar o dinheiro, a controlar a propriedade, a ser *manager* da estrela ou do realizador, a ser o executivo do estúdio que supervisiona o filme” (Turman, 2005: 1).

Caso o trabalho do mesmo não acabe na pré-produção e queira acompanhar o projeto até ao final, o seu trabalho pode não ser apenas ligado à fase de distribuição, ou seja, poderá participar na fase de produção em vez de apenas preparar tudo para a distribuição do filme, principalmente se estiver filiado a um estúdio, a financiadores ou a alguma distribuidora. Durante o período de produção o produtor executivo age como um mentor do produtor e supervisiona a produção em nome dos financiadores.

Normalmente, o produtor executivo não está envolvido nos aspetos técnicos de um filme, mas tem um papel financeiro ou criativo fulcral para garantir que o projeto entre em produção. Num sentido mais amplo este título é designado à pessoa que proporciona um ou vários elementos básicos e essenciais para iniciar a produção de um filme, sejam os direitos sobre a história, ou uma grande parte do financiamento ou mesmo um determinado talento artístico. Poderá atuar como a máxima autoridade nas questões financeiras. Como promotor do projeto recebe uma percentagem sobre os lucros adquiridos a partir do filme. O seu crédito precede o do resto da equipa de produção, podendo estar entre os créditos de prestígio, ou seja, aqueles que antecedem o título do filme (créditos iniciais).⁷⁰

“Na Europa, a terminologia de produtor executivo varia. Em França utiliza-se a expressão *Producteur Delegué* ou *Administrateur Générale*. Em Espanha, esta função está cada vez mais definida, embora como notado por Ramiro Gómez, dão se casos de inversão de terminológica ao conceder ao produtor as características do produtor executivo e ao produtor executivo as tarefas do produtor Americano, quando não se fundem ambas as funções na mesma pessoa. Outros autores utilizam a denominação de *Productor Promotor* para se referirem ao produtor executivo” (Fernández e Martinez, 1994: 81).

2.3.5- Produtor Associado (*Associate Producer*):

O produtor associado é alguém que está ligado à produção e que tem alguma responsabilidade criativa, mas limitada. Pode ser alguém relacionado com o produtor ou alguém que tenha outra responsabilidade no projeto, como edição ou gestão de produção. O título de produtor associado pode ser dado a alguém na fase mais avançada do projeto, se o mesmo esteve envolvido nas decisões criativas tomadas durante a fase de pré-produção que foram integradas na produção do projeto, como é o caso do editor Richard Marks que foi produtor associado no filme “I’ll do Anything” (1994), que foi escrito e realizado por James Brooks. O produtor associado pode estar envolvido apenas na supervisão da pós-produção do projeto ou apenas nas atividades diárias da fase de produção. Este não tem tantas responsabilidades criativas como o produtor, mas ajudam e assistem o mesmo na obtenção de certas funções criativas na produção. “Um produtor que seja inteligente não subestima o valor do título de produtor associado num projeto” (Schreibman, 2012: 80). É um título que alguns produtores utilizam para negociar com pessoas com um talento criativo acima da média, por exemplo, no caso de o produtor querer o argumentista no *set* para reescrever algumas cenas durante a produção, oferece o cargo de produtor associado em troca de pagar menos por este trabalho e por outros serviços criativos. Sendo uma forma de aliciar o ego do argumentista e elevá-lo a outra categoria. Em alguns casos, este cargo também é dado ao representante de uma companhia de produção ou de uma entidade financeira, quando a sua função não

⁷⁰ Vid; Pardo, 2000: 233.

corresponde exatamente à de produtor executivo.

“O título de produtor associado é um *catchall*⁷¹, concedido a qualquer pessoa que o produtor considere digna” (Turman, 2005: 2).

2.3.6- *Manager de Produção ou Gestor de Produção (Production Manager)*

O *manager* de produção, conhecido também como gestor de produção, chefe de produção ou chefe de rodagens deve ser uma extensão do produtor. É responsável pelo planeamento e pela execução de detalhes logísticos e movimentos durante o processo de produção. Uma vez que o produtor deve permitir ao *manager* de produção que tenha responsabilidades fiscais específicas. Este trabalha de perto com o contabilista de produção nas despesas que compõe o mecanismo de produção e tem de estar em completa sintonia com o produtor, visto que a logística da produção está em direta correlação com os elementos criativos. Para além de que o *manager* de produção não responde ao realizador, apenas ao produtor. O que leva o mesmo a ter de reconhecer e apoiar as necessidades criativas do realizador. Ao mesmo tempo, o *manager* de produção deve saber quando é que o realizador está a fazer demasiadas exigências que podem causar impactos negativos nas limitações fiscais, e reportar essas exigências ao produtor para que o mesmo possa gerir e tomar uma decisão. O *manager* de produção nunca deve ser antagónico com o realizador, mas em vez disso, ser outro par de olhos e ouvidos do produtor no que toca a questões logísticas que envolvem o realizador e, por consequência, a produção. O tempo de preparação é crucial para um *manager* de produção. O produtor deve providenciar-lhe o máximo de tempo de preparação possível, visto que este tem de estar a par de tudo o que se está a passar em todas as frentes que sejam abaixo da linha de produção (*below-the-line*). O primeiro assistente de realização, durante a época de produção está em constante contacto com o *manager* de produção, várias vezes por dia, de forma a comunicar o que está a acontecer durante as diferentes fases do dia de produção, garantindo que aquilo que vai acontecer a seguir esteja a funcionar em sincronismo com aquilo que está a acontecer no momento da produção. O primeiro assistente de realização irá ajudar a planear o quadro de produção e a calendarização final de filmagens baseado no ponto de vista criativo do realizador e no ponto de vista logístico do *manager* de produção que se encontra em constante contacto com o produtor, sendo as suas decisões aprovadas pelo mesmo. O quadro de produção é lido para ver o que é necessário para a preparação ou para concluir um dia de filmagens. Normalmente nos Estados Unidos, os *managers* de produção que fazem parte do DGA (*Directors Guild of America*) passam primeiro pela função de assistentes de realização e depois é que se tornam *managers* de produção, ficando assim com uma enorme bagagem e um *background* de um treino intensivo na organização, gestão e logística de produção, “gestão de produção e assistir o realizador são posições críticas na

⁷¹ Não existe uma tradução direta em Português, quer dizer que alicia toda a gente, “apanha toda a gente”.

gestão do projeto em relação às suas necessidades criativas” (Schreibman, 2012: 129).

O *manager* de produção durante o período de produção poderá ter de receber ordens vindas do diretor de produção (*line producer*), caso esta função exista no projeto em questão, tendo de assumir as competências que o mesmo lhe delega, tanto a nível burocrático como prático.⁷²

2.3.7- *Line Producer* ou Diretor de Produção

O termo de *line producer* e o seu conceito são um fenómeno que surgiu com o movimento independente dos anos 80. A diferença entre um *line producer* e um produtor é vista nas funções das tarefas de produção. O *line producer* é sempre a pessoa que está envolvida nas decisões diárias logísticas e criativas que afetam os aspetos monetários da produção. Alguns produtores (maioritariamente financeiros) só querem estar envolvidos no “fazer negócio” e entregam a outra pessoa com conhecimentos em produção as decisões diárias de filmagens. Outros produtores deixam essa função para o realizador uma vez que forneceram uma entrada na estória e no *casting*. Esses produtores sabem que o realizador precisa de tomar decisões em primeira linha, como produtor, para assegurar que a atmosfera criativa prevalece no *set* de filmagens e irão utilizar um *line producer*. Noutras ocasiões um *manager* de produção poderá agir dentro dessa capacidade e é lhe dado o crédito de *line producer*. Seja qual for o caso, todos os cenários que definem o *line producer* têm uma coisa em comum. O *line producer* apenas está envolvido na fase de produção do projeto. Este não acompanha o projeto até à sua conclusão, nem está envolvido criativamente com a estória, nem estrutura ou mesmo personagens.⁷³

O *line producer* ou diretor de produção, quando contratado, é a pessoa que está responsável por levar a cabo a produção factual do filme e, enquanto tal, é a máxima autoridade durante as rodagens no que toca a questões relacionadas com o seu departamento e àquilo que lhe compete. Organiza, planifica e supervisiona o terreno para que a produção seja executada corretamente. Num sentido estrito, normalmente incorporado no começo da preparação imediata das rodagens (pré-produção), o seu trabalho acaba no momento em que as filmagens terminam. A partir deste ponto de vista, e ao contrário de funções como é o caso do produtor executivo que pode intervir na promoção e venda da obra fílmica, o diretor de produção apenas trabalha realmente numa etapa concreta, embora acompanhe toda a pré-produção da mesma e muitas das vezes o final da etapa de desenvolvimento. Pode ser contratado por um produtor executivo ou por uma produtora, visto que esta função não é usual em todo o tipo de produções. Em algumas ocasiões, devido principalmente à enorme complexidade da produção, este cargo poderá ser compartilhado, sendo nesses casos utilizado

⁷² Vid; Pardo, 2000: 235.

⁷³ Vid; Schreibman, 2012: 125.

o termo de coprodutor.⁷⁴

O *line producer* apenas trabalha num filme de cada vez, sendo que é o responsável por lidar e gerir todas as pessoas e problemas durante a fase de produção do filme. Normalmente os *line producers* são contratados quando o projeto está ligado a um estúdio em que o principal interesse dos executivos do mesmo é o sucesso financeiro do filme. A maioria das vezes, se não todas, só são contratados para grandes produções, ajudando a equipa de produção com pequenos detalhes, mas que são fulcrais. Os mesmos precisam de perceber muito mais de conceitos do negócio, assim como da parte prática, do que do lado artístico. O *line producer* está responsável por todos os aspetos do negócio da produção física de filmes. O nome de *line producers* é dado porque não podem começar a trabalhar enquanto não souberem qual é a “linha” entre os custos “above-the-line”, que estão relacionados com o escritor, equipa de produção, equipa de realização e elenco e os custos que estão “below-the-line”, que inclui os custos dos salários da equipa, de locais, do design do *set*, construção, seguros, etc. Este ajuda a calcular o orçamento necessário, fazendo uma estimativa dos custos “below-the-line”. Após se ter angariado a quantia necessária, passa-se à fase de pré-produção. Este irá supervisionar as atividades de pré-produção e a evolução dos diversos departamentos, fazer o “location scouting”, garantir que os regulamentos e códigos de prática sejam cumpridos, lidar com o fornecimento de equipamento e com os fornecedores, será responsável por colaboradores e artistas de apoio (de substituição). Durante a pré-produção, os mesmos também estão responsáveis pela contratação dos elementos da equipa “below-the-line”, ou seja, os operadores de câmara, a equipa de iluminação, *catering*, etc. ou seja, elementos mais secundários, mais técnicos.

Durante a fase de produção, o *line producer* supervisiona e entrega o controlo do orçamento final ao contabilista de produção e delega as operações diárias (dia-a-dia) do escritório de produção ao *manager* de produção e ao coordenador de produção. Dentro de campo, supervisiona todas as atividades, e assegura que o horário e o orçamento diário são cumpridos. Algo que requiere a criação e implementação de sistemas de controlo financeiro, controlo de despesas de produção, controlo de materiais, assim como a monitorização e controlo do andamento de produção.

“Uma vez que a produção arranque, o *line producer* supervisiona as atividades diárias do realizador, elenco e equipa” (Bordwell e Thompson, 2008: 16).

Os *line producers*, normalmente, permitem uma contingência de 10% do orçamento, para a resolução de imprevistos. Os mesmos estão responsáveis por certos procedimentos relativamente a saúde e segurança, e por classificar créditos de seguro. No final das filmagens supervisiona o “wrap” da produção, ou seja, o arrumar de todo o material. Segundo o *Producers Guild of America* o crédito de *line producer/coproducer* é dado ao indivíduo que reporta diretamente à pessoa ou pessoas que recebem o crédito de “produzido por”, num

⁷⁴ Vid; Pardo, 2000: 234.

filme. É o único indivíduo que tem como principal responsabilidade a logística da produção, desde a pré-produção à conclusão da produção e os cabecilhas de todos os departamentos têm de reportar ao *line producer/coproducer*. Veja-se o Apêndice 2, onde constam mais informações sobre o *line producer* e o resto do *staff* the produção.

2.3.8- Coprodutor (Co-Producer)

Um coprodutor é tipicamente um *line producer* que também realizou uma parte substancial da função criativa da produção. Alternativamente o coprodutor pode ser o produtor principal de outra empresa que está a coproduzir o filme, ou então um sócio, ou mesmo o diretor ou executivo corporativo da entidade de produção que se encontra a produzir o filme. Em casos mais raros, o coprodutor pode também ser a pessoa que encontrou opções, desenvolveu ou empacotou o projeto, mas que para além de não possuir os direitos do mesmo, desempenha uma função muito menos significativa, principalmente na parte mais física da produção do filme. Por exemplo, o produtor pode ser relativamente novo no mundo do cinema e precisa de trabalhar com um produtor mais experiente, de forma a conseguir empacotar, financiar e entregar o filme finalizado. Sendo que a função do último passa a ser a de coprodutor, muitas das vezes. Contudo, o facto de um projeto ter mais do que um produtor, isso não quer dizer que esses indivíduos são coprodutores no sentido técnico do termo, poderão ser igualmente produtores. Em todos os casos o coprodutor está subordinado ao produtor, ou seja, tem de seguir as ordens do mesmo.

As responsabilidades do coprodutor são muito menores do que as de produtor, sendo que variam bastante, dependendo do tipo de coprodutor que o mesmo é. Quando o coprodutor é também o *line producer*, o mesmo é responsável por todos os aspetos do negócio e da logística do projeto durante a fase da pré-produção. A grande diferença entre este tipo de coprodutor e o *line producer* é que para além das funções de *line producer*, também desempenha, tal como já foi mencionado, um papel essencial na parte criativa, ou seja, tanto pode ser por ajudar durante a fase de *casting*, recrutar o realizador, ou mesmo ajudar a contratar elementos chave dos departamentos principais. Quando o coprodutor é um sócio, ou um diretor ou executivo corporativo da entidade de produção, que está envolvida na produção do filme, desempenha um papel fulcral no desenvolvimento do filme, assiste com a parte física da produção, ou supervisiona a pós-produção, de forma a possibilitar o produtor de seguir para outra produção. E por último, o coprodutor como produtor principal de outra produtora, que se encontra a produzir o filme como uma coprodução internacional, normalmente deve-se à angariação de uma quantidade significativa do orçamento, mas tem menos influência criativa do que o produtor principal. A maioria dos coprodutores escolhe ser creditado como coprodutor em vez de produtor executivo, de forma a indicar que os mesmos desempenharam um papel importante na parte física da produção do filme.

Temos como exemplo o filme “Melancholia” (2011), que teve dois produtores, um *line*

producer e nove coprodutores. Desses nove coprodutores, três deles fazem parte da Arte France Cinéma, um da Zentropa International Koln, um da Zentropa International Sweden, outro da Film 1 Vast, outro da Memphis Film International e por fim da Slot Machine Sarl.

Como se pode notar, poucos são os filmes produzidos na Europa, hoje em dia, que são financiados apenas por uma companhia de produção. A maioria dos financiamentos são coproduções.

“Co-produção é um termo bastante abusado: o mesmo pode se referir a qualquer forma de cofinanciamento (uma pré-venda a um canal de televisão, a uma distribuidora teatral ou a um território estrangeiro) ou colaboração criativa e financeira entre vários produtores (incluindo emissoras)” (Jäckel, 2003: 58).

2.3.9- Coordenador de Produção (Production Coordinator)

O coordenador de produção é o assistente do *manager* de produção. Enquanto que o *manager* de produção detalha o que é necessário ser feito para a produção, o coordenador de produção executa-o. Está diretamente ligado ao *manager* de produção e normalmente trabalha com o mesmo *manager* de produção em vários projetos. A velocidade de tomar decisões e de atividade durante a produção requer rapidez, uma comunicação bastante eficaz e fiável entre o *manager* de produção e o coordenador de forma a poupar tempo e dinheiro. Todos os coordenadores têm uma lista de contactos gigantesca, e as suas próprias relações com a comunidade de produção a quem poderão sempre recorrer. Um coordenador experiente saberá sempre o que precisa de ser feito apenas através da explicação do *manager* de produção de qualquer circunstância que tenha ocorrido ou que tenha sido levantada na produção.⁷⁵

O coordenador de produção gere o escritório de produção de acordo com as diretrizes dadas pelo *manager* de produção. O seu papel é essencialmente baseado em trabalho de escritório. Gere o escritório de produção cada vez que o *manager* de produção está no *set*. Na pré-produção monta o escritório de produção e encomenda equipamento e abastecimento. Prepara e distribui os horários de filmagens, as listas da equipa e do elenco, preparam os argumentos e as revisões dos argumentos. Também ajudam a encomendar e juntar equipamento e a marcar reservas, após o *manager* de produção negociar condições aceitáveis. O coordenador de produção organiza e processa a papelada relacionada com seguros. Na fase de produção, o coordenador é responsável por preparar, atualizar e distribuir as listas de equipa, os relatórios diários de progresso, alterações de argumento, “call sheets” e ordens de movimentação. Tem de se assegurar de que os transportes necessários são comunicados a tempo e às pessoas certas. Eles organizam o correio e as empresas de transporte, coordenam a chegada do filme a vários locais, sejam laboratórios, caso seja película, quer seja às distribuidoras e prepara a movimentação dos *props*, do guarda-roupa e de outros

⁷⁵ Vid; Schreibman, 2012: 130.

equipamentos. Quando as filmagens acabam, o coordenador de produção assiste o *manager* de produção no “wrap” a produção, através do fecho de contas com os fornecedores, devolve o *stock* em excesso, amarra todas as pontas soltas, e assegura-se que os arquivos do escritório são armazenados e guardados de forma segura, para que essa informação seja facilmente acessível a outras pessoas da equipa que tenham permissão para tal, caso seja necessário. Dependendo do tamanho da produção, os coordenadores de produção poderão delegar tarefas a um ou mais assistentes de coordenadores de produção e a alguns *runners* da produção.

2.3.10- Designer de Produção (Production Designer)

O designer de produção é o sonhador da produção. É responsável pelo design e coordenação de todos os elementos visuais vistos durante o filme. Normalmente isto é referente às personagens e textura do projeto. O designer de produção trabalha de perto com o diretor de fotografia e com o realizador de forma a interpretar a visão dos mesmos e a sua aparência. Para que consiga fazer isso, trabalha e guia as “musas criativas” do design de guarda-roupa, da direção artística, da decoração de *set* e o “property master” para o projeto.⁷⁶ O designer de produção está encarregue de visualizar os *sets* de filmagem. A sua equipa cria desenhos e planos que determinam a arquitetura e os esquemas de cor dos *sets*. O diretor artístico supervisiona a construção e a pintura dos *sets*. O decorador do *set*, muitas das vezes é alguém que tem experiência e conhecimento em decoração de interiores, altera os *sets* para propósitos específicos de filmagem, supervisionando os *props* e o *set dresser* (caso seja contratado, se não será ele próprio a desempenhar essa função). Por fim, o designer de guarda-roupa, está encarregue de planear e executar o guarda-roupa para a produção. Muitas das vezes, o designer de produção trabalha também juntamente com um *graphic artist* que, quando contratado, está responsável por desenvolver o storyboard.⁷⁷

Os designers de produção estão também envolvidos na maquilhagem e cabelos, e nos detalhes minuciosos que implica a disposição visual na imagem. O diretor de fotografia discute a iluminação, a cor e o sentimento cinematográfico com o designer de produção. O realizador nessas discussões irá apontar as subtilezas visuais, as *nuances*, que serão necessárias para a personagem e para a história em si. Se existir um supervisor dos efeitos especiais no projeto, o *designer* de produção irá trabalhar com o mesmo na planificação e execução de cada elemento necessário para os efeitos visuais. A maior parte do trabalho criativo do designer de produção é conseguido durante a fase de preparação do projeto. Poderá estender-se até à fase de produção quando existe um cronograma em constante evolução. Muitos projetos não utilizam um designer de produção. Caso o mesmo não exista, os designers de guarda-roupa, o “property master”, e o diretor artístico irão reportar tudo diretamente ao produtor, para além de trabalharem de perto com o realizador e com o diretor

⁷⁶ Vid; Ibid.: 132.

⁷⁷ Vid; Bordwell e Thompson, 2008: 41.

de fotografia. Neste caso, o produtor ou o próprio realizador, dependendo do filme em si e a influência que estes elementos têm na produção ou querem ter, estará envolvido na coordenação destes elementos.

Temos como exemplo de designer de produção, Ferdinando Scarfiotti, que é conhecido pelo seu extenso trabalho com Bernardo Bertolucci. O resultado do seu trabalho pode ser visto em filmes como “The Last Tango in Paris” (1972), “The Conformist” (1970), “The Sheltering Sky” (1990). Foi responsável pelo design de produção do filme “The Last Emperor” (1987), um filme de grande esplendor e com um trabalho extremamente minucioso relativamente ao design de produção (Veja-se a Fig.13). Para além dos elementos da sua equipa já referidos em cima, também utiliza um *sketch artist* que o ajuda a visualizar melhor o que ele e a sua equipa criam. Scarfiotti ao falar do navio de cargas que teve de visualizar e construir com a sua equipa para o filme “Love Affair” (1990) diz que:

“Talvez amanhã tenha de construir outra coisa qualquer que nunca vi antes. Cada filme é um mundo novo. Tens de explorar esse mundo e dar-lhe o teu próprio sentido de estilo. Porque pode ser um navio de carga Russa, mas é o teu navio de carga Russa...”
(Ferdinando Scarfiotti citado em Seger e Whetmore, 1994: 201).

Sendo este um dos elementos da produção mais criativos para além do produtor, mas como mencionado, não são todos os filmes que utilizam um e esse cargo acaba por ir para o produtor, tornando o seu trabalho ainda mais criativo, caso decida tomar a liderança desta equipa ou passar esse cargo para o realizador. Veja-se o Apêndice 3.



Fig. 13- Frames do filme "The Last Emperor" (1987), cujo designer de produção foi, Ferdinando Scarfiotti⁷⁸

⁷⁸ *The Rathaus* [em linha]. London: [s.n], 2013 [Consult. 9 de Junh. 2013]. Disponível em WWW: <URL: <http://rathausartprojects.com/blog/>>

2.4- O que é que faz na realidade um Produtor?

De todas as profissões dentro da indústria cinematográfica o trabalho do produtor é provavelmente o menos reconhecido e ao mesmo tempo o mais difícil de definir. “A maioria das pessoas não tem absolutamente nenhum conceito do que é que os produtores fazem, mesmo pessoas ligadas à indústria cinematográfica” (Barbara Broccoli, citada em De Winter, 2006: IX). “Cada produtor é diferente- tem sido tão diferente em todos os filmes que tenho trabalhado. Para mim, não há definição” (Sydney Pollack citado em De Winter, 2006: IX).

Provavelmente ninguém sabe que Bárbara Broccoli produziu os últimos 9 filmes da personagem James Bond e que antes dela foi o seu pai que os produziu e trouxe o James Bond para o grande ecrã. Assim como também não devem saber que Sydney Pollack foi produtor do “The Reader” (2008), “Michael Clayton” (2007), “Cold Mountain” (2003), “Out of Africa” (1985), etc. O próprio Stephen Woolley, relativamente à pergunta referente ao que é que um produtor faz, diz que é complexo e pode ser uma das razões para haver tão poucos livros sobre produtores.⁷⁹

A maioria das pessoas quando pensa em produtores automaticamente associa a duas coisas: o produtor é aquele que investe dinheiro ou então, o produtor é aquele que arranja dinheiro, sendo esta a visão que existe, por vezes até entre os colegas de profissão.

“As pessoas perguntam-me, “Ah...então você só arranja o dinheiro?”. E eu respondo clinicamente “Sim, se alguém me pergunta se podem fazer um filme, eu apenas vou buscar o meu livro de cheques”. Eu não posso explicar-lhes, nem quero, todo o processo de encontrar uma propriedade, arranjar um argumentista e um realizador, procurar atores, trabalhar com negociações, separar o dinheiro, falar com o estúdio ou com os agentes de vendas, ver um filme em produção, manter o realizador e os atores felizes no *set*, ver relatórios diários, comentar a edição ou às vezes não fazer nada e fumar um cigarro, o que acontece de vez em quando, mas não o suficiente” (Stephen Evans citado em De Winter, 2006: X)

“O produtor é a força criativa por detrás de um projeto, eu repito com ênfase: *O Produtor é a Força Criativa por detrás de um Projeto*” (Schreibman, 2012: 22). Ao contrário do que muita gente acredita e certamente muitos estudantes da área, o realizador não é a única força criativa por detrás de um filme, a menos que o produtor retire essa responsabilidade ao realizador. Criar um projeto cinematográfico ou de vídeo é um trabalho feito em equipa, é um esforço colaborativo. Não é como o mundo dos pintores ou escultores, de que tenho vindo a falar, cujo trabalho é feito por uma pessoa só e por isso de mais fácil e mais pormenorizada análise, pois apenas existe um responsável pela obra. Estes criam sozinhos e quando finalizam o trabalho, este é levado a público. No caso de um filme, este tipo de obra é uma forma de arte que requer a colaboração de pessoas individuais, que contribuem criativamente para

⁷⁹ Vid; Winter, 2006.

atingirem um resultado final da visão criativa. Antes de qualquer outra pessoa o produtor tem de saber o resultado de um projeto e que caminho o mesmo irá tomar depois de estar concluído. Isto é necessário para se perceber de que forma se deve guiar as várias contribuições que são dadas ao projeto. O produtor é o moderador, na medida em que controla todos os elementos criativos e não os deixa dominar o projeto, ou seja, fazer e ter influência em áreas que não lhes dizem diretamente respeito, como por exemplo, deixar que o diretor de fotografia tome decisões do realizador. Tem de se ter muito bem assente quais são as funções de cada um e até que ponto é que eles podem ir na “imposição” da sua opinião.

“Eu escolhi produção porque isso iria coalescer tanto a minha experiência já obtida como uma pequena quantia de habilidade no negócio na qual eu imodestamente e rindo pensei como sendo o meu bom gosto e julgamento” (Turman, 2005: 2).

A criatividade por parte do produtor está presente mesmo quando o seu trabalho parece inexistente, como é o caso dos documentários em que a equipa é muito mais reduzida e o seu trabalho é mais difícil de reconhecer. O que não quer dizer que deixe de ser criativo. Por exemplo, os documentários são primeiramente exibidos comercialmente na televisão ou em festivais, são muito poucos aqueles que atingem os cinemas e atualmente muitas pessoas, para além das típicas exibições privadas feitas em casa, são capazes de projetar em grandes telas ou grandes ecrãs. Isto quer dizer que o documentário deve ser produzido inteiramente em vídeo (entenda-se como formato digital) ou existem razões estéticas e criativas que exigem que o mesmo seja filmado em película e depois passado para vídeo? A produção em vídeo é mais económica do que em película, mas a estética criativa entre a película e o vídeo é significativa. O produtor pode perfeitamente querer que o documentário tenha momentos que se pareçam com os anos 20 e decida que a fita, como meio, irá atribuir ao mesmo os elementos estéticos pretendidos. É o produtor que toma este tipo de decisões por questões orçamentais, visto que a película é muito mais cara que o formato digital. Este tipo de decisões, que têm de ser tomadas pelo produtor, atribui bastante controlo não só financeiro, mas criativo. Esta escolha pode parecer simples e ao espectador comum a importância e influência que esse género de decisões terá no resultado final passa muitas das vezes despercebida, principalmente quando são casos, como por exemplo, a decisão de filmar com uma ou duas câmaras (ou mais até). Seja apenas em algumas cenas, seja durante toda a época de rodagens. São decisões que influenciam, mas que, no entanto, se mantêm invisíveis a quem vê apenas o resultado final. O que não quer dizer que todas o sejam. Por isso, só o facto do mesmo tomar esta decisão e ter o poder para o fazer, já o torna criativamente ativo no filme.

2.4.1- OS DIFERENTES TIPOS DE PRODUÇÕES

Existem dois tipos de produções em que o produtor exerce as suas funções e que muitas das vezes definem o seu modo de trabalho, inclinando-o para uma vertente mais criativa ou mais financeira. Esse tipo de produções são as independentes e as não independentes (ou comerciais). Não se confunda cinema independente com filmes de baixo orçamento, por vezes têm um baixo orçamento, mas não é aplicável a todos os filmes independentes. Veja-se o exemplo do recente filme “Cloud Atlas” de 2012, que atingiu um orçamento que ronda os 100 milhões de dólares.

“Uma produção de um filme independente pode ser rival de uma produção de um filme “mainstream” se a mesma tiver os fundos e a distribuição necessária” (Connelly, 2005: 78). Produções independentes são produções profissionais de filmes que são produzidos maioritariamente ou totalmente fora do sistema e funcionamento dos grandes estúdios de cinema. Em vez disso são produzidos e distribuídos por empresas ou companhias de entretenimento independentes (Produtoras Independentes, pequenas produtoras com baixo estatuto comercial). Embora muitas das vezes, principalmente nos Estados Unidos, os filmes independentes sejam produzidos ou distribuídos por companhias independentes controladas pelos grandes estúdios cinematográficos.

Normalmente os filmes independentes estão muito ligados ao cinema de autor, havendo quem chegue a confundir os dois. Embora esta distinção seja bastante simples. O cinema de autor, cinema realizado e na maioria das vezes escrito pela mesma pessoa ou pelo menos em que a escrita é acompanhada e desenvolvida juntamente com o argumentista, cujo objetivo é expressar e transmitir uma visão artística pessoal, sendo o realizador visto como a força criativa central, como o artista do filme, conseguindo-se facilmente identificar o seu cunho pessoal, podendo ser comercial ou independente. Contudo, os filmes independentes não podem ser comerciais ou vice-versa, pois tal como já foi mencionado em cima, uma das coisas que os define é um deles estar diretamente ligado a um ou mais grandes estúdios e ou distribuidora (s) e o outro não. Nos anos 40, o cinema comercial era definido como “uma arte cuja primeira intenção não é satisfazer os desejos criativos do autor, mas as exigências de um patrão ou clientes” (Panofsky, 1947: 167). Embora hoje em dia, se tenha chegado a um meio-termo, em que os realizadores ou produtores independentes que ganham estatuto tanto no meio cinematográfico como entre o público conseguem conciliar os seus desejos criativos com os desejos do público. “Hoje em dia os jovens cineastas têm muita mais liberdade de expressão mal o estúdio aceite e aprove o projeto” (Hal Wallis citado em Joseph McBride, 1983: 17).⁸⁰ Também Lawrence Bender, fiel produtor de diversos filmes de Quentin Tarantino

⁸⁰ Isto dito por alguém reconhecido pelo seu trabalho de produtor e produtor executivo na Warner Bros. e que decidiu depois trabalhar independentemente para a Paramount e para a Universal de forma a ter um controlo mais direto sobre os filmes e não ter a pressão de cumprir prazos e de ter 5 a 10 filmes a ser produzidos e preparados por ano.

e bastante mais recente no mercado de trabalho do que Hal Wallis, à questão de como é que define “comercial”, o mesmo responde: “Essa é uma pergunta difícil. Contudo, para fazer um filme comercial tem de conciliar duas coisas na sua mente: tem de manter a integridade da visão criativa que está a seguir, mas também tem de ter em conta as necessidades da audiência” (Lawrence Bender citado em Helen De Winter, 2006: 22).

Vejam-se filmes feitos por Steven Spielberg, Quentin Tarantino, Woody Allen, Jorge Lucas, Tim Burton, etc. a quando realizadores como produtores. Todos eles fazem cinema de autor de cariz comercial, pois embora tenham uma estilística demarcada e alguns deles tenham feito e/ou iniciado a sua carreira com o cinema independente, como foi o caso de Hitchcock com o filme “Foreign Correspondent” (1940) ou o “Shadows of a Doubt” (1943), o Tarantino que iniciou a sua carreira com um filme independente, “Reservoir Dogs” (1992) e continuou a fazer filmes independentes depois deste, Jorge Lucas iniciou-se em empresas independentes e montou a sua própria empresa independente, entre outros, os mesmos começaram a apelar a um público mais abrangente o que levou os grandes estúdios a apostar neles, devido ao lucro que lhes trariam.

Um bom exemplo é dado pelos produtores Richard Zanuck e David Brown, quando falam de “Jaws” (1975). Os mesmos dizem que na altura estavam à procura de um filme de entretenimento (*movie*) assim como de um filme (*film*), e por isso escolheram o Steven Spielberg para o fazer, embora os mesmos soubessem que poderia ser realizado eficazmente e provavelmente mais economicamente se fosse dirigido por um realizador “*engineer-type*”.⁸¹

“No início Spielberg estava relutante de pegar no “Jaws” porque reconhecia que seria primeiramente um filme comercial e não necessariamente um filme distinto, e ele é um cineasta sério. (...) Penso que ele agora apercebe-se que fez um filme tanto como fez um “movie” - não que ele não respeite o grande filme comercial e o considere parte necessária da sua carreira” (David Brown citado em Joseph McBride, 1983: 32).

Deve se ter em conta que algo que também define e distingue um filme comercial de um independente é o seu conteúdo, estilo e a forma como a visão pessoal e artística dos cineastas é notada e transmitida ao público.⁸² Isto porque aqueles que apostam financeiramente mais em filmes são os grandes estúdios de cinema, mas no caso dos filmes de cinema de autor, tendem a ser mais apoiados por produtoras independentes, sendo este o motivo da confusão por parte da maioria das pessoas relativamente ao cinema de autor. Isso deve-se ao facto dos grandes estúdios de cinema estarem mais interessados no lucro que os filmes lhes poderão trazer do que na temática ou estilística que é inovadora, mas que não lhes trará lucro, sendo mais usual apostarem em filmes com um cariz mais comercial do que de autor. Isto porque o cinema de autor é tido como um cinema mais intelectual, mexe em temas mais pesados e complexos, é

⁸¹ Realizador com habilidades de engenharia, é bastante comum nos Estados Unidos existirem realizadores especializados em determinadas áreas fora do cinema, mas que de certa forma se pode relacionar com o mesmo.

⁸² Vid; Connelly, 2005.

um tipo de cinema que não é para qualquer pessoa, tal como qualquer forma de obra de arte inovadora é difícil de ser aceite pela sociedade no geral, ou pelo menos, bem aceite, ao ponto de as pessoas quererem consumir regularmente ou simplesmente quererem consumir. Enquanto que o cinema comercial está ligado mais ao entretenimento, tendo vários géneros e por vezes receitas que apelam a uma maior quantidade de pessoas e que por isso lhes dá mais público e mais consumidores regulares. O cinema independente procura explorar mais a temática e o conteúdo, aquilo que é mostrado, enquanto o comercial preocupa-se mais com a forma, ou seja, como é que é mostrado, acabando por este último necessitar de ter mais gastos orçamentais do que o primeiro, visto que um se preocupa mais com o conteúdo e o outro com a forma, com o interior e o outro com o exterior. Contudo, isso é algo que está a mudar e aos poucos o independente tem vindo a aproximar-se do comercial, dando mais uma vez o exemplo de “Cloud Atlas”. Começa assim a haver uma fusão e uma preocupação, neste caso, com a temática e com a forma.



Fig. 14- Frame do filme “Cloud Atlas” de Tom Tykwer, 2012⁸³

Em Portugal, a nível cinematográfico a maior parte do cinema produzido é independente, pois não existem estúdios nem distribuidoras que apostem financeiramente em filmes, apenas particulares. Para além de que a maioria das produtoras portuguesas, são pequenas produtoras e todas elas independentes, embora se comece a criar cada vez mais fusões entre as produtoras, mas não existe nenhum Sistema. Apenas existem estúdios televisivos, que apostam maioritariamente na televisão nacional, devido ao lucro que a mesma dá comparativamente com o cinema português, para além de que a produção de conteúdos televisivos está mais desenvolvida e tem mais público e consumidores do que o cinema nacional. Porém, existem muitos estúdios televisivos que apostam em filmes nacionais e que

⁸³ *Theiapolis Media Beta* [em linha]. Los Angeles: Warner Bros. Pictures, 2012 [Consult. 20 de Fev. 2013]. Disponível em WWW: <URL: <http://media.theiapolis.com/d4-i1YQ7-k4-l1ZCF/cloud-atlas.html>>.

poderão ser considerados comerciais, como é o caso de “O Crime do Padre Amaro” (2005), “Sorte Nula” (2004), “O Filme da Treta” (2006), “Morangos com Açúcar: O Filme” (2012), entre outros, sendo filmes que tiveram bastante adesão por parte do público e que continuam a dar lucro nos canais que apoiaram estas produções. No entanto, são pouquíssimos os filmes comerciais que são feitos num ano relativamente aos filmes independentes.

Particularizando e focando-nos um pouco mais na Europa, Angus Finney aprofunda ainda mais esta questão, defendendo que existem 5 tipos de produções Europeias, para além da generalização de produção independente ou comercial. Existe a chamada produção “soft”, que é um tipo de produção orientada culturalmente por sistemas de subsídios, sendo que o dinheiro dado para as mesmas raramente é recuperado, e normalmente aplica-se a países pequenos, em que a minoria da sua língua e de tamanho do mercado faz com que a recuperação comercial seja quase impossível. A maioria dos Institutos Nacionais de filmes tendem a trabalhar numa base cultural guiada juntamente com emissoras nacionais. Contudo, este tipo de obtenção de fundos é bastante crítico para a descoberta e desenvolvimento de novos talentos, principalmente de escrita e realização. Existem realizadores que iniciaram a sua carreira desta forma, como é o caso de Ridley Scott, Peter Greenaway, Billie August e Lasse Halstrom. “Territórios que têm um sistema de financiamento orientado culturalmente, “soft”, incluem territórios mais pequenos, como é o caso dos territórios Nórdicos, Benelux, Portugal e Grécia” (Finney, 1996: 118). O segundo tipo de produções são as produções regionais, empréstimos de economias. A Alemanha é regida maioritariamente por este sistema, onde empréstimos sem juros são ganhos em troca de uma obrigação por parte da produção de gastar cerca de 50 por cento desse empréstimo na região mais relevante. O sistema é flexível, algumas das vezes dois “*laender*” ou mais apoiam a mesma produção, embora o retorno seja maioritariamente para uma região. O nível de recuperação de fundos (indenização, se quiserem chamar-lhe assim), é de apenas 10 por cento, mas segundo Dieter Kosslick, “o objetivo principal é construir e estabelecer uma atividade cinematográfica de sucesso na região, de forma a que os fundos não sejam apenas julgados pela indenização” (Finney, 1996: 118). Em terceiro temos a produção “tough”, que é um mecanismo de empréstimo reembolsável, que mais se aproxima e assemelha a um investimento de capital do que a um empréstimo de subsídios. Este é o sistema defendido pelo “British Screen Finance” e pela “European Co-Production Fund” e imitado em parte pela Escócia no que toca aos seus fundos regionais, assim como pela “Irish Film Board”. A aproximação não é fácil de balançar, assim como requiere tanto uma remissão cultural para apoiar novos talentos como projetos que, caso contrário, não iriam chegar ao mercado, e tomar uma posição firme o suficiente para ver algum do financiamento recuperado numa base regular. Contudo, enquanto este sistema parece atrativo para profissionais que se preocupam com a nova espécie de produtores, que acabam por fazer pouco mais do que preencher formulários e cobrir os custos, a cultura e a linguagem tornam-se por vezes um obstáculo para esta aproximação comercial, que nada favorece os produtores mais criativos. O penúltimo tipo de produções que falta mencionar é

uma das principais espécies de apoios de produção, conhecido como apoio “automatic” (automático), que é melhor explicado pelo sistema Francês. Os produtores registados no *Centre National de la Cinématographie* (CNC) podem concorrer ao financiamento anual da CNC. O nível de subsídios anuais é calculado como uma percentagem de cobrança feita pela CNC dos recibos teatrais em bruto de todos os filmes (incluindo importações) lançados durante o ano. Receitas de filmes feitas por cada produtor francês e lançados no ano anterior são acrescentadas e o produtor recebe uma parte da cobrança, ou taxa, em proporção com essas receitas. O subsídio só é pago se for diretamente de volta para o filme- ou para pagar dívidas em projetos anteriores ou o caso mais provável de reinvestimento em novas produções. É pago um bónus se for o segundo caso. O sistema “automatic” tem sido proclamado como uma “reciclagem” construtiva de lucros que vai desde a indústria de volta a produções domésticas. Espanha também introduziu um sistema “automatic” por volta dos anos 90, obtendo resultados impressionantes.⁸⁴ Por fim, o último sistema, conhecido como apoio “selective” (seletivo), é também bem representado pelo Sistema Francês, e é aplicado num sentido estritamente cultural. O apoio “selective” em França é distribuído principalmente por um sistema conhecido como “Advances on Receipts”. Os subsídios são entregues a projetos que têm normalmente como base um argumento, e são deliberadamente dados a estreantes ou recentes realizadores, e para desafiar ou para puxar o interesse para trabalho cultural, sendo um Sistema mais próximo do que foi mencionado em primeiro lugar (“soft”). Existe ainda um sistema, não contabilizado, conhecidos como incentivos fiscais, introduzidos pelos Governos Irlandeses e Franceses, que têm sido utilizados para atrair financiamento privado para produções e que é cada vez mais utilizado em Portugal, principalmente pelos jovens produtores, com menos experiência na área.

"Se se ganha dinheiro o cinema é uma indústria. Se se perde é uma Arte"⁸⁵. Contudo como se pode constatar, embora digam que o cinema Americano é feito para as massas, limitando a criatividade face ao consumo do espectador, também o Cinema Europeu é limitativo no que toca a todas estas questões económicas e subsidiárias mencionadas.

“As enormes necessidades económicas ligadas à produção de qualquer filme afetam o desenvolvimento criativo e exige, em muitos casos, o consenso de múltiplos pontos de vista em relação a autoria, isto relativamente a qualquer elemento criativo da equipa” (Pardo, 2010: 11).

⁸⁴ Vid; Finney, 1996.

⁸⁵ Vid; Citações de Millôr Fernandes.

2.4.2- AS QUATRO FASES DA PRODUÇÃO E AS FUNÇÕES DESEMPENHADAS PELO PRODUTOR

“O que não planeia na fase de pré-produção afeta a produção, e aquilo que não faz na produção afeta a pós-produção” (Schreibman, 2012: 25).

Tal como os filmes independentes são diferentes dos comerciais também as funções do produtor independente são diferentes das funções do produtor comercial, visto que na maioria das produções independentes optam por não contratar nem metade dos cargos mencionadas no subcapítulo 2.3. Por vezes, chega a ser apenas o produtor a exercer as funções de todos os cargos, se tiver sorte poderá ter um assistente ou dois de produção e os produtores executivos na maioria das vezes apenas apostam dinheiro no filme, não apoiam na procura e obtenção de mais dinheiro. Contudo, as funções que serão mencionadas abaixo apenas se referem às funções do produtor.

Segundo a *Creative Skillset*, o produtor é definido como sendo “o seu papel tornar ideias de histórias em cinema rentável e de persuadir outros a partilharem a sua visão criativa e comercial” (no sentido de venda de distribuição do filme e não no tipo de filme) e “quem tem total controlo de todos os aspetos da produção de um filme, fazendo com que o mesmo se desenvolva e aprovando a seleção de toda a equipa de produção”.⁸⁶ Contudo, também dizem que “a sua principal responsabilidade é promover um ambiente no qual os talentos criativos da equipa e elenco possam florir- os produtores são, portanto, os responsáveis pelo sucesso do filme terminado”, quase dando a ideia que consideram o produtor criativo, mas não como parte da equipa criativa e que apenas faz com que a criatividade dos outros floresça. O que é contraditório com o facto de dizerem que o produtor está responsável pelo sucesso do filme e que o seu papel é persuadir os outros a partilharem a sua visão criativa. Se está responsável pelo sucesso do filme tem de ter bastante influência criativa. Para além de que, a forma como são descritas as funções do produtor, também mostra essa contradição. As várias responsabilidades do produtor, baseadas na *Creative Skillset*, são divididas em quatro fases: o Desenvolvimento, a Pré-Produção, a Produção e a Pós-Produção e Marketing.

Na fase de desenvolvimento, os produtores são, a maior parte das vezes, responsáveis por trazerem à superfície a premissa de uma produção, ou seja, eles são responsáveis pela ideia da produção, por aquilo que irá ser feito ou então por selecionar a história ou mesmo o argumento. Para além disso, eles asseguram os direitos necessários (direitos de autor, intérprete, imagem, etc. algo que vão continuando a fazer durante a fase de pré-produção), são eles que escolhem o argumentista e a equipa que irá desenvolver a história, arranjam o

⁸⁶ A *Creative Skillset* é uma empresa inglesa que melhora e completa as habilidades (*skills*) e os conhecimentos que elementos ligados às diversas áreas do audiovisual têm, sendo vencedora de um *Quality Award* dado pela *Union Learn*. *Creative SkillSet [em linha]*. Londres: *Focus Point*, 2013 [Consult. 9 de Outub. 2012]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.creativeskillset.org/>>

financiamento necessário e supervisionam o processo de desenvolvimento. Nesta mesma fase, embora não conste na descrição do *Creative Skillset*, o produtor começa a contactar potenciais investidores, de forma a obterem a base do orçamento necessário que irá garantir que o projeto seja levado a cabo.

Na pré-produção, normalmente os produtores selecionam os principais membros da equipa, a que a empresa chama de membros da equipa criativa. Equipa essa que inclui o realizador, o diretor de fotografia e o designer de produção (ou diretor artístico, caso nenhum designer de produção seja contratado), assim como potenciais membros-chaves do elenco. Eles assistem o produtor executivo na angariação do dinheiro para a produção e uma vez que o financiamento inicial já foi atribuído à produção, os mesmos selecionam mais pessoas importantes para o escritório de produção, assim como os diretores dos diversos departamentos. Os produtores também aprovam os locais de filmagem, a contratação de estúdios, o argumento final, a calendarização da produção e o seu orçamento, assim como muitas das decisões criativas tomadas pelos diretores dos vários departamentos. Uma coisa da qual se tem de ter bastante noção é de quanto mais dinheiro e tempo se gasta na pré-produção, menos dinheiro e tempo sobram para a produção.

Na fase de produção, os produtores são responsáveis pelo bom funcionamento diário da equipa de produção. Estes estão sempre em constante comunicação com o realizador, consultando-o, assim como com outros membros da equipa, como por exemplo o designer de produção, o manager de produção, etc. Podendo ser tanto elementos que se encontram no *set* ou fora dele, como o produtor executivo, o contabilista de produção, por exemplo. É o produtor que tem de aprovar as alterações que são feitas no argumento, assim como os relatórios de custo, funcionando como o ponto de ligação e contacto com as parcerias da produção, investidores e com a distribuição do resultado final.

Por fim, temos a fase de pós-produção e marketing (ou distribuição), em que é esperado que os produtores colaborem com o realizador e com os departamentos de pós-produção, incluindo a edição tanto de vídeo como de som, assim como da banda sonora e dos efeitos especiais. O produtor irá negociar com as empresas financeiras e de distribuição de forma a planear da melhor maneira possível o marketing e a distribuição do produto final.

Segundo os mesmos, é raro encontrar um produtor que tenha a perícia e visão para exercer sozinho todas as decisões durante as quatro fases de produção, normalmente é apoiado por uma equipa de produção de escritório (*manager* de produção, assistente de produtor, contabilista de produção, etc.), escolhida a dedo pelo próprio e que irão trabalhar de perto com este ao longo de toda a produção. Ou seja, os mesmos admitem que existem produtores que na realidade dominam toda a produção e que tomam todas as decisões essenciais, que não estejam ligadas à estilística e à visão do filme, isso cabe ao realizador decidir que tipo de estética e visão quer transmitir, e cabe ao produtor concordar e apoiar ou discordar. Caso isso aconteça, a mesma não irá em frente.

É de salientar que o produtor, durante a fase de produção deixa de ser o principal

responsável. Esse encargo passa para o realizador e o produtor apenas tem de promover um bom ambiente na equipa e caso necessário, só mesmo se for preciso, pode e tem todo o direito de chamar o realizador à atenção, longe dos outros elementos. Estando mais atento aos gastos feitos durante a produção e se os planos de filmagem estão a ser seguidos, e caso se queira alterar algo nos mesmos é ele que tem a última palavra.

A minha escolha por uma empresa que falasse tanto das diversas fases de um projeto, assim como da função do produtor em cada uma delas, foi completamente escolhida a dedo em ser uma empresa Europeia e que trabalhasse com todo o tipo de formato audiovisual, e por isso, com todo o tipo de produtores, de forma a mostrar que a visão que se tem do produtor Americano e do produtor Europeu (especialmente do Inglês), não é assim tão diferente e distinta. Todos exercem as mesmas funções e têm o direito de tomar decisões influentes para o projeto, o problema é que isso é esquecido pelos próprios produtores e elementos da equipa devido ao ensino que têm, especialmente na Europa, sendo mantida a vertente de que o produtor não faz parte da equipa criativa, como se pôde constatar. A sua criatividade é mencionada, mas ao mesmo tempo é afastado do seu direito a ela ao excluí-lo da equipa criativa. Contudo, aquilo que consta aqui resumidamente aplica-se a qualquer produtor de qualquer zona do mundo, mas tal como disse, resumidamente.

O trabalho do produtor não se aplica só ao que aqui está escrito, porque, como é lógico, nenhum *site* ou livro ensina ou mostra o stress constante pelo qual tem de passar e a paciência e autocontrolo que tem de ter. Também não diz como é que tem de resolver situações ou problemas que ocorrem durante as filmagens, e fora delas, como tem de lidar com todo o tipo de pessoas e egos e manter toda a gente satisfeita de forma a que ninguém desmotive, tendo que lidar com todos os problemas como se não existisse nenhum. O produtor não trata apenas de indecisões ou responde a pedidos de opiniões, o mesmo lida com situações bem mais graves, como o ator principal partiu uma perna e temos orçamento apenas para X dias de filmagens. Fazer render o dinheiro quando aquele que se tem parece não chegar. Correr por empresas e levar “nãos” consecutivos, que vão destruindo aos poucos a sua autoconfiança. Haver uma avaria grave num equipamento caríssimo e essencial para as filmagens, que não pode ser substituído devido ao excesso de custo do mesmo que iria trazer um grande desequilíbrio orçamental e que tem de estar pronto no próprio dia, senão a produção irá perder muito dinheiro, principalmente a cada dia que passa. São situações dessas que definem o trabalho do produtor, situações que não passam pela cabeça do comum espectador, porque o produtor e o seu trabalho vivem no anonimato, vivem atrás das câmaras. “Contrariamente à imagem popular, trabalhar nos *sets* de filmagem não é glamoroso. Um produtor resume isso como “ficar cercado na lama”” (Adler, 2004: 11). Para além, de que as funções do produtor variam conforme a quantidade de elementos existentes na equipa. Se a produção tiver um bom orçamento, as funções mencionadas acima, resumem aquilo que o produtor faz, acrescentando a constante preocupação e resolução de problemas e questões durante toda a produção, para além de ter de lidar com as diferentes personalidades e egos de forma a harmonizar o

ambiente e garantir a boa comunicação e funcionamento da equipa. Contudo, se o orçamento da produção for reduzido, as suas funções irão misturar-se com as funções de outros elementos que fazem parte da produção, como assistentes, contabilistas, *managers*, etc. Embora, isso não aconteça apenas no caso do departamento de produção. Muitos dos elementos que deveriam constar na equipa não constam e as funções dos elementos existentes aumentam. Mas como é que sabemos nesses casos quais as funções que dizem respeito a cada departamento? Quais as funções que dizem respeito ao produtor? Normalmente os elementos em falta neste tipo de produções são os que se encontram hierarquicamente mais abaixo, pois as suas funções não são de tanta responsabilidade (como é o caso de *runners*, *best boys*, assistentes, etc.) ou então, são posições altas, mas que complementam outras (como é o caso do departamento de direção artística: designer de produção, decorador de set, “property master”, diretor artístico) que normalmente fica reduzido ao diretor artístico). Por exemplo, no caso da produção, normalmente os elementos reduzidos na equipa são praticamente todos, apenas ficando os assistentes de produção e o *manager* de produção. Sendo que todas as funções que deveriam ser desempenhadas por outros elementos são repartidas por estes, ficando o produtor com aquelas de maior responsabilidade, o *manager* de produção com as que estão mais ligadas com orçamentação e os assistentes de produção com as funções mais físicas e de menos responsabilidade. Habitualmente a lógica é de que se um elemento de determinado departamento está em falta, as funções que seriam desempenhadas por esse elemento recaem sobre a pessoa desse departamento que está numa posição automaticamente acima da dele ou então porque desempenha e trabalha com mais departamentos, como é o caso do departamento de direção artística e no caso do contabilista de produção que é dispensado em vez do *manager* de produção, pois o *manager* de produção, como tem de responder a mais departamentos, acaba por ficar e desempenhar também funções de contabilista de produção, pois também lida diretamente com este departamento. Sendo estes dois praticamente os únicos nesta posição. Todos os outros regem-se pela hierarquia dentro de departamentos. Caso isso aconteça, o produtor passa a ter as funções do designer de produção, assistente de produtor, do produtor executivo e de *line producer*, o *manager* de produção, passa a ter as responsabilidades do coordenador de produção e do contabilista de produção e por vezes de *line producer* e o assistente de produção sem ser durante a fase de produção, executa funções de assistente de produtor, muitas das vezes, e continua a fazer o seu trabalho, mas que em vez de ser repartido por mais gente, passa a ser feito por muito menos, por volta só de 2 ou mesmo 1, acabando por vezes, a fazer trabalho de *runner*. Veja-se os apêndices 2, 3 e 4.

2.4.3- AS PRINCIPAIS FUNÇÕES DO PRODUTOR

Todas as fases de produção, assim como todas as funções e tarefas do produtor são essenciais, mas existem algumas que merecem destaque. Especialmente as que estão relacionadas com a pré-produção, visto que sem uma boa base, por muito que se tente, nunca se terá um bom filme. A fase de desenvolvimento e a de pré-produção são as fases mais importantes para um produtor e por consequência para a produção. Sendo bastante importante salientar certas funções do mesmo durante estas fases e nas quais tem de ser mais criativo e responsável, como é o caso de lidar com investidores e potenciais financiadores, a orçamentação, a seleção do argumento, lidar com egos e lei de Murphy. Isto porque, todas as outras estão interligadas a estas funções e ao tomar de decisões importantes noutros casos e com outros departamentos. Para além de estarem ligadas às funções salientadas, estão ligadas ao bom senso e à criatividade pessoal, que parte de cada um e do crescimento e experiência que vão ganhando dentro do meio. Para além disso, tudo o resto é bastante mais técnico, lógico e mecânico e por vezes pessoal, como o caso de fazer cronogramas, escolha de locais, escolha de equipa, casting, tratar de autorizações, burocracias, etc. As funções que serão abordadas têm como objetivo expor algumas questões e salientar a criatividade que as mesmas requerem e o porquê de terem de ser feitas por um produtor e não por outro membro qualquer.

2.4.3.1- Lidar com Investidores e Financiadores

O produtor tem o projeto, a ideia ou a visão e agora tem de lhe dar vida. Isto acontece na fase de desenvolvimento, passando para a de pré-produção que é o período da produção em que se reúnem todos os fundos, embora se tenha iniciado a sua angariação já na fase de desenvolvimento. Se os fundos vierem de um estúdio ou de uma produtora, o produtor terá de trabalhar consoante as suas regras e as diretrizes ditadas pelos mesmos. Porém, se estiver a recolher fundos de forma independente, muitas vezes, se não sempre, é através de tratamento e construções legais, como documentação de investimento privado ou parcerias privadas.⁸⁷ Esses documentos têm de ser preparados por um bom advogado, perito e experiente, e estruturados de forma a que o produtor esteja totalmente protegido contra qualquer responsabilidade pessoal que diga respeito ao projeto. O produtor, que normalmente traz o projeto e põe-no de pé, está a contribuir com a sua criatividade para os acordos que faz. Quanto mais isto for claro sem o contexto da documentação, maior será o respeito de potenciais investidores face à credibilidade e integridade do projeto. Relativamente a

⁸⁷ Como no caso de Portugal em que têm poucas produtoras, estúdios ou distribuidoras que estejam interessadas ou tenham sequer manobra financeira para apostar no cinema português, assim como é o caso de muitos outros sítios da Europa, em que se veem obrigados a recorrer apenas ao auxílio de pequenas, médias ou grandes empresas, assim como do Estado, que se mostram cada vez menos recetivos ao apoio do mesmo devido à situação económica do país.

investidores inexperientes, os mesmos têm a tendência de ver se o produtor tem os seus próprios fundos em risco antes de considerarem se quer investir. Após a contribuição e a relação entre o produtor e o investidor ter ficado esclarecida e definida na documentação relativa à parceria, há sempre questões que são levantadas pelos investidores e pelos patrocinadores e às quais se tem de responder: quanto dinheiro é que quer que eu invista? O que é que eu recebo em troca com o meu investimento?

Logicamente que tanto uma como outra questão depende do tipo de projeto, do país em que esteja a ser feito e do produtor que o está a fazer, ou seja, em relação a Portugal existem algumas receitas a nível de parcerias e benefícios, visto que a cultura e arte no nosso país (assim como em grande parte da Europa) vive maioritariamente de subsídios e benefícios fiscais, o método utilizado mais recorrentemente é trocar um patrocínio por publicidade gratuita ou por outro tipo de acordos, como troca de favores, ou seja, permuta de serviços (ex: fazer um spot a uma instituição em troca do seu patrocínio), sendo que este tem sido o método cada vez mais usado em Portugal. Outro também muito utilizado é darem dinheiro para um projeto em troca de benefícios fiscais, ou seja, ao efetuarem essa doação têm direito a redução dos impostos da empresa. Para além de quanto mais visibilidade o projeto tiver maior é a hipótese do próximo projeto que se faça ter mais financiadores e patrocinadores acessíveis para ajudar. Isso irá depender da criatividade e movimentação por parte da distribuidora e no caso de Portugal (e Europeu), por parte do produtor. Muitas das vezes também se deve ao facto de se ter alguém na equipa influente e com alguma visibilidade no mercado, embora em Portugal não seja tão usual, o que não quer dizer que não aconteça. Acontece ainda algumas vezes, veja-se o exemplo do Manoel de Oliveira.

Relativamente à questão de quanto dinheiro é que o produtor quer que invistam no projeto, essa pergunta é simples, visto que o investimento é a parte negativa, é o custo negativo do projeto, ou seja, é a quantia de dinheiro necessária para se chegar a uma resposta e fazer o projeto em questão. Embora a pergunta seja simples a resposta nem sempre o é, sendo que a mesma levanta uma das grandes falhas e falácias da indústria, uma vez que se aplica aos produtores. Como é que um produtor pode saber de quanto dinheiro é que vai na realidade precisar mesmo antes de fazer o projeto? Na fase em que ele apenas tem uma ideia e ainda está a formar uma equipa? O exemplo dado por Myrl Schreiberman relativamente a este assunto é o seguinte: “Quando está a comprar uma casa, o investimento é baseado em informação pré-determinada”. O mesmo se deveria aplicar num projeto deste género, contudo:

“Ao contrário da compra de uma propriedade, o produtor- devido à falta de conhecimento ou experiência- deve, em primeiro lugar, pedir a várias pessoas que lhe forneçam informação antes de estabelecer o custo do projeto” (Schreiberman, 2012: 22).

O processo não tão afortunado de produtores inexperientes, especialmente e principalmente produtores independentes, algo que é bastante frequente e que está a acontecer cada vez mais em Portugal, é ter de se contratar um *manager* de produção com bastante

antecedência para que crie um orçamento do projeto sem qualquer diálogo ou influência sobre a produção criativa deste. Só que como podemos verificar no subcapítulo sobre *managers* de produção, os mesmos não são produtores. A única função que poderão ter para além de *managers* de produção é de *line producers*, não de produtores. Algo que se aplica também nas produções independentes e não só nas grandes produções. Os *managers* de produção gerem as operações diárias da produção, não estão envolvidos na pós-produção, ou em decisões “above-the-line”, não tomam as decisões criativas, assim como não têm a obrigação de entender todas as exigências do realizador, ele apenas tem de ver se a nível monetário as mesmas são rentáveis ou não, mas nunca ter influência ou tomar decisões no que toca à pertinência criativa das exigências criativas do mesmo para com o projeto. Não existe uma justificação plausível para os *managers* de produção tomarem conta da orçamentação do projeto, algo que está a acontecer cada vez mais na Europa, no que diz respeito a produções independentes. Estes irão pedir sempre mais dinheiro do que o necessário ou do que pensam que é necessário, principalmente para os departamentos com que não está tão familiarizado. Sendo que aquilo que não está bem planeado na pré-produção irá afetar a produção que por sua vez irá afetar a pós-produção. Esta é a razão principal para um projeto ultrapassar o orçamento (*go over budget*). Algo que comprova esse facto são os departamentos de orçamentação que fazem parte dos estúdios. Os departamentos de orçamentação, especialmente nos Estados Unidos, mediante a leitura do argumento preparam um orçamento que é apresentado ao produtor de quanto é que o filme deve custar. Esses estúdios fazem com que os produtores sejam responsáveis por manter o projeto dentro do orçamento e são feitos por pessoas que embora isso seja a sua vida, nunca fizeram filmes. Coisa que não faz propriamente sentido, e como se pode verificar, embora os *managers* de produção estejam ligados ao mundo do cinema, como as suas funções e conhecimentos não se aplicam à orçamentação, vai dar um pouco ao mesmo. Tendo este exemplo como ponto de vista sobre esta situação:

“Durante a fase de desenvolvimento do “Girl, The Gold Watch and Everything”, eu preparei um orçamento baseado no primeiro rascunho do argumento, sabendo que tinha de o manter na taxa de licença de 1,6 milhões de dólares pagos ao estúdio. O Departamento de Orçamentação do estúdio preparou um orçamento para o mesmo argumento. O orçamento deles era de 2,6 milhões de dólares. Eu fui avisado pelo Estúdio para ter o argumento reescrito para que pudesse ser feito dentro da taxa de licença. Mantive-me firme quanto ao argumento tal como foi escrito e apresentei-lhes o meu orçamento criado do mesmo argumento (e o meu quadro de produção), lembrando-os que eu era responsável pelas decisões da produção no filme. O projeto ficou por 1,37 milhões de dólares” (Schreibman, 2012: 24).

Este é o tipo de conhecimento que se obtém a fazer filmes e a observar como são feitos. A melhor forma de aprendizagem é trabalhar diretamente com produtores durante alguns anos antes de se fazer uma produção própria. Nos Estados Unidos fazem bastante isso. Também

optam por produtores mais inexperientes que contratam produtores experientes de forma a atribuir alguma credibilidade ao projeto, visto que têm mais posses e recursos para apostarem no cinema. O que significa ter de haver duas comissões para os produtores, uma mais baixa do que a outra. Existe outro caso, como por exemplo haver um gestor de produção (*Manager de Produção*) experiente e com reputação na área do cinema e que quer apostar mais na parte criativa do projeto juntamente com a gestão, neste caso a comissão recebida é mais baixa, visto que o mesmo está a tentar fazer carreira e estabilizar-se como produtor. Mas é cada vez mais usual haver mais do que um produtor nas produções Americanas, cada um envolvido no projeto de forma diferente.

2.4.3.2- Orçamento

“A responsabilidade de um produtor independente é saber o orçamento de trás para a frente e de frente para trás e a delicadeza criativa dos recursos de forma a que cada centavo seja visto no ecrã. A frase farol deve ser “cada quarto de centavo gasto no projeto deve parecer um dólar e meio no ecrã” (Schreibman, 2012: 65).

O produtor juntamente com o contabilista de produção (caso haja, se não é o próprio produtor que trata disso) organizam a orçamentação, que quantia de dinheiro vai para onde e onde se deve apostar mais ou menos dinheiro. Tem de se ter uma grande noção dos gastos e até onde se pode ir em termos de custos de determinadas coisas, como elementos de cenário, guarda-roupa, mesmo o salário dos atores, etc., nos quais mais elementos da equipa têm também uma palavra a dizer, ou seja, embora a palavra final seja do produtor em aceitar o custo ou não daquele material, assim como a sua relevância para a finalidade que tem, depois de conferenciar com o contabilista de produção, *manager* de produção ou mesmo o *line producer* caso exista. Assim como por exemplo, elementos em que no caso de ser algo relativo ao cenário o diretor artístico, o realizador e por vezes o próprio diretor de fotografia influenciam na escolha do elemento, por ser mais ou menos significativo para o filme.

O processo mais usual para se fazer um orçamento é fazer-se inicialmente o levantamento do argumento (“breaking down the script”) e preparar-se o orçamento com base no mesmo. Embora haja um fator a que se deve ter muita atenção e aí é que entra a verdadeira criatividade do produtor. O argumentista raramente se foca nos problemas que algumas opções levantam a nível de produção quando está a escrever uma narrativa. Um exemplo bastante pertinente dado por Myrl Schreibman, em que a história do argumento em questão é baseada na personagem e não nos efeitos especiais, pode ter uma cena deste género:

43. EXT. CASA. NOITE

Uma enxurrada de balas atinge a parte da frente da casa. Depois de um tiro de último aviso, Suny sai do interior da casa para enfrentar os agressores.

Embora a “enxurrada” de balas possa ser visualmente emocionante para o espectador este pequeno pedaço de argumento, pode custar um dinheirão a fazer, centenas a milhares de euros. Contudo, como a força da cena está na forma dramática como a personagem é forçada a sair da casa, é possível encontrar-se outra forma de refazer a cena, mudando-se apenas pequenos detalhes, que irão manter a força da cena e por consequência será muito mais barata de se fazer. Retomando ao exemplo de Myrl Schreibman:

43. EXT. CASA. NOITE

Uma enxurrada de balas atinge o jardim frontal da casa, estilhaçando a caixa de correio e os vasos de flores ao longo do trajeto. Depois de um último tiro de aviso, Suny sai do interior da casa para enfrentar os agressores.

Caso a primeira versão se mantivesse, a parte da frente da casa teria de ser danificada e depois teria de ser reconstruída ou então construída uma frente falsa que poderia ser danificada. Caso a primeira tentativa não corresse tecnicamente como era suposto, teria de se reconstruir ou fazer outra parede. Enquanto que ao usar os vasos e a caixa de correio iria ficar muito mais barato e iria sortir o mesmo efeito, visto que esse não é o foco principal. Por isso, antes de um argumento ser orçamentado é necessário um produtor criativo para que a criatividade do argumento seja guiada de forma a funcionar com um orçamento não tão elevado como se gostaria. “Mais dinheiro para um projeto não irá reduzir os problemas de produzir um projeto” (Schreibman, 2012: 66). Um projeto poderá valer 3.000.000 euros, só com 30.000 euros, depende da criatividade com que se gere o mesmo. Segundo Mike Medavoy, “o filme tem as suas próprias regras e determina que tipo de orçamento vai ter”, cabe a cada um saber gerir isso e de que forma é que quer gerir.⁸⁸

“Você consegue dizer se o filme vai ser caro ou não. Embora a situação engraçada é que as pessoas imediatamente dizem: “Qual é o orçamento?” E você pensa “Bem, não existe apenas um orçamento, existe um milhão de formas de fazer este filme”. Por isso eu diria “Bem, estas são as opções de fazê-lo desta maneira. Ou podemos fazê-lo assim. Ou assim ...” O verdadeiro custo de um filme depende de tantos factores- como quem será o elenco ou quem contrata para realizá-lo ou onde vai filmá-lo” (Jennifer Todd citada em Helen De Winter, 2006: 239).

Contudo, é necessário ter-se sempre em conta que o que interessa na orçamentação, relativamente à criatividade é proteger a mesma financeiramente. O produtor deve proteger todos os aspetos do projeto sem abafar a criatividade dos outros membros que também contribuem para essa mesma visão. Algo que na Europa é mais usual ser o realizador a fazer, embora não o devesse ser, porque enquanto o mesmo se preocupa exclusivamente com a visão criativa que deve transmitir, o produtor preocupasse com a visão criativa e com o orçamento

⁸⁸ Vid; Winter, 2006: 215.

disponível para transmitir a mesma. “O produtor deve estar sempre alerta da criatividade escapar da visão- e gentilmente puxá-la de volta em conformidade com as limitações financeiras” (Schreibman, 2012: 73). Para além de que quando um orçamento está a ser criado para um projeto deve-se ter sempre o mesmo em conta. Este deve ser visto como um guia para a tomada de decisões e algo que será flexível dentro dos parâmetros impostos por ele. Pois caso isso não aconteça, o orçamento disponível será ultrapassado, o que levará a uma busca por mais fundos que poderão não ser obtidos a tempo, ou nem serem obtidos. A criatividade pode ser protegida através do aumento do orçamento, sem que mais ninguém saiba, além do departamento que lida diretamente com esta questão, sem que se peça mais financiamento. Um bom produtor irá utilizar esse conhecimento de forma a manter um ambiente criativo e protegendo o projeto, apesar dos contratemplos que surgem durante a produção. Cada produtor irá assegurar a sua própria forma de o fazer, sendo que já parte da criatividade de cada um.

2.4.3.3- Argumento

“Idealmente, você [o produtor] é o primeiro no projeto, inclusive antes do argumentista- antes de toda a gente. Talvez não tenha a ideia original da história- mas irá ler um livro ou ver uma peça e dizer, “Isto daria um filme estupendo”” (Richard Zanuck citado em Linda Seger e Edward Whetmore, 1994: 52).

Ao contrário do que muita gente pensa, não é o realizador que escolhe a história e sim o produtor. A não ser que o realizador escreva a história, como acontece muitas vezes no cinema de autor e contrate o produtor posteriormente. Sendo que este é o primeiro passo para fazer de um produtor um produtor meramente financeiro, em que fica quase ou mesmo sem liberdade para fazer alterações no argumento, inclusivamente se forem mais vantajosas a nível financeiro e que não alterem em nada o impacto de certa cena ou situação. Enquanto que ao contratar-se um realizador que não escreve a própria história, embora a história não seja dele, em vez de ficar possuído com a mesma e com as ideias fixas em determinadas características que para ele lhe dizem muito, mas que não é pertinente para o desenvolvimento da história em questão e só está a “roubar” tempo de filme e/ou dinheiro investido. O mesmo irá adaptar-se a ela, criar e experimentar. É completamente diferente fazer-se uma história que temos na cabeça do que uma que nos é dada. A relação com esta é completamente diferente e é muito importante que o realizador mantenha uma certa distância dela.

“O realizador irá- e você [produtor] quer que ele queira- reinterprete cada frase, cada página do argumento. Se você escolher bem, ele faz isso melhor. Muitas vezes, ele está apenas a fazê-lo de forma diferente” (Doug Wick citado em Lawrence Turman, 2005: 96).

Contudo, e voltando ao trabalho do produtor, a escolha da história ou ideia por parte do produtor está relacionada com aquilo que a pessoa é, o caráter, o gosto pessoal, o seu ponto de vista, o seu julgamento. O segredo é estar-se apaixonado pela história, é pensar-se: “eu gostava de ver isto feito”. Deve-se estar interessado, tem de ser algo que lhe dá realmente gosto de

fazer e de pegar. É algo que a pessoa irá trabalhar durante bastante tempo, por isso tem de se estar pessoalmente envolvido nela.

“constantemente eu invoco o credo de Joseph Campbell: “Segue a tua felicidade”. Na realidade, que outra escolha tem? Adivinhar de que tema o realizador Bob Zemeckis anda à procura? Ou que tipo de estória o Tom Hanks quer fazer a seguir? Boa sorte...ponha-se na fila” (Turman, 2005: 59).

A questão é: será que chega estar-se apaixonado pela estória ou em vez disso, ter a certeza que é uma estória que as pessoas querem ver? Por muito boa que seja a estória, se não está apaixonado por ela, de nada lhe serve ter uma boa estória em mãos para o público, se não a sabe transmitir da melhor maneira. O produtor deve manter a visão da estória e os sentimentos genuínos que a mesma deve transmitir. A verdade é que existe público para todo o tipo de estórias, tem de se ter bem assente que público é que se quer atingir, que magnitude o filme tem de ter, etc. Embora muitas das vezes isso não esteja relacionado propriamente com a estória, mas com o *marketing* feito, ou com o elenco. Tem de se saber se o filme que está a ser feito é para abranger o maior número de público possível ou se o alvo que se tem é mais restrito. Contudo, tanto num caso como no outro deve-se ter uma boa estória. Uma estória que sirva o seu propósito.

“Se quer ser um produtor precisa de saber reconhecer uma estória. Sempre foi dessa maneira. Não existem segredos acerca disso. Pode fazer surgir algo de uma biblioteca, de uma drogaria” (David Brown citado em Lawrence Turman, 2005: 61). Veja-se o exemplo tão conhecido de Hitchcock, que adaptava histórias de livros que ninguém conhecia e que muitos deles são atualmente conhecidos como sendo maus livros.

Embora a verdade é que, tal como Richard Zanuck diz, tem de se fazer um filme extraordinário. Deve-se encontrar um tema que é excepcional, que fará com que as pessoas se sintam atraídas por ser único. Contudo o mesmo admite que joga pelo seguro, escolhendo temas que não são “mainstream”, algo que nem sempre resulta, como foi o caso de *Rush* (1991), por exemplo, que foi um fracasso, mas por sua vez *Driving Miss Daisy* (1992) foi um grande sucesso. É sempre um risco. Cabe apenas ao produtor tomar essa decisão. Por exemplo, Brian Grazer já não é da mesma opinião de Richard Zanuck. O mesmo diz que gosta de filmes com um tema, que sejam otimistas e que tenham estrelas de cinema. “Se fizerem um filme com um conceito que tenha estrelas de cinema, tem uma boa hipótese do mesmo fazer dinheiro. O filme é definível. Pode definir o seu marketing a partir de uma expectativa” (Brian Grazer citado em Linda Seger e Edward Whetmore, 1994: 54).

O produtor deve estar empenhado e apaixonado pela estória ou por certas características da mesma e deve proteger a visão desta, mal esteja fechada, do início ao fim. Por exemplo, no caso de Lawrence Bender, diz que o instinto dele o leva para personagens interessantes, no caso de Eric Fellner o mesmo diz que produz dois tipos de filmes, aqueles que faz por paixão e com esperança de que sejam um sucesso e aqueles que faz por razões comerciais e que espera que sejam muito bons e tem de se saber distinguir muito bem os dois logo desde o

início. No caso de Alison Owen que trabalha em filmes pelos quais está apaixonado e com pessoas que partilham a mesma paixão. Paul Brooks diz que o seu gosto pessoal por argumentos, para o bem ou para o mal, lidera a direção da companhia e que uma das coisas de que mais gosta em produção é de acreditar num argumento principalmente quando mais ninguém acredita, para Mike Medavoy uma das primeiras regras de produção é encontrar uma boa estória para contar.⁸⁹

Todos apontam para o mesmo conteúdo, é preciso não esquecer que o produtor também deve saber alterar a estória quando necessário, principalmente quando são motivos financeiros, sem que perca a sua essência. Esse é um dos maiores desafios do produtor e embora esta aptidão se ganhe através da experiência (apesar de dever possuir já uma habilidade nata para o fazer, mas que facilmente se aperfeiçoa e se adquire com experiência), todas as outras mencionadas partem de uma aptidão natural, porque partem daquilo que cada um é e da criatividade que cada um tem.

2.4.3.4- EGO

Há uma coisa bastante importante com que o produtor tem de lidar e saber lidar, para manter a harmonia e o bem-estar entre os membros da produção, chamada ego. O relacionamento com os diferentes membros da equipa é bastante importante e saber lidar com todos eles, mais ainda. No ofício de produtor, muito se resume a contactos e relacionamentos, visto que à medida que se vai ganhando experiência, mais se apercebem que haverá pessoas com quem trabalham a quem irão recorrer novamente. O produtor aprende com elas e elas aprendem com o produtor, e quanto mais próxima a sua visão e trabalho é da visão e trabalho do produtor, mais hipóteses existem de voltarem a trabalhar juntos. E o facto dos produtores não se preocuparem ou mostrarem que não se preocupam com os elementos da sua equipa, poderá demonstrar uma falta de integridade da sua parte e poderá levar a um desempenho muito mais medíocre daqueles que trabalham com ele. Para além de que esta falta de respeito poderá jogar contra o produtor no futuro, tanto pela falta de motivação do elemento da equipa que trará uma falha naquele departamento embora possa parecer mínima, para além de que pode não aconselhar o seu trabalho a ninguém e o meio do cinema é mais pequeno do que aparenta. O que um produtor mais criativo faz é ajudar as pessoas a aperceberem-se do seu potencial, indicar as falhas para que melhorem e apreciar o contributo que deram ao projeto. É importante estabelecer contacto com os trabalhadores, não apenas a nível profissional, aliás, os produtores só o devem fazer com departamentos com que trabalhe diretamente, a menos que algo esteja a correr bastante mal ou haja algum problema e se veja obrigado a interferir, mas a nível pessoal. Gil Cates, um produtor bastante conceituado, é conhecido pelas suas habilidades de motivar os mais variados egos das pessoas com quem trabalha, e fazê-las saber

⁸⁹ Vid; Winter, 2006.

que o seu trabalho é apreciado. Estabelece conversas pessoais sem nunca mencionar o trabalho, sendo que as pessoas com quem ele trabalhou dizem que o seu interesse é genuíno e que percebe o verdadeiro significado do lado positivo do ego reforçando o dos seus trabalhadores. Por consequência isso fazia com que quisessem apoiá-lo ainda mais com aquilo que podiam, de modo a que a sua visão criativa fosse transmitida o melhor possível.⁹⁰

Normalmente quando se fala em Ego é de uma forma negativa, embora, como foi mencionado, existe um lado positivo e um produtor criativo deve compreender como exercê-lo quando está a produzir um projeto. Algo tão simples como passar 5 minutos a discutir genuinamente um assunto com um elemento da equipa pode reforçar positivamente o ego desse elemento.

Como Myrl Schreibman diz, a indústria opera de forma horizontal. Se uma pessoa trabalha como técnico de iluminação, então é visto apenas como tal. Se alguém ganha a vida a fazer *props*, é praticamente impossível ser visto e considerado para outra função sem ser a de *Property Master*. Porque o raciocínio automático é o de: O que é que essa pessoa sabe para além do seu ofício? O que é que sabem sobre direção de arte ou design de produção? Os próprios produtores, em geral, não querem arriscar em contratar alguém para uma função que irá executar pela primeira vez. Para muitos é visto como um risco que muitas das vezes não lhes interessa correr. Contudo, um produtor criativo que realmente perceba a dinâmica positiva do ego irá, quando necessário, tentar trabalhar contra essa política. Embora se deva ter em atenção, que isso nem sempre resulta e que depende muito do julgamento feito pelo produtor, do potencial que o mesmo tem e das suas capacidades para desempenhar um papel diferente. O produtor tem de saber muito bem aquilo que está a fazer e ter a certeza que a pessoa que está a contratar para uma função superior à que tem é realmente dotada de habilidades suficientes para subir de posto e para lhe ser dada essa oportunidade. Pois se essa pessoa errar, é o produtor que tem de resolver a situação o mais depressa possível, por vezes tendo de ser o mesmo a substituir o posto até arranjar alguém (quando se trata de funções como designer de produção ou direção de arte, entre outros) e pior que errar é quando há um bloqueio por parte da pessoa contratada, que é bastante frequente acontecer em pessoas novas na área em que são inseridas e que nunca trabalharam nelas, nem como assistentes. Qualquer uma das duas situações, caso aconteça, irá fazer com que o produtor perca tempo, e tempo em produção é sinónimo de dinheiro. Por isso, é importante saber julgar e perceber verdadeiramente o significado do conceito de ego, principalmente para saber lidar com todos os elementos da equipa e por vezes, tornam-se em grandes desafios.

Como Alejandro Pardo diz, “de onde converge criatividade e personalidade surge um grande ego. E não é de estranhar que exista fricção quando dois egos fortes devem tomar decisões criativas sobre uma mesma questão” (Pardo, 2002: 247). Sendo que, segundo ele, muitos dos produtores criativos não são bem aceites entre os realizadores. Embora José Jacoste diga que “quando o realizador se depara com um produtor criativo dão-se condições

⁹⁰ Vid; Schreibman, 2012.

de diálogo mais favoráveis do que quando se situa perante um tipo de Produtor cujas motivações estão absolutamente fora da esfera artística” (Jacoste, 1996: 17). O próprio Sam Spiegel diz que “...qualquer filme merecedor de ser bom deve começar com um elemento de fricção entre o produtor, o argumentista e o realizador- e nenhum bom filme foi feito sem berros e abrasividade” (Sam Spiegel citado em Tim Adler, 2004: 16). Tanto no caso do produtor como do realizador, a aplicação da influência criatividade deve limitar-se ao trabalho e posição de cada um e o produtor tem de reger isso.

O espectador não se apercebe e por vezes nem as próprias pessoas da equipa, que lidar com as mais diversas personalidades e egos é das tarefas mais complicadas e desafiantes por parte do produtor, sendo que só com muita experiência e convivência com o mais variado tipo de pessoas é que adquire essa habilidade. Já para não falar do instinto e da personalidade que o mesmo tem. Muitos produtores não concordam com esta forma de trabalho e acreditam que o medo vindo por parte dos seus trabalhadores faz com que este seja respeitado e com que trabalhem sem questionar, ocultando as falhas em vez de as admitir e tentar melhorá-las. Cabe a cada um avaliar por si e escolher o seu método.

“Os produtores concordam que as decisões mais críticas tomadas durante a pré-produção envolvem convocar centenas ou mais pessoas e moldá-las numa equipa de produção coesa, capazes de perceberem o maior potencial do argumento”
(Linda Seger e Edward Whetmore, 1994: 60).

2.4.3.5- Lei de Murphy

“Tudo o que puder correr mal corre”
(Edward A. Murphy Jr., 1494)

A visão de Murphy ao lado da fase de produção de um projeto cinematográfica era a visão de um otimista. Não existe substituição possível para um trabalho mal preparado, principalmente na fase de pré-produção. Como já foi mencionado várias vezes, as fases de produção têm um efeito bola de neve, o que não for feito por parte do produtor ou correr mal numa das fases irá influenciar a seguinte e todas elas irão afetar o resultado final. Contudo, inexplicavelmente, os problemas acontecem durante a fase de produção e normalmente acontecem *bellow-the-line* e o produtor criativo tem de estar preparado quando isso acontece. Myrl Schreiberman conta uma das suas experiências num filme que produziu denominado *Hunter's Blood* (1986), em que na tarde antes de um dos dias de filmagens recebeu um telefonema do *manager* de produção, Andy LaMarca, informando-o de que iriam haver aguaceiros bastante fortes e que, provavelmente iriam atingir o local onde iam filmar logo pela manhã. Telefonou para o local de filmagens e pediu ao *manager* de produção que equipasse logo toda a gente pela manhã com capas de chuva e que usassem placas de madeira compensada para colocar nos passeios, caso ficassem enlameados. O dia de filmagens tinha

de ser feito, pois iriam perder mais dinheiro se o cancelassem do que se o fizessem, principalmente porque os atores teriam de ser pagos de qualquer das formas. Schreiberman teve em conta que nessa altura a equipa estava a trabalhar junta para preparar o local e que os mesmos conseguiriam dar a volta a esta dificuldade. Para além de que a cena tomaria lugar debaixo de uma árvore de 200 anos, que ele tinha esperança que funcionasse como um guarda-chuva gigante de forma a proteger os atores e o realizador enquanto filmavam. Algo que realmente funcionou, tirando que os camarins ficaram presos na lama e não conseguiram chegar ao local, tendo de transformar um género de barracão de estanho que se situava perto do local de filmagens numa sala de maquilhagem, camarim e local para comer. Ainda assim conseguiram filmar nesse dia, obtendo os resultados em ecrã e adicionando efeitos sonoros em pós-produção para complementar o chão molhado e a chuva que aparecia atrás da árvore em ecrã. O público só sabe aquilo que é mostrado no ecrã e não como chegaram aquele resultado e porquê e neste caso o que o público vê é uma cena de luta num ambiente húmido e enlameado. Segundo ele, isto só foi possível porque eram uma equipa que trabalhou junta para que as coisas se resolvessem e fossem possíveis de serem feitas. Ele e o *manager* de produção ajudaram quem precisou durante esse dia de filmagens, incluindo o *catering*, o *gaffer*, e o electricista principal. Andavam a “apagar fogos” atrás das câmaras de modo a que as filmagens continuassem e permitindo ao realizador ser criativo sem que ninguém interferisse com o seu trabalho.

“Nesse dia em particular eu não era o produtor e cada um deles, membros da minha equipa. Nós eramos todos um, a trabalhar contra as probabilidades de forma a acabar o dia. O meu trabalho era fazer com que acontecesse, manter as coisas criativamente vibrantes, e fornecer condições decentes em que as pessoas pudessem fazer o seu trabalho e focar-se nas necessidades do realizador” (Schreiberman, 2012: 121).

Mesmo outros produtores em que se lhes é perguntado: o que é que fariam caso de repente o tempo ficasse terrível, estão a ter dificuldades e o orçamento triplica? As respostas acabam todas por ser um pouco do mesmo. “Rezar e pressionar. Mentir um bocadinho. Até se pode considerar em suspender as filmagens para recolher forças e retornar da queda. Contudo, a experiência ensinou-nos a pressionar” (David Brown citado em Joseph McBride, 1983: 36). Sendo a meteorologia um dos exemplos de imprevisibilidade e de problemas que surgem sem se poder planear e um dos mais complicados, embora qualquer que seja o problema cabe ao produtor resolvê-lo e dar a volta da forma mais criativa, breve e conveniente possível.

A estrutura de uma equipa de produção é um dos elementos críticos no sucesso de uma produção. Podem existir várias estruturas e cada uma é mais eficiente do que a outra. Cada elemento da equipa deve ser respeitado e respeitar a posição de cada um, assim como áreas de responsabilidade e a intercomunicação de funções de forma a que possam trabalhar juntos com êxito. Se existe uma fraqueza nesta estrutura por parte de qualquer elemento, essa fraqueza vai ter um efeito dominó durante a fase de produção. Essa estrutura pode ser vista no

esquema 3 e 4. A estrutura irá alterar-se de produção para produção dependendo do tipo, assim como dos elementos que constituem a pré-produção, a complexidade e necessidades da fase de produção, da relação do produtor com o realizador, o *manager* de produção e outros elementos do departamento de produção que estejam envolvidos no projeto. Todas as posições numa produção são criativas à sua maneira, seja ela criatividade pessoal ou social, contribuindo para o desenvolvimento do projeto. Um produtor experiente permite que cada um seja criativo e reconhece que os mesmos são especialistas na área que exercem, e têm de ser respeitados por isso.

2.4.4- PROCESSO CRIATIVO DO PRODUTOR

A arte não é só para pessoas que não conseguem fazer mais nada. A arte é um tipo de linguagem que não é bem conhecida. Cada artista usa a sua própria linguagem para comunicar. Aquilo que os artistas pretendem é comunicar a sua visão. Tanto a forma como as imagens, os símbolos, as cores, as formas, entre outras coisas são postas juntas na composição de uma pintura, não é feito de forma arbitrária.⁹¹ O processo criativo varia de pessoa para pessoa. Cada um tem de encontrar a sua forma de criar. No caso de Françoise Gilot, artista e escritora (escreveu um livro denominado *Life with Picasso*), descreve o seu processo criativo, enquanto pintora, a iniciar-se com os sentimentos e emoções e com um tema que esteja na sua cabeça, mesmo que o pintor não se aperceba disso intencionalmente ou racionalmente. Começa a surgir a partir do inconsciente. Há uma introdução de um tom ou forma pouco usual, como um círculo roxo, que irá levar o pintor a outra coisa. De vez em quando, no mesmo dia, trabalha com mais do que duas pinturas para multiplicar a possibilidade de interação de cada um e de um para o outro. Se repararem neste pequeno detalhe, conseguem identificar ao longo da história, artistas que pintaram e trabalharam numa obra durante dias a fio, sem pegar em mais nenhuma, o que não faz com que um método seja melhor do que outro. Cada um tem o seu. Os artistas neste processo de criação, que é também o processo criativo, utilizam a sua mente e corpo de forma consciente e espontânea. Muitas das vezes os artistas não criam apenas por motivos estéticos ou de catarse, mas para se revelarem a si mesmos e a sua visão do mundo. Na perspetiva de Gilot, as suas ideias, crenças e paixões.⁹²

A criatividade requer a afluência de seis recursos. As habilidades intelectuais, o conhecimento, as formas de pensar, a personalidade, a motivação e o ambiente em que está envolvido. Existem também habilidades intelectuais que são bastante importantes, como a forma de ver os problemas de novas maneiras e fugir do pensamento convencional, a habilidade de reconhecer quais as ideias que valem a pena levar em frente e por fim a

⁹¹ Vid; Pfenninger, 2001.

⁹² Vid; Ibid.: 170.

habilidade de saber como persuadir alguém de algo.⁹³ Se repararmos bem, essas são algumas das tarefas que o produtor cinematográfico tem de saber fazer, e bem. É ele que tem de escolher a ideia e de aprovar ou reprová-la certos aspetos da mesma, conforme ache que é o mais adequado, para além de que tem de convencer outras pessoas a dar dinheiro para o filme em que ele está a apostar, tem de persuadi-las a tal. Tem de lidar com todo o tipo de personalidades e mais importante do que isso, tem de saber como lidar com cada uma delas e tem de controlar todos os gastos de forma a não ultrapassar o orçamento estipulado, tendo de resolver todo o tipo de imprevistos e prevê-los de forma a que isso não aconteça.

“O cinema é ao mesmo tempo uma arte industrial e comercial, e por isso é condicionada por um processo de elaboração complexo” (Pardo, 2010: 8). Os recursos, materiais, financeiros e humanos são bastante complexos e exigem habilidades artísticas e técnicas por parte de todos os elementos que trabalham no mundo do cinema, sendo que um projeto, um filme é um esforço colaborativo. No entanto, a capacidade de dar à luz um projeto audiovisual exige controlo não só por parte dos aspetos criativos, mas também relativamente ao processo de produção por si só. “Eu estou bastante consciente, como uma pessoa criativa, que aqueles que controlam os meios da produção controlam a visão criativa” (Jorge Lucas citado em Lane, 1996: 125). Por outras palavras, tal como Alejandro Pardo diz, aqueles que lidam com a produção de um filme possuem a chave para influenciá-lo criativamente.⁹⁴ Sendo que existem mais autores a partilhar estas mesmas ideias. David Draig é autor do dicionário de empregos da indústria cinematográfica. Define o produtor da seguinte forma:

“A contribuição criativa do produtor poderá ser muito grande ou muito pequena. O produtor que assume um papel ativo na supervisão do casting, na escrita, no design e edição pode exercer uma influência considerável no estilo e no conteúdo da produção finalizada; outros produtores podem concentrar-se nas responsabilidades administrativas e financeiras e deixar as decisões criativas para outros” (Draig, 1988: 81).

Os autores Americanos e Europeus sublinharam a criatividade, de uma forma ou de outra, como sendo uma qualidade inerente de alguém que queira ser um bom produtor cinematográfico, definindo o mesmo como sendo um “visionário criativo” dotado de grande “temperamento artístico” ou de “poder criativo e imaginativo” (Katz, 1979: 223; Mortzsch, 1964: 115; Dadek, 1962: 59). Sendo que talvez por esta razão, pessoas ligadas ao cinema como Dino De Laurentiis e muitas outras citadas no subcapítulo 2.7.2, partilham da mesma opinião, cada uma à sua maneira:

“Para se tornar num grande produtor deve ter algo dentro de si que eu não o posso ensinar. Precisa de um sentimento artístico dentro de si, algo que divide artistas e não-artistas” (Dino De Laurentiis citado em Tim Adler, 2004: 106).

⁹³ Vid; Sternberg, 1999.

⁹⁴ Vid; Pardo, 2010: 9.

O próprio Lawrence Turman numera “a criatividade de um artista” como sendo uma virtude que qualquer produtor que seja realmente bom no que faz deva ter, sendo que a numera como a primeira de todas.⁹⁵ Para muita gente, a criatividade do produtor é exigida pela própria natureza do próprio ofício. É uma característica bastante importante, tanto que David Puttnam define o produtor como sendo “um intérprete de talentos” (David Puttnam citado em Alejandro Pardo, 2003: 63). Podemos dizer que trabalhar com talentos criativos exige por si só criatividade. Bruce Houghton defende isso mesmo ao dizer que “um bom produtor, como um inspirador de criatividade, deve ser ele mesmo criativo” (Houghton, 1991: vii). Acrescentando ainda que:

“Guia e ajuda centenas de pessoas em direção a um objetivo que se torna cada vez mais claro enquanto o trabalho prossegue de uma ideia (...). Ele sabe o que boas pessoas conseguem fazer nas áreas importantes de produção e pressiona-os para fazerem o seu melhor (...) certificando-se que todas as mãos servem um propósito comum. Ele é uma força majoritária na contratação de todos os artistas que trabalham o filme (...). Isso exige criatividade seletiva por parte do produtor” (Ibid.: viii-ix).

O produtor criativo pensa de forma inventiva e engenhosa, seja no contar da história, seja no casting do filme, na escolha e seleção do realizador, a angariação do dinheiro, e em algumas situações, o marketing do filme (algo que é bastante usual em Portugal, ser o produtor a tratar do marketing do filme em vez das distribuidoras).

“Assim existe, o que poderemos chamar etapas criativas essenciais ou momentos da produção cinematográfica sobre o qual o produtor exerce- ou pode exercer- uma influência criativa decisiva. Estando destacadas entre esses a pesquisa e escolha do conceito original; a seleção do escritor e a supervisão do argumento; a escolha de um realizador em específico; a aprovação da equipa artística; e mais tarde, o controlo da edição e mesmo a promoção e a venda do trabalho cinematográfico” (Pardo, 2000: 240).

Podemos, assim, apontar duas consequências imediatas. Por um lado, a criatividade do produtor é exercida de uma forma indireta através de decisões que afetam a própria produção do filme, como no caso do realizador. Essa forma indireta envolve também a seleção e supervisão da equipa criativa. Por outro lado, o seu controlo geral do filme assegura uma medida mais alargada de intervenção no início e no fim do processo, durante a pré-produção e a pós-produção.⁹⁶

Existe uma questão que a maioria das pessoas se esquece e que exige bastante capacidade criativa por parte do produtor, que é a obtenção de um financiamento através de um *pitch*. O produtor tem de conseguir arranjar a quantidade de dinheiro suficiente para garantir o arranque do projeto apenas com uma ideia em mente, que tem de vender aos financiadores.

⁹⁵ Vid; Turman, 2005: 150.

⁹⁶ Vid; Ibid.: 241.

Algo que em Portugal é mais usual na televisão e no marketing do que no cinema. Em vários locais da Europa incluindo Portugal, normalmente, exigem o argumento maioritariamente avançado e não apenas uma ideia. Simon Channing-Williams mostra isso com o seu depoimento, embora já possua estatuto e consiga facilmente arranjar o financiamento sem dizer nada do argumento e sem um *pitch* em concreto:

“Nunca existe um argumento- não existe mesmo. Mesmo agora, as pessoas, financiadores e cabecilhas de estúdios- alguns deles conheço há muito, muito tempo- dizem, “Olha, nós sabemos, que tu sabes que existe um argumento. Conta-nos apenas um pouco sobre isso”. Mas na realidade não existe. Em 1988 o meu *pitch* era exatamente o mesmo- “Nós não sabemos o que queremos fazer, mas por favor pode dar-nos 1,3 milhões de libras?”. Logicamente que era um ato de fé por parte dos financiadores. E continua a ser” (Channing-Williams citado em Helen De Winter, 2006: 53).

O objetivo de qualquer produtor é arranjar bom material e financiadores que apostem neles, sendo que Lawrence Bender partilha da mesma opinião, mas por outras palavras:

“Eu penso que o principal objetivo é fazer bons filmes que as pessoas queiram ver e que tenham a sua própria visão distintiva e artística. (...) Está-se sempre a lutar para encontrar bom material e desenvolver um bom argumento” (Lawrence Bender citado em Helen De Winter, 2006: 21).

Tudo o que se vê no ecrã é influenciado pelo produtor. O produtor tem de saber selecionar e reunir todas as condições para o filme ser bem-sucedido. Todas as decisões passam pela mão do produtor. Idealmente, o mesmo escolhe a estória e aprova a versão final, escolhe todos os elementos da equipa criativa e aprova todas as decisões tomadas, limitando criativamente o filme, de forma a retirar o melhor deste. O produtor possui a visão final do projeto tendo de guiar todos os elementos de encontro a essa visão e por isso, tem de possuir todo o tipo de conhecimento de todas as áreas e funções presentes num filme. A função do produtor é limitar de forma a retirar o melhor de cada elemento.

“O produtor criativo em qualquer momento na vida de um projeto desempenha vários papéis: o papel de mãe, pai, amante, de romancista, de persuasor, psicólogo, profeta, de cómico, de trágico, de melhor amigo, de professor, de guerreiro, de negociador, de árbitro, de sonhador...e a lista parece não acabar” (Schreibman, 2012: 20)

Este vê o projeto concluído, sonha com ele, dá-o à luz e depois espera e aguenta, enquanto o projeto leva a sua própria vida em frente, mas nunca deixando de o moldar, de lhe dar forma, atribuindo-lhe conteúdo de maneira a partilhá-lo com o mundo e mantendo a esperança de que este irá fazer a diferença. Penso que não existe melhor metáfora do que esta, quando se fala de um produtor e tal como um pai, também o produtor tem de arranjar dinheiro de forma a sustentar o seu “filho”.

O produtor André H. Des Fontaines durante a década da teoria do cinema de *auteur* escreveu o seguinte: “um produtor pode dar testemunho da sua personalidade e (...) através do vínculo entre autores e fabricantes, expressar o seu próprio gosto” (Fontaine, 1963:127).

Contudo, tal como se pode deduzir, ser criativo não é um atributo obrigatório a todos os produtores cinematográficos, pois, tal como Firstenberg sublinha “a quantidade criativa que um produtor exercita num projeto, muitas das vezes depende da extensão para a qual se envolve em cada etapa” (Firstenberg, 1987: 67). Por outras palavras, “a criatividade do produtor deve ser julgada de acordo com a importância do seu contributo para o filme, contributo esse que tem efeito através das decisões específicas que toma em cada fase da criação do filme” (Pardo, 2000: 240). Todos os produtores trabalham de forma diferente. Muitos produtores delegam muitas das decisões criativas “above-the-line” ao realizador, enquanto outros possuem um papel muito mais ativo. Outros contratam um *line producer* para tratar de assuntos e decisões logísticas “below-the-line” que afetam decisões criativas da produção, enquanto outros querem ter essa responsabilidade. Assim como existem produtores que partilham tarefas em colaboração com outros produtores, enquanto que alguns dão todas as responsabilidades da produção a outros, mas contratualmente recolhem os créditos finais de produtor. Existe todo o tipo de produtores, uns mais criativos do que outros, mais influentes e presentes. Cada um deve descobrir que tipo de produtor quer e tem capacidade para ser, assim como deve descobrir o seu próprio processo criativo, processo esse que passa pelas funções aqui mencionadas, mas cabe a cada um descobrir a melhor forma de o fazer.⁹⁷

2.4.5- A RELAÇÃO PRODUTOR/ REALIZADOR

“Não há nada mais recompensador para um realizador do que ser capaz de colaborar com um produtor criativo, e não há melhor união num filme ou fita do que o de um produtor e de um realizador que colaboram brilhantemente” (Jeff Margollis citado em Myrl Schreiberman, 2012: 255).

O facto de se ser um produtor mais financeiro ou mais criativo, parte muito dos gostos que cada um tem (no que diz respeito a funções) e da sua educação, e não me refiro apenas ao ensino Académico, mas ao conhecimento que adquiriram sobre produção (através das mais diversas formas, desde livros a experiências pessoais dentro da área no início da aprendizagem). A opinião que tem sobre a mesma e como é que este é influenciado por elementos das diversas áreas cinematográficas. Se um produtor tem um ensino mais criativo, está num ambiente que lhe fornece mais liberdade criativa, se ele próprio é criativo e gosta de o ser, também irá querer ter uma influência mais criativa nos projetos que executa. Em todo o mundo existem produtores que têm uma função mais criativa e outros mais financeira, mas

⁹⁷ Vid; Schreiberman, 2012: 255.

isso parte do interesse de cada um e daquilo que querem fazer. Se um produtor é mais virado para finanças e burocracias, tem tendência a contratar realizadores que tomem todas as decisões criativas e este só aceita ou rejeita conforme o *plafom* que tem, ou se acha que vai trazer mais ou menos dinheiro no final. O realizador acaba por tomar total controlo da gestão da equipa e como quer que a mesma funcione. Um produtor criativo já não é assim, visto que tem interesse em tomar decisões, em tomar todas as decisões a que tem direito, tendo a tendência para escolher um realizador muito mais flexível e que tem interesse em ouvir e aceitar as decisões criativas que competem ao produtor.

A relação de trabalho do produtor e do realizador é a relação mais importante para que o projeto tenha sucesso. Segundo Myrl Schreibman, existem diretrizes que o produtor deve seguir relativamente ao trabalho do realizador. O produtor tem de garantir que o realizador tem a habilidade de trabalhar com atores ou qualquer outro talento em frente de uma câmara. A única pessoa do *set* que durante a realização do projeto tem essa responsabilidade é o realizador e um realizador que se deixa intimidar por atores e que não consegue lidar com a personalidade dos mesmos, nem comunicar com talentos mais difíceis, irá dar cabo do projeto. “Eu já vi talentos tomarem controlo do *set*, quando o realizador não se sentiu à vontade com a sua comunicação” (Schreibman, 2012: 82). É algo bastante usual, segundo Schreibman, visto que os atores falam com os realizadores quando não são claros relativamente ao que ele pretende ou precisa ou se o realizador não fornece ao ator uma atmosfera criativa em que possa trabalhar.

O produtor nunca deve interferir com o trabalho do realizador no *set*. No local de filmagens o realizador é quem está no comando, é ele o responsável. Se o produtor interfere com o trabalho do realizador no *set* em frente do elenco ou da equipa, irá desmoralizar o realizador e danificar a relação de trabalho com a companhia de produção. Se o produtor quiser falar com o realizador acerca de algo que tenha decorrido nas filmagens, o melhor a fazer é tratar disso em privado longe do elenco e da equipa, esperar até que haja uma pausa ou mesmo no dia a seguir. Desta maneira o produtor está a manter um processo de produção colaborativo e de respeito. A melhor forma de trabalho é a colaboração. Numa entrevista feita a Hal Wallis em que lhe questionam sobre o que aconteceria se estivesse no *set* e visse que uma cena estava a ir numa direção que acha que não deve seguir, responde:

“ Tomo o realizador à parte e digo-lhe silenciosamente o que penso. Se existem cenas nas “*dailies*” de que não gosto- se eu penso que estão definitivamente erradas- tenho as refeitas. Se eu penso que há qualquer coisa de errado com a performance ou estamos a ir mal de alguma maneira, eu discuto isso com o realizador. Se eu sinto que precisamos de uma filmagem adicional, um *close-up* ou um *two-shot* ou um movimento de câmara, discuto isso com ele e obtenho o que quero. Mas eu não vou para o *set* com um chicote” (Hal Wallis citado em Joseph McBride, 1983: 17).

A colaboração começa com o produtor e o realizador, assim como a confiança que tem de

haver entre os dois, e a confiança que cada um tem de ter em si mesmos. Segundo Dino De Laurentiis, produtor de “Blue Velvet” (1986) e “Hannibal” (2001), cada filme que produz, trabalha bastante próximo do argumentista, seleciona o realizador, o elenco e depois deixa o realizador em paz.⁹⁸ O próprio Hal Wallis embora pareça inculir uma influência bastante grande naquilo que é feito pelos realizadores com quem trabalha, ele próprio à pergunta feita do que acha que um produtor procura num realizador diz:

“ Um colaborador. Se um realizador é bom a trabalhar com um produtor, ele aceita a sua ajuda em todas as fases do projecto- casting, caça da localização, preparação do argumento, tudo. O conceito do filme se tornar deles. Eles são uma equipa de dois homens que trabalham juntos com único objetivo. Torna-se uma colaboração e uma que vale a pena” (Hal Wallis citado em Joseph McBride, 1983:17).

Por fim, o produtor tem de ter a certeza que o realizador faz os seus trabalhos de casa relativamente ao projeto. Realizar não é só interpretar o argumento, dirigir e lidar criativamente com atores, também inclui a habilidade de completar um dia de trabalho a tempo e dentro do horário e da calendarização. Um realizador que esteja devidamente preparado torna-se mais criativo, enquanto faz um planeamento para os problemas inevitáveis. Um realizador que consegue pensar criativamente enquanto toma decisões instantâneas baseado na pressão da produção é um realizador bem-sucedido. “Todas as pré-visualizações do mundo, não iriam prevenir problemas de acontecer se um realizador não tiver a habilidade de improvisar criativamente” (Schreibman, 2012: 85).

Tom Devone, diretor de fotografia, costuma contar a história de um realizador com quem trabalhou, cuja experiência que tinha era maioritariamente em animação e o filme que estava a fazer era o seu primeiro filme em imagem real. O realizador passou horas a fazer o seu trabalho de casa, a elaborar e desenhar cada imagem e filmagem que iria fazer, de forma a conseguir mostrar aquilo que pretendia. Um dia, ao chegar ao *set* apercebeu-se que a porta do *set* era do lado esquerdo e a porta nos seus desenhos e rascunhos estava do lado direito. Ficou parado a olhar para o *set*, e depois para os seus desenhos e novamente para o *set*. Não conseguia descobrir como encenar o que tinha planeado de forma a que resultasse, porque o *set* não era como ele o tinha desenhado. Imensa gente, incluindo os atores, deram-lhe sugestões, mas ele estava tão bloqueado e preso à sua pré-visualização que não conseguia agir e criar naquele momento e local. Isso continuou por várias horas até que se apercebeu que ao virar o seu desenho ao contrário e segurando-o e levantando-o contra a luz a porta passava a estar do lado esquerdo, tal como era pretendido. Com isto, ele conseguiu aperceber-se do que fazer, o problema é que a essa altura já o tempo tinha passado e o dia de trabalho não poderia ser concluído dentro do horário e calendarização planeada.⁹⁹

Algo bastante problemático para uma produção. O realizador tem de conseguir agir depressa, principalmente quando o produtor não está no local para corrigir as suas falhas, algo

⁹⁸ Vid; Adler, 2004: 10.

⁹⁹ Vid; Schreibman, 2012:84.

que não deve acontecer. O produtor deve evitar interferir no trabalho de *set* do realizador, mas nesta questão seria necessária a sua intervenção. Contudo, é bastante frequente, a ausência do produtor nas filmagens no caso de grandes produções, principalmente nos Estados Unidos. Um realizador desamparado, por muito bem preparado que esteja, pode prejudicar bastante a produção de um filme, e levar as pessoas que trabalham com ele a perder a confiança e o ânimo. Embora como Jennifer Todd diz:

“O estúdio irá ligar-me todos os dias para discutir como é que está a correr a produção e qual o aspeto do filme. Por isso, o trabalho do produtor no *set* é uma combinação de produção e de questões criativas. Se o produtor não estava no *set*, terá outras pessoas como o *line producer* a dizer ao realizador se podem ou não ter uma segunda câmara- e essas são questões criativas que devem ser propriamente geridas. Eu penso que, como produtor, deve estar lá a tomar as decisões” (Jennifer Todd citada em Helen De Winter, 2006:241).

Richard Zanuck e David Brown, quando entrevistados disseram que selecionavam um realizador por aquilo que eles acreditavam que poderia fazer por um filme. Ao contrário do exemplo dado em cima e fugindo do que se tem tornado cada vez mais usual, os mesmos dizem que:

“Não há um único dia em que um de nós- ou mais frequentemente os dois- não estejamos no *set* ou no local. (...) Nós damos sugestões e tentamos resolver problemas sem interferir com o trabalho do realizador” (David Brown citado em Joseph McBride, 1983: 31).

O despedimento de um realizador deve ser o último recurso.

“Quando eu estava a gerir a Paramount houve um realizador de um filme em particular e nós apercebemo-nos que ele não conseguia fazê-lo. O produtor foi o primeiro a vir ter comigo falar sobre a sua substituição, e eu concordei. Mas isso é absolutamente o último recurso. E é terrível, porque significa que cometemos um erro em primeiro lugar ao contratá-lo. O realizador Greg Hoblit uma vez disse-me que um realizador tem de saber duas coisas- “o que ele quer, e como obtê-lo” (Gary Lucchesi citado em Helen De Winter, 2006: 230).

Falando mais especificamente do produtor criativo e a forma como lida com o realizador, contudo muitos dos mencionados o sejam, conseguiu-se constatar a origem do problema. Pois, embora se saiba o papel mais técnico do realizador e do produtor, qual é a diferença dos seus papéis criativos e como é que se podem complementar sem que existam convergências prejudiciais ao projeto? Ou seja, contribuirão para o mesmo fim de formas criativas distintas. Resumindo, qual é o papel criativo de cada um deles?

Jacoste Quesada e José Gabriel defendem que “o produtor criativo tem sido considerado, corretamente ou erradamente o grande executor do realizador, graças à sua última palavra no processo de produção cinematográfica”, embora “quando o realizador lida com um produtor

criativo isso cria mais condições favoráveis para dialogar do que quando encara um tipo de produtor cujos motivos são totalmente externos da esfera artística.” continuam dizendo que “em ambos os casos existe uma força que parece afetar o trabalho de criação do realizador (...) É por isso que a contribuição criativa do produtor deve ir até um certo nível e tomar certas formas” (Jacoste Quesada e José Gabriel , 1996:16-17). Martin Dale completa o que foi dito:

“Os autores do filme- o escritor e o realizador- mantêm a entrada criativa original, devem ser respeitados e dada liberdade suficiente. O produtor, mesmo quando inicia ideias é um “mecanismo de permissão”: é o criativo, mas não o criador. Usando uma alusão, o autor dá à luz uma criança, mas o produtor é a parteira. Sem a parteira, a criança e o criador estão em risco” (Dale, 1991: 84).

Esta mesma analogia é usada e reforçada por Tim Adler, ao referir-se às palavras do produtor Marin Karmitz: “O realizador é a mãe enquanto o produtor é a parteira- antes, durante e depois do processo- e é também o pediatra” (Adler, 2004: 218). Existe uma distinção entre os termos criador e criativo, que não é compreendida ainda pela maioria das pessoas tanto dentro como fora da área, sendo estas citações uma boa forma de definir essas duas funções distintas. O que estas alusões fazem é mencionar e reforçar estes dois termos. A primeira parte destas alusões refere-se ao ato de paternidade, de ser pai ou mãe da criação da história e das personagens, algo que é feito pelo escritor (argumentista) e o dar vida a estas mesmas personagens e história, função essa de que o realizador está encarregue. A segunda é a capacidade de se aperceber de contribuições para a resolução e melhoria dessas criações que irão enriquecer substancialmente o desenvolvimento do projeto, função que corresponde ao produtor. Algo que Alejandro Pardo defende como sendo uma espécie de segunda criação de material pré-existente. Sendo assim, a expressão criador está reservada à mente que dá à luz uma história, ideia ou filme (que normalmente é o escritor, o realizador e no caso da música, o compositor, pois embora o produtor possa ter a ideia da história e acompanhar o seu desenvolvimento não é ele que a desenvolve, apenas a encaminha) e o termo de criativo classifica esse talento que atua sobre o material original, desenvolvendo ou ajudando a que o mesmo se transforme em imagens ou sons (que é o caso do produtor, diretor de fotografia, editor, designer de produção, etc).

“As contribuições criativas essenciais num filme existem em dois níveis. No primeiro nível está o realizador, o argumentista e o compositor, seguidos pelo trio do designer de produção, editor e camaraman [diretor de fotografia]. O que vê no ecrã é uma amálgama do trabalho deles e o trabalho do produtor é “to ride herd on them” [controlar e supervisioná-los]” (Puttnam, 1992: 41).

2.4.5.1- Realizadores que são Produtores

É cada vez mais frequente ver-se realizadores que também são produtores, tanto na Europa como nos Estados Unidos, sendo que ambos os locais têm razões completamente distintas. No caso de Portugal, são raros os filmes em que o realizador não seja o produtor devido à falta de conhecimento sobre o que é produção e por razões económicas. Os mesmos confundem as funções de realizador com as funções do produtor devido à educação que têm. Se o realizador tem a capacidade de angariar dinheiro para o projeto, então já se considera a ele mesmo um produtor, em vez de um produtor executivo. No caso dos Estados Unidos já não é assim. Os realizadores tornam-se produtores em determinados filmes para terem mais autoridade criativa e mais influência nas decisões tomadas para o projeto.

O realizador é criativamente responsável pela interpretação da visão que é dada ao projeto e tem a palavra final relativamente ao que acontece à frente da câmara durante a fase de produção. São essas as suas funções e um produtor sensato seleciona um realizador para o seu projeto que partilhe a mesma visão que ele, colaborando para que o mesmo dê frutos. Enquanto que o produtor tem a responsabilidade de tudo o que acontece no projeto, também a responsabilidade final é encargo dele. Segundo Myrl Schreiberman, o realizador deve apenas ter em mente três responsabilidades: a responsabilidade para com a audiência de contar a história, responsabilidade para com o produtor e por fim, ter responsabilidade para consigo mesmo, para com a sua criatividade e aquilo que pretende transmitir, algo que deve ser cultivado pelo produtor.

O objetivo não é “capar” o realizador e as funções criativas do mesmo, pelo contrário, é sim cingi-lo ao seu trabalho de forma a que se concentre e trabalhe mais a estética e a visão do filme, em vez de se estar a preocupar com funções que não lhe dizem respeito. O realizador continua a ser igualmente criativo e influente, pois o facto de se misturarem funções, de se ter um realizador e um produtor que não partilham da mesma opinião e visão, piora a qualidade final do projeto, porque não tem ninguém que veja o projeto da mesma maneira que ele. O facto de o realizador definir a história e todos os detalhes de produção, como locais, equipa, elenco, etc. e contratar apenas alguém para angariar dinheiro, faz com que só ele tenha em mente toda a história e produção do filme, sem conseguir transmitir em condições a sua visão, limitando excessivamente os outros elementos da equipa, que acabam por ser quase técnicos dentro do projeto. Para além de que não têm limites, porque não têm ninguém que lhes diga que algo não é possível fazer porque irá piorar o projeto. Enquanto que, sendo o produtor a controlar tudo e sendo a sua função selecionar o que resulta ou não no projeto dentro das opções criativas que os outros elementos da equipa lhe apresentam, acaba por trazer equilíbrio à mesma e conseguir tirar dos elementos criativos da equipa o que cada um tem de melhor, de forma a enriquecer o projeto. Brian Grazer define o produtor como sendo “a pessoa que tem a obrigação de se lembrar qual é a visão central e o objetivo do filme e tentar ser fiscalmente e criativamente responsável por isso” (Brian Grazer citado em Linda Seger e Edward J.

Whetmore, 1994: 53).

Hal Wallis quando confrontado com a ideia de que já não existiam muitos produtores que fossem fortes, bons naquilo que fazem e que tinham sido substituídos por fortes produtores-realizadores responde que, com algumas exceções, a maioria dos realizadores seriam muito melhores se tivessem um bom produtor, visto que isso retira um grande fardo do realizador. Isso faz com que se concentre mais na estória, nos atores, na imagem do filme sem se preocupar com os detalhes infundáveis que surgem todos os dias no processo de se fazer um filme. Duas mentes pensam melhor do que uma. O poder discutir certos assuntos com o produtor é vantajoso e é uma grande ajuda para o realizador. Outra opinião é sempre valiosa.

“Quando um realizador monta a imagem, normalmente está demasiado envolvido no filme para ser objetivo. Ele apaixona-se por cenas e pedaços do negócio que um forte produtor poderá cortar para o bem do filme” (Hal Wallis citado em Joseph McBride, 1983: 21).

Algo que mesmo sendo citado em 1983 continua a verificar-se na atualidade por parte dos realizadores. Estes apegam-se demasiado a características do filme que podem prejudicá-lo e que mais tarde, aquilo que para eles fazia sentido, desvanece tanto numa perspetiva pessoal como com os comentários e reações do público. À pergunta feita a Hal Wallis sobre se alguma vez tinha pensado em ser realizador, responde:

“Muitas vezes, particularmente quando me sento numa sala de projeção, vejo as *rushes* e digo para mim mesmo, “se eu tivesse estado no *set*, teria feito isto de outra maneira.” Mas eu gosto daquilo que faço. Eu gosto de ser produtor. Gosto de estar envolvido em todas as fases da produção. E isso é criativo. Como é, (...). Mas quando trabalho com um realizador que é talentoso, que sabe o seu *craft*, eu deixo-o em paz muitas mais vezes do que deixaria com um homem menor. Eu faço o meu trabalho para apoiá-lo e dar-lhe o máximo de ajuda que puder longe da câmara” (Hal Wallis citado em Joseph McBride, 1983: 17).

No filme “The Bad and the Beautiful” de 1952, um filme que fala sobre filmes, em que Kirk Douglas interpreta o papel de Jonathan Shields, um produtor bastante controlador que passava o tempo a dizer ao realizador do filme como realizar. O realizador finalmente diz a Jonathan para assumir ele o papel de realizador e sai do projeto. Jonathan toma conta do projeto tornando-se num fiasco. Este exemplo serve para mostrar como não se está a tentar proteger apenas o produtor e a sua criatividade, simplesmente é pretendido expôr as coisas como elas são. Sendo que a moral deste filme, tal como Myrl Schreiberman diz é que:

“Os produtores devem produzir e os realizadores realizar. É impossível ter um sem o outro. Ambos têm de ter claro o objetivo do projeto. Um bom produtor nem sempre é um bom realizador e um bom realizador nem sempre dá um bom produtor. Mas um bom realizador tem de saber sobre produção e um bom produtor precisa de saber sobre realização de forma a que ambos se possam entender, respeitar e criativamente colaborar um com o outro” (Schreiberman,

2012: 253).



Fig. 16- “The Bad and the Beautiful” de 1952¹⁰⁰

2.4.6- COMO SE DETETA O TRABALHO DO PRODUTOR NO ECRÃ

“Certamente uma das descobertas mais diretas que fizemos foi o quanto os produtores contribuem para o cinema” (Lovell e Sergi, 2005: 112).

Para se detetar o trabalho de um produtor em específico no ecrã temos de conhecer o seu trabalho, ou seja, temos de conhecer todos, se não a maioria dos seus filmes, tal como quando queremos identificar a linguagem, a estilística de um realizador ou de um diretor de fotografia, ou de outro elemento principal da equipa. Contudo, neste caso em específico, quando falamos de um produtor, antes de mais aquilo que queremos saber e detetar é se o mesmo é mais financeiro ou mais criativo, e caso seja criativo, aí sim conseguiremos aos poucos detetar qual é a sua linguagem de trabalho, tal como se faz com qualquer artista.

Para se descobrir se o produtor é mais financeiro ou criativo existe uma técnica que dura desde que surgiu a hierarquização no cinema, que é a creditação. A criatividade do produtor, muitas das vezes está interligada à sua influência no filme e quando o mesmo é bastante influente, o seu nome surge antes do nome do realizador, se por outro lado o realizador é mais influente do que o produtor (como é o caso de Lars Von Trier), o seu nome vem em primeiro

¹⁰⁰ BAWDEN, Jim- *Vincente Minnelli and his Movies*, [em linha]. Canvasback: The Editors, 1999 . [Consult. 13 Nov. 2012]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.thecolumnists.com/bawden/bawden25.html/>>.

lugar (veja se o exemplo de *Breaking the Waves*, *Anti-Christ*, *Melancholia*, e as Fig. 10, 11 e 12 que lhes correspondem), porque se o realizador é mais influente é porque controla tudo, e se controla tudo, não irá permitir que o produtor influencie o filme criativamente, e por isso, também não deixará que o seu nome apareça antes do dele, porque considera o filme como sendo apenas seu. Se repararem, em nenhum destes filmes conseguem detetar uma linguagem que não seja a de Lars Von Trier, não conseguimos detetar que não foi ele a escolher a estória, os locais, etc. porque nota-se a influência do mesmo em tudo. O que significa que os produtores foram meros financeiros. O primeiro nome a aparecer nos créditos iniciais em todos estes filmes é o dele, não aparecendo mais nenhum nome, a não ser o nome do filme. Só nos créditos finais é que aparece o nome da companhia de produção (Produtora) em primeiro lugar seguido do nome do produtor.

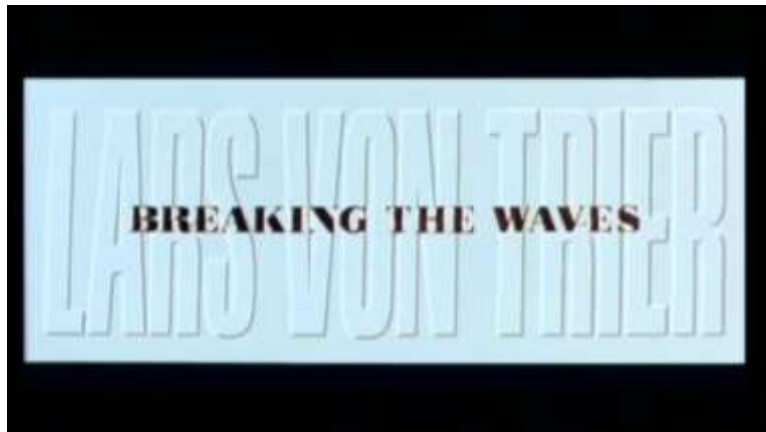


Fig. 17-Primeiro e único nome a aparecer nos créditos iniciais do filme “Breaking the Waves”, 1996

101



Fig.18- Primeiro e único nome a aparecer nos Créditos Iniciais do filme “Anti-Christ”, 2009¹⁰²

¹⁰¹ Print Screen do filme “Breaking the Waves” de 1996

¹⁰² Print Screen retirada do filme “Anti-Christ”, 2009



Fig.19- Primeiro e único nome a aparecer nos Créditos Iniciais do filme “Melancholia”, 2011¹⁰³

Contudo, hoje em dia, é raro o filme cujo nome do produtor aparece em primeiro lugar. Esse hábito caiu em desuso após os anos 50. Embora, haja casos em que o nome das produtoras aparecem nos créditos iniciais e o nome do realizador não, como é o caso do filme *Man on the Moon*, 1999. Tendo a percepção de que o produtor (ou a equipa de produção) estando associado a estúdios ou produtoras, tem mais influência no filme quando o nome das produtoras aparece nos créditos iniciais e o nome do realizador só consta nos créditos finais, pois a visão do realizador, embora esteja presente, passa para segundo plano estando em primeiro plano o público e o agradar do mesmo. O filme deixa de ser feito “para o realizador” e passa a abranger um público muito maior. Apesar disso, não agradar a muita gente, a verdade é que o cinema é feito para um público e sem público não há cinema. Sendo muito claro que a Europa opta por um cinema que segue a visão do realizador e o mesmo é o mais influente criativamente, nos Estados Unidos, por exemplo, cada vez mais os cineastas tentam ser produtores para terem o máximo de controlo e influência criativa, algo de que muitos realizadores são privados. Outra das formas é quando o nome do realizador ou do produtor é repetido duas vezes nos créditos iniciais, sendo que no primeiro caso o realizador é mais influente criativamente e no segundo caso é o produtor (mesmo que uma das duas vezes o nome do produtor apareça juntamente com o nome da companhia de produção (Produtora)). Estas técnicas servem para determinar quem é que selecionou a estória, se foi o realizador ou o produtor. Isto pode parecer algo trivial, mas não é. A pessoa que seleciona a estória que será passada para o ecrã possui o controlo da visão da mesma, ou seja, se o realizador escolhe a estória ou até se a escreve (o que agrava ainda mais este ponto), terá controlo total sobre a visão e sobre tudo o que aparece. Logo o facto de não haver certas limitações por alguém de fora, como é o caso de quando o produtor seleciona a estória, irá fazer com que o realizador se apegue à mesma e não tenha uma visão externa, e pior ainda, muitas das vezes é extremamente difícil ter a noção daquilo que é pretendido, há incapacidade de exteriorização objetiva, dá-se o controlo de todos os ramos criativos e não apenas do seu, o que irá levar a uma limitação e imposição de ideias aos outros membros criativos, como é o caso do

¹⁰³ *Print Screen* retirada do filme “Melancholia”, 2011

departamento de direção de fotografia, direção de arte, seleção de locais, etc, etc. Por consequência, mesmo que o produtor não queira, passa a ser um financeiro e irá ser tratado como tal. Mesmo que este tenha influência na escolha dos locais, o realizador acaba por ter uma última palavra, em vez de ser o produtor a tê-la e ser discutida em conjunto. Por isso, embora haja pontos em comum que se mantêm ao nível da influência criativa por parte do produtor quando é mais criativo ou mais financeiro. Sabemos com isto se ele teve total liberdade na sua influência criativa, ou se foi completamente limitado, acabando por ser mais um gestor ou como um organizador de casamentos em que apenas pergunta: “quer branco ou bege?” e o realizador dentro destas opções escolhe um. Tudo o que aparece no ecrã, tenha sido um produtor financeiro ou criativo foi por mérito do mesmo, por uma simples razão. Se o produtor não conseguisse o financiamento, as autorizações necessárias, se não tivesse selecionado aquela pessoa específica para o cargo, nada daquilo que se vê era o que é. Por isso, os locais que vemos no ecrã foram trabalho do produtor e estão ali porque o produtor os conseguiu, mesmo que tenha sido o realizador a escolher. Ele só escolheu aqueles em específico porque o produtor os apresentou dentro das hipóteses possíveis, ou no caso de o produtor ser mais influente criativamente, os locais foram escolhidos dentro da visão e em conformidade com o realizador, sendo decidido que aqueles eram os melhores, e aquela determinada cena seria feita em estúdio e não em exterior, por exemplo. O facto de o elenco ser aquele foi trabalho do produtor, o facto da direção de arte ter aquele resultado foi porque o produtor selecionou aquela equipa e juntamente com ela decidiu que era melhor aquele tipo de materiais, aquele tipo de estética. O conjunto de tudo o que se vê no ecrã foi o produtor que conseguiu, não como é transmitido, disposto ou mostrado ao público, mas sim cada elemento por si só.

O produtor é como um fornecedor de materiais. O mesmo fornece a tela ao realizador, as tintas, os pinceis, o cavalete, etc. e o realizador consoante a sua visão guia esses materiais (a equipa) a elaborar o quadro consoante as habilidades de cada um, mas se o produtor em vez de tinta a óleo, der latas de tinta de *spray*, porque quer ou porque é obrigado a nível orçamental e em vez de uma tela decidiu que a opção mais viável seria uma parede, então o quadro a óleo passa a ser uma parede pintada a *spray* e isso faz toda a diferença. Isso cria toda uma nova estilística e linguagem de que o resto das pessoas não tem consciência. Cabe ao produtor conjugar esses materiais da maneira mais criativa, mesmo se este for alguém mais financeiro ou mesmo financeiro extremista que se limita a conseguir aquilo que o realizador pede. Caso ele não conseguisse, o realizador teria de se sujeitar às opções que o produtor lhe apresenta. Cada pormenor que é mostrado no ecrã é da responsabilidade da produção, a forma que um filme tem é dada por um produtor, o resto da equipa criativa “apenas” dá contornos e molda essa forma que lhes é dada, e não importa se é um produtor comercial, independente, financeiro ou criativo, isso apenas indica o grau de controlo e influência criativa que tem.

“Se na maioria dos casos o realizador preenche a função de aglomerado criativo, em certos momentos a influência singular de um produtor, de um argumentista ou

mesmo de um ator pode ser perceptível” (Pardo, 2010: 12).

Se virmos por exemplo o caso de séries televisivas como “Game of Thrones” em que o realizador é constantemente alterado, não existe uma perceção ao nível da linha visual e estórica que denuncie isso de forma clara, pois o trabalho da produção é garantir que essa linha não é quebrada e que o espectador não sente qualquer tipo de diferença.

“Uma vez que ele [produtor] escolheu os trabalhadores, inspirou e dirigiu-os, o produto desses trabalhadores inevitavelmente traz a marca da sua personalidade e da sua mente. Contudo o sensato executivo maioritário compreende o temperamento artístico o bastante para permitir que tenha o seu caminho dentro da razão, para que o produto tenha não só a marca registrada do produtor principal, mas contenha também os resultados das forças criativas que trabalham abaixo dele” (Lasky, 1937: 2).

2.5- O Produtor Cinematográfico Contemporâneo

Fazer um filme é um trabalho colaborativo, mas o mito do realizador como autor continua a ser promulgado, principalmente pelos próprios realizadores.

“Há uma anedota em Hollywood sobre dois produtores que passam de carro pela casa de um realizador famoso. “Olha, é a casa do Joe Smith”, diz um produtor, antes de se corrigir a ele próprio. “Ou devo dizer, uma casa de Joe Smith?”” (Adler, 2004: 6)

Cada vez mais os produtores dispensam a teoria de autor devido à quantidade de dinheiro envolvida, e na maioria das vezes, à sua falta de lucro.

“Se alguém quer fazer um filme apenas para explorar os seus demónios pessoais, então seria melhor que eles escrevessem um livro ou pintassem um quadro, são mais baratos. Os filmes, por causa dos seus custos inerentes, devem apelar a uma larga audiência” (Tim Bevan citado em Tim Adler, 2004: 7).

Contudo se alguns realizadores têm claramente um estilo ou tema reconhecidos e associados a si, então alguns produtores podem ser considerados autores tanto como os realizadores, e não o são. Embora, pessoalmente acredite, assim como alguns autores aqui citados, que no caso de produções individuais, como filmes de Stan Brakhage, Louis Lumière, Edison, entre outros, faz sentido dizer que eles eram os autores dos filmes que faziam. No caso de produções coletivas já não. “A produção coletiva de filme cria uma autoria coletiva: o autor é o grupo inteiro” (Bordwell e Thompson, 2008: 33). O realizador não é o autor, assim como o produtor não o é, ou o argumentista, mas todos aqueles que estão envolvidos na produção, porque um filme possui um pouco do trabalho e da visão de cada um. Sendo que, embora esse “mito” continue a ser ensinado e transmitido aos futuros cineastas, tem vindo a perder a força, mesmo entre aqueles que se querem tornar realizadores.

Hoje em dia, as produções são divididas em produções comerciais e independentes, assim como os produtores que trabalham frequentemente num só tipo de produção são considerados produtores independentes ou produtores comerciais. Contudo, Kees Kasander um produtor holandês defende que existem três tipos de produtores principais:

“O primeiro é o nacional, mas bem-sucedido, tal como Claude Berri em França; o segundo é o estilo-Americano, que é internacionalmente orientado em termos de ideias, e o terceiro é o produtor de Guerrilha, que reúne pequenos orçamentos de um alcance de diferentes fontes existentes pela Europa” (Finney, 1996: 93).

Sendo estes termos mais um catalogar de géneros tal como se catalogam os filmes, algo que se torna cada vez mais usual em qualquer área, e que nada influencia o facto do produtor optar por ser criativo ou financeiro ou até pelo mesmo trabalhar mais como produtor independente ou como comercial, mas que resume bastante bem as principais formas de trabalho. Nas últimas duas décadas, o produtor tem sido mais apreciado nas funções que

desempenha, mais precisamente como produtor criativo, tanto nos Estados Unidos como na Europa, embora ainda exista uma grande lacuna quanto ao conhecimento e reconhecimento das suas funções no geral. Isso tem vindo a diminuir, principalmente por parte das pessoas que frequentam a área. Martin Dale, nos anos 90, na sua análise da indústria fílmica Europeia dedicou um capítulo inteiro ao produtor criativo. “O verdadeiro papel do produtor deve combinar um forte sentido financeiro com criatividade” (Dale, 1991: 77). Angus Finney, outro especialista da indústria fílmica Europeia, que se tornou num produtor, afirma que:

“A indústria fílmica tende a dividir os produtores de cinema em dois campos vagamente definidos: o produtor criativo e o produtor financeiro. Poucas pessoas são unicamente talentosas em ambos os campos. Teoricamente, uma combinação de produção eficaz é uma em que duas pessoas- uma criativamente habilidosa e a outra inclinada financeiramente- trabalhem juntas no desenvolvimento e na produção de projetos” (Finney, 1996a: 10).

Aos poucos, este novo perfil profissional tem vindo a consolidar-se dentro do conceito de produção. A expressão “produtor criativo” tem sido espalhada e cunhada por vários autores, associando-se a grandes produtores cinematográficos. Contudo, tal como Martin Dale diz “o produtor puro e simples...é um “produtor criativo”” (Dale, 1991: 73), tornando-se quase redundante dizer tal coisa. Esta opinião é também partilhada por Art Linson, produtor de filmes como *The Untouchables* (1987), *Dick Tracy* (1990) e *Heat* (1995), que diz:

“Todos nós queremos ser considerados produtores criativos. Será uma contradição de termos? O Robert De Niro tem de se referir a ele mesmo como um ator criativo? Não. Toda a gente sabe que ele o é. Mas se estiver disposto a olhar de perto, irá perceber-se de que existe mais na produção de um filme do que uma boa arte de vender” (Linson, 1993: 11).

Contudo, David Puttman diz que:

“Nem todos os produtores são remotamente criativos. O corolário disso é de que qualquer pessoa que acredite que é criativa não quer produzir. Eles querem realizar e querem escrever porque sentem que essa é a forma de serem avaliados como “criativos”. Eu estou orgulhoso do meu trabalho, e dá-me um nível de envolvimento criativo satisfatório” (David Puttman citado em *American Film*, 1984: 17).

Hoje em dia, esse lado da produção já é admitido, podendo ser verificado no dicionário de termos de produção cinematográfica e distribuição de John W. Cones, em que inclui o termo de produtor criativo e o define como sendo:

“Um termo usado por alguém na indústria para distinguir entre um produtor que está envolvido significativamente nos aspetos criativos da produção de um filme em oposição a um produtor executivo que deve estar primeiramente responsável pela obtenção de financiamento para a produção e por assuntos do negócio

relacionados, e por outro lado, um *line producer* que está mais envolvido diretamente com a logística da verdadeira produção” (Cones, 1992: 119).

Spiegel acredita que atualmente os produtores apenas reúnem os elementos de um filme e depois deixam os outros assumirem o controlo. Ele mesmo prepara o argumento muito antes de saber quem o vai lançar e até mesmo antes de saberem quem o vai realizar. “Um filme é o resultado de uma combinação de mentes aplicadas ao assunto em mãos” (Sam Spiegel citado em Tim Adler, 2004: 16). Embora ideias como a de David Brown ainda persistam de que:

“A qualificação mais importante de um produtor- muito mais importante do que o seu conhecimento das tecnologias cinematográficas- é a sua habilidade de detetar uma estória que tenha ambos, apelo artístico e comercial e a sua habilidade de avaliar e atrair os realizadores e os argumentistas certos. O produtor é acima de tudo, o homem com um sonho. Por vezes ele é parte promotor, mas se ele é um verdadeiro produtor ele não só encontra a propriedade, mas também trabalha em todas as versões do argumento” (David Brown citado em Joseph McBride, 1983: 29).

Também a visão de Hal Wallis de que o produtor, hoje em dia:

“É um agente, um homem de negócios, ou alguém nas margens do negócio que irá vender uma estrela ou uma propriedade ou ambos a uma companhia na condição de que ele será o produtor do projeto envolvido. Mas ele não é um produtor. Ele é um empacotador, um promotor” (Hal Wallis citado em Joseph McBride, 1983: 16).

Apesar desta última opinião mais depreciativa, ambas as versões irão sempre existir e evoluir, algo que está a acontecer cada vez mais. Embora o reconhecimento individual do produtor seja de uma maneira ou de outra, está a surgir aos poucos. As pessoas começam a interessar-se por saber afinal o que é que ele faz. Apesar de na Europa a sua imagem ainda estar bastante oculta. Ao perguntarem a Simon Channing-Williams se sente que recebe o crédito certo pelo seu trabalho responde:

“Não. Fiquei tão frustrado em Cannes quando *Topsy Turvy* foi exibido, porque o *sound recordist* e a designer de maquilhagem- e eu não estou a dizer nada de negativo sobre essas pessoas porque eles, e toda a gente, fizeram um trabalho fantástico- mas eles foram todos creditados na brochura oficial. E quem produziu? Thin Man Films e CiBy 2000. Não fui mencionado de todo” (Simon Channing-Williams citado em Helen De Winter, 2006: 67).

Sendo este um caso bastante recorrente na Europa, mencionarem as companhias de produção e não o produtor que esteve por detrás do projeto. Igualmente, a questões como se o produtor é suficientemente respeitado, as respostas também não são positivas:

“É frustrante. O realizador continua a receber todos os créditos. Eu penso que o valor dos produtores é dramaticamente subvalorizado (...). Já para não falar de

Bruckheimer, Joel Silver ou Scott Rudin. A sua contribuição é valiosa, mas penso que a próxima fileira de produtores- pessoas que são boas, que trabalham bastante, iniciam e desenvolvem bons projectos- são tratados muito mal” (Steve Goblin citado em Helen De Winter, 2006: 281).

Acabando por haver um certo conformismo, como se não tivessem direito a reconhecimento por aquilo que fazem, como é o caso de Stephen Woolley:

“Eu sei que alguns produtores se sentem menosprezados, ignorados, e por vezes esquecidos, se não for pelos realizadores pelos críticos. E essa é parte da experiência de produzir. Muitas das vezes o produtor não é visto como um individuo criativo (...). Se foi um bom produtor e se não incomodou o realizador com todos os problemas, então como é que eles podem lembrar-se dos problemas que eles não sabiam que existiam, não importam os problemas que existiram? Por isso eu percebo que outros produtores nem sempre se sintam validados pelos realizadores e críticos, também penso que um produtor não pode esperar ser publicamente conhecido porque não é o seu papel (...) Penso que a questão do reconhecimento não é receber elogios de um realizador, mas em vez disso respeito e elogios por parte de quem está na indústria” (Stephen Woolley citado em Helen De Winter, 2006: 81).

Embora por um lado concorde com a opinião de Stephen Woolley, a questão é que os realizadores também fazem parte da indústria e nunca esteve em causa o reconhecimento do produtor aos olhos do realizador, mas sim por parte de quem vê o seu trabalho e assume que é do realizador, como acontece tantas vezes, até mesmo por pessoas da área. Sendo que esta falta de reconhecimento e esta problemática não recai apenas sobre o produtor, mas sobre todos os outros elementos da equipa, uns mais do que outros. O realizador recebe os louros por tudo o que acontece num filme, sendo os únicos reconhecidos na área pelo seu trabalho (e pelo dos outros) o realizador e quem dá cara às personagens, os atores. Mitos que se arrastam desde os anos 50 e 60 e que nunca foram quebrados porque continuam a ser alimentados pelos próprios.

O verdadeiro trabalho morre onde começa. Atrás das câmaras.

2.5.1- A POSIÇÃO DO PRODUTOR CINEMATOGRAFICO PORTUGUÊS

Segundo, Thomas Elsaesser o cinema Europeu “ainda” não existe. O mesmo defende que cada país tem o seu próprio cinema, um cinema nacional, algo que é convictamente defendido como sendo um tesouro bastante valioso e parte do património nacional algo inalienável.¹⁰⁴ Veja-se o caso do cinema português, que tenta igualar a sua época de Ouro dos anos 50, de filmes como a “A Canção de Lisboa” (1933), “O Leão da Estrela” (1947), “Aniki Bobó” (1942), entre muitos outros, que possuem uma aura, linguagem e estilística portuguesa. Nenhum destes filmes pode ser relacionado ou confundido com o cinema que é feito noutros locais da Europa, visto que têm uma estilística e uma cultura própria do país, tal como por exemplo o Fado ser português e sempre que se menciona o mesmo sabe-se que é algo tipicamente português. Por esta razão abri um subcapítulo exclusivamente para o produtor português. Embora não existam livros e apesar de não ter encontrado depoimentos já existentes de interesse para apoio a esta dissertação por parte de produtores cinematográficos portugueses, efetuei alguns questionários enviados a mais de 56 produtores. Contudo, apenas obtive 4 testemunhos (podem ser vistos no apêndice 5 na sua totalidade), tanto pela falta de interesse de muitos, que deixaram de responder aos *emails* e aos contactos feitos, mal souberam a temática e viram as perguntas; por falta de tempo de outros, devido à vida extremamente ocupada dos mesmos que se encontram entre produções, viagens e outros projetos; falta de interesse em colaborar, assim como também obtive respostas do género: “Não me parece que eu seja a pessoa certa para responder ao teu questionário uma vez que é mais direcionado para quem produz filmes de outros realizadores. No meu caso, apenas produzo os filmes que eu realizo. Sinceros votos de sucesso.”, mesmo depois de lhe ter enviado um questionário feito exclusivamente para ele. A conclusão que retirei de muitas falhas de respostas e de não quererem responder foi muito por falta de conhecimentos, outros por não quererem dar a cara, embora tenha mencionado que poderia recolher as respostas anonimamente. Contudo, as respostas que recebi retratam casos bastante distintos, como é o caso de produtores que nunca realizaram um filme e que pertencem a uma produtora, de produtores que já realizaram, produtores independentes, produtores com e sem formação, etc. Embora o número de depoimentos não tenha sido significativo, resumiram bastante bem aquilo que pretendia transmitir. Pois, mesmo aqueles que não têm formação na área quiseram partilhar aquilo que sabiam, mesmo que aos olhos dos outros pudesse ser menos correto, o que não foi o caso. Assim como também obtive perspetivas mais criativas ou mais financeiras. No caso por exemplo, de Andreia Lucas, produtora da conhecida *Light Box*, que nunca realizou nenhum filme, apenas produziu e tem uma perspetiva muito mais financeira do que criativa da produção, embora possua o espírito fiel de um produtor. “Não realizei nenhum filme que produzi. Dediquei-me sempre à produção e por isso não haveria o porquê de

¹⁰⁴ Vid; Elsaesser, 2005.

realizar também” (Andreia Lucas, 2013). Enquanto que todos os outros produtores já produziram filmes que não realizaram, por acreditarem na visão do realizador e/ou por questões monetárias, contudo também já realizaram filmes por questões relacionais ou por interesse próprio de o fazer.

À pergunta sobre como é que definiria o seu trabalho, mais criativo ou mais financeiro, as respostas foram muito semelhantes e recaíram maioritariamente para a perspetiva financeira. Andreia Lucas diz que o seu trabalho é “mais de coordenar todo o trabalho e gerir financeiramente os projetos. O processo criativo será mesmo aquele que faz parte da forma como conseguimos apoios e patrocínios” - continua dizendo- “A produção tem a tendência para limitar a criatividade. Os baixos orçamentos e todas as dificuldades inerentes às produções fazem com que a criatividade seja posta em causa. Nunca queremos descuidar a boa qualidade do produto final, mas por vezes sim, influenciámos a criatividade” (Andreia Lucas, 2013). Assim como no caso de Patrícia Nogueira, que é produtora independente, repórter da SIC e atual docente do DAI| ESMAE. “O trabalho de Produção é sobretudo de âmbito logístico e financeiro. Há algumas decisões, relativamente à economia de Produção, em que exige alguma criatividade na forma como se resolvem problemas ou se encontram soluções para contornar constrangimentos financeiros, mas considero que o trabalho de Produção de forma geral tem pouco de criativo” (Patrícia Nogueira, 2013).

Este lado financeiro mantém-se um pouco na perspetiva de José Alberto Pinheiro, produtor na Vigília Filmes, sendo também docente na ESMAE do Departamento de Artes da Imagem. O mesmo defende a produção de um ponto de vista semelhante, mas ligeiramente diferente. “É sobretudo um trabalho de gestão global, financeira, técnica e artística. A criatividade aqui pode entrar em muitos campos, nomeadamente na organização do próprio projeto. Existe por vezes uma confusão generalizada entre produção e mero secretariado...” (José Alberto Pinheiro, 2013). Por outro lado, Patrício Faísca, produtor na New Light Pictures tem uma visão completamente diferente: “Quando os orçamentos são baixos, o trabalho do produtor tem de ser extremamente criativo. Há que ter uma incrível capacidade de adaptação e improvisação e saber tirar partido dos recursos que se tem” (Patrício Faísca, 2013).

Sobre produtores que também realizam ou vice-versa, Andreia Lucas teve uma resposta assertiva e bastante curiosa. “Em todos os filmes que produzi havia realizador e sinceramente não percebo como poderá haver um filme a ser rodado sem alguém que o comande e que oriente o fim do trabalho” (Andreia Lucas, 2013).

Alguns dos entrevistados mostram uma perspetiva claramente de que a influência criativa é puramente do realizador, sendo essa uma visão extremamente financeira por parte de um produtor, mesmo quando em alguns destes casos é alegada a criatividade: “Sem dúvida do realizador, cada um tem as suas funções, mais uma vez defendendo que o produtor – produz o realizador – realiza” (Andreia Lucas, 2013).

“Creio que existe sempre espaço para *input* criativo, mas acredito na soberania do realizador. Se queremos ditar o curso criativo de um filme, devemos considerar seriamente

realizar os nossos próprios filmes.” Sendo que quando o mesmo é confrontado com a possibilidade de inferioridade criativa por parte de um produtor que não realiza também o mesmo defende que: “Penso que não são funções comparáveis a esse nível. Cada uma tem a sua especificidade” - continuando dizendo que para ele quem tem mais influência criativa é o realizador, “porque se não acreditamos na sua visão e temos dificuldade em gerir o enquadramento de cada função, não deveríamos estar a produzir o seu filme” (José Alberto Pinheiro, 2013).

No entanto a visão de Patrícia Nogueira já difere um pouco das anteriores, defendendo a teoria do autor: “Depende dos realizadores e da relação estabelecida com eles durante o processo. Já trabalhei em filmes em que não tive qualquer contribuição criativa, normalmente em filmes com equipas muito numerosas, mas em documentários ou filmes com equipas pequenas sinto que a minha opinião é ouvida. Há até um caso, de um realizador amigo, em que contribuo de forma determinante para o resultado final, porque ele confia em mim e no meu ponto de vista, mas parece-me que é uma exceção” - continuando- “Normalmente nas longas-metragens com equipas numerosas as funções estão bem definidas e todos sabem qual é o seu papel à partida, o que não permite que se crie esse tipo de expectativas. Nos filmes com equipas reduzidas nunca senti que a minha opinião fosse desvalorizada, embora tenha consciência de que, no modelo de Produção Europeia, a palavra final pertence ao realizador que é o autor do filme”. No entanto, à pergunta sobre se sentia que ficava menos ativa criativamente quando produzia um filme sem realizar, responde: “Completamente. Existem pessoas que gostam muito de produzir e não trocam essa função por nada. Não é o meu caso. A função que gosto de assumir é a realização e a produção é o trabalho que tenho de fazer por obrigação” (Patrícia Nogueira, 2013). Sendo que para ela a pessoa que tem mais influência nas decisões criativas difere: “No modelo de Produção Europeu o realizador é o “dono” do filme. Apesar do produtor ter uma palavra a dizer a decisão final cabe ao realizador. Nos EUA o modelo é diferente e o Produtor tem um papel ativo e em muitos casos até lhe cabe a decisão final.”

Enquanto que Patrício Faísca já não vê as coisas da mesma forma: “Nunca fui impedido de influenciar criativamente com quem já produzi trabalhos”, contudo defende que se sente criativamente menos ativo e que o realizador é o responsável pela visão do filme e que por isso é ele quem tem mais influência nas decisões criativas (Patrício Faísca, 2013).

O facto de em Portugal a maioria dos realizadores também produzirem é visto de formas diferentes: “Só vejo duas formas, ou são demasiado perfeccionistas e não confiam as suas produções a ninguém, pois não há quem faça tão bem como nós mesmos, ou porque a falta de orçamento assim o dita” (Andreia Lucas, 2013). Na perspetiva de José Pinheiro, o mesmo diz que: “Não creio que seja um caso de natureza local, mas algo que embora se verifique com grandes nomes do meio, acontece sempre com mais frequência em países em que a indústria é inexistente. A circunstância assim o proporciona” (José Alberto Pinheiro, 2013).

Enquanto que Patrícia Nogueira diz que: “Ao longo dos anos os realizadores foram

sentindo que precisavam de ter controlo sobre o orçamento do filme, porque muitas vezes não podiam tomar determinadas opções estéticas por constrangimentos orçamentais. Muitos foram constituindo empresas Produtoras e dessa forma, embora chamem muitas vezes um produtor associado para os apoiarem nas fases de rodagem, acabam por dominar completamente as opções financeiras do filme” (Patrícia Nogueira, 2013). No caso de Patrício Faísca, este pensa que isso se deve aos orçamentos baixos e a mesma pessoa tem muitas das vezes de assumir vários papéis.

Embora a maioria dos entrevistados não tenha produzido fora de Portugal, os mesmos alegam que “Não fiz nenhuma, não chegou acontecer, mas como em tudo, a forma de trabalhar fora de Portugal é diferente. Brasil – tudo mais natural e sem *stress*. Mas é como digo, culturalmente somos diferentes, isso influencia todo o processo de trabalho” (Andreia Lucas, 2013). José Pinheiro diz que as grandes diferenças que sentiu a nível de uma pequena produção no estrangeiro foram as condições financeiras.

A questão mais fulcral desta entrevista sobre como se deteta o trabalho do produtor no ecrã e o porquê de ser tão difícil perceber esse trabalho foi tanto levada para um lado criativo como para um lado financeiro: “Porque só se vê tecnicamente, só o olho conhecedor deste mundo audiovisual é que deteta bons produtores. Aparentemente salta à vista o elenco, a música, os cenários e quanto muito o guarda-roupa, entre outros, nunca o trabalho do produtor” - continuando- “Quando se vê um filme e tudo está no tempo certo, no local certo e se vê se tudo de uma forma correta, quando os cenários naturais são grandiosos, quando o elenco é do melhor, quando se olha e se vê que em todos os departamentos não há falhas apontar. Significa para mim que o produtor teve grandes cuidados” (Andreia Lucas, 2013).

José Pinheiro, por sua vez, diz: “Penso que esta é uma falsa questão. Para o público em geral, pouco interessa quem produziu, e na maior parte dos casos, o mesmo se passa com a realização. O grande público fala sempre de um filme do Tom Cruise, da Jodie Foster, etc... com exceção de nomes como Spielberg ou Almodovar, por exemplo. Quem ‘presta atenção’ à equipa, são à partida os cineastas e cinéfilos convictos, e esses, mesmo com conhecimentos mínimos na área da produção cinematográfica, podem facilmente constatar um bom ou um mau trabalho de produção” - continuando dizendo que a forma de se detetar o trabalho do produtor é “Tendo o *background knowledge* necessário, a partir da análise dos valores de produção envolvidos” (José Alberto Pinheiro, 2013).

Patrícia Nogueira mostra outro tipo de opinião: “O trabalho de produção embora seja importantíssimo, porque permite que o filme seja feito, não se vê. Todas as decisões logísticas que permitem a realização do filme muitas vezes não são detetadas, apesar de cada decisão estética depender do cabimento orçamental e de opções de produção que se vão tomando ao longo do filme” - continuando- “Muitas vezes consegue perceber-se esse trabalho em cenas mais complicadas e que exigem mais procedimentos logísticos, como filmar em locais de difícil acesso, cenas com muita figuração ou que exijam efeitos especiais” (Patrícia Nogueira, 2013).

Para Patrício Faísca o trabalho do produtor é difícil de detetar, “Porque é todo feito quando a câmara não está a filmar.” Sendo que para ele o seu trabalho é detetado “através do valor de produção, que é traduzido na qualidade do elenco, do guarda-roupa, dos cenários, do design de produção, etc” (Patrício Faísca, 2013).

Embora a minha perspetiva não seja tão positiva ao abordar o ensino nacional e visto que estou a atravessá-lo, os entrevistados mostram-se bastante confiantes e positivos, uns por estarem ligados a este ramo, outros por terem essa perspetiva de quem vem de lá: “A base sim, mas a prática vem sem dúvida no mundo real. Há muito que aprender que ainda não é explorado nas escolas, mas sem culpa das mesmas, não há condições, nem tempo para o fazer. Ainda assim defendo que há boas escolas a fazê-lo de uma forma exemplar” (Andreia Lucas, 2013). José Pinheiro apoia esta visão de que o ensino nacional dispõe dos meios necessários para a formação de produtores, “no seu devido contexto, porque dispomos atualmente de instituições de ensino capazes” (José Pinheiro, 2013). Patrício Faísca alega não saber porque a sua formação na área não é de origem académica, mas prática. Enquanto que Patrícia Nogueira diz: “Penso que a Produção se aprende fazendo. A melhor forma de se ter consciência das dificuldades é estando em contacto com elas. Depois depende também da personalidade de cada pessoa. Algumas pessoas são ‘desenrascadas’ por natureza o que o ajuda muito no trabalho de produção. Também a facilidade de comunicação, empatia, capacidade de organização e orientação de equipas são características de personalidade importantes para quem quer fazer produção” (Patrícia Nogueira, 2013).

Quanto ao posicionamento atual do produtor cinematográfico esse já não é tão positivo e esperançoso, embora de certa forma me questione até que ponto esse posicionamento não está interligado com o ensino pelo qual os produtores passam. “Em Portugal ainda são poucos os que são conhecidos, os que são reconhecidos, não é pela melhor fama, ou por falta conduta profissional ou por dívidas financeiras, o que deixa muito a desejar. Como anterior já vimos, “lá fora”, os poucos dos nossos filmes que lá chegam, quem brilha é o próprio realizador, quanto muito os atores, mas nunca o produtor” (Andreia Lucas, 2013).

Patrícia Nogueira mostra-se um tanto negativa, mas com um toque de esperança: “Neste momento é difícil responder a esta pergunta porque entendo que estamos a assistir a uma mudança de paradigma. Até agora o Cinema Português financiava-se quase exclusivamente de subsídios públicos. No último ano, com a crise económica, assistimos a uma estagnação da Produção Nacional e este ano, apesar da nova Lei do Cinema estar aprovada, ainda não houve qualquer concurso que permita arrancar com Produções. Parece-me que o Cinema Português terá de encontrar novas formas de financiamento e que os Produtores terão uma palavra a dizer nesta nova dinâmica” (Patrícia Nogueira, 2013).

Sendo que Patrício Faísca e Alberto Pinheiro partilham dessa negatividade:

“Sem fundos para trabalhar” (Patrício Faísca, 2013). “Um posicionamento de risco... suicida, mas potencialmente gratificante” (José Alberto Pinheiro, 2013).

2.6- A Aprendizagem do Produtor nas Instituições de Ensino Cinematográfico

A responsabilidade para com o mundo do cinema, que está em constante crescimento e alteração, significa que tanto o ensino como o treino e retreino continua a ser essencial para a participação na indústria cinematográfica. O ensino e treino fornecem à indústria filmica “um chão fértil para talentos técnicos e criativos a ser desenvolvidos” e “tem um efeito direto na habilidade Europeia de consolidar numa base existente de *skills*, e sobre a criatividade e o potencial crescimento industrial” (Finney, 1996: 36).

São poucas as Universidades, Academias ou escolas que se centram no ensino do produtor cinematográfico. A verdade é que o trabalho anónimo dos produtores fez com que muitos argumentistas, realizadores, diretores de fotografia, etc. ficassem na história do cinema. No entanto, o ensinamento de produção, ao contrário do que a maioria pensa, não é apenas evitado na Europa, ou mesmo em Portugal. David Thomson, relativamente aos Estados Unidos, acha indecente que a teoria e a prática da produção tenham sido intencionalmente evitadas no estudo do cinema Americano, concentrando-se apenas nos realizadores. Reputação essa, que tem vindo a ser inflacionada. Tendo-se desvalorizado a carreira profissional dos outros artistas da área cinematográfica, também eles considerados dignos de prémios. “As pessoas fora de Hollywood e de Nova Iorque, na realidade, não têm uma ideia clara do que é que é ou o que é que faz um produtor. É uma espécie de tragédia que esta função importante não tenha uma imagem clara” (Seger & Whetmore, 1994: 51).

“Os alunos das minhas aulas de direção disseram-me que o produtor não está envolvido criativamente, é apenas alguém que arranja o dinheiro e transforma-o de forma a que outra pessoa forneça a criatividade ao projeto. Mas depois eu pergunto-lhes uma coisa: Quem recebe o Óscar de Melhor Filme do ano? Resposta: O produtor. Não é o realizador, nem o argumentista, nem o ator. Eles têm as suas próprias estatuetas” (Schreibman, 2012: 19).

Na Europa, o ensino de quem quer seguir cinema ou áreas audiovisuais tem vindo a piorar no geral, principalmente na zona este. Universidades prestigiadas como FAMU, University of Drama and Cinematography I. L. Caragiale de Bucharest e BBS (Béla Balázs Studio da Húngria), tem vindo a perder a sua reputação e estatuto de centros de excelência devido à falta de fundos e à constante evolução tecnológica, assim como a intensa competição. No caso da zona oeste, as melhores Universidades do Reino Unido, Copenhaga, Alemanha e França são sobrecarregadas de candidaturas e como consequência, tendem a ser muito seletivas e são, muitas das vezes, tidas como elitistas. As Universidades ocidentais oferecem aquisições e desenvolvimento básico de habilidades, são bastante informais na formação e treino, assim como tende a predominar na indústria filmica, particularmente para as técnicas do ofício. A competição é cada vez maior, embora a verdadeira aprendizagem seja cada vez menor, acabando apenas por singrar os melhores e aqueles que sabem realmente o que querem, pois, a indústria está cada vez mais sobrecarregada, havendo cada vez mais

limitações. A aprendizagem, cada vez mais, parte de cada um e não das Universidades.¹⁰⁵

Robin MacPherson, Professor de Screen Media em Edinburg Napier University e diretor da Screen Academy Scotland, apresentou em Moscovo em novembro de 2009, na conferência “Film Education: Traditions and Innovations” o tema “Producing Creative Producers” em que levanta questões bastante pertinentes. O mesmo diz que algumas das verdadeiras habilidades e talentos de um produtor criativo podem muito facilmente manter-se escondidas durante o período académico e que, resumidamente, essas habilidades são: detetar o material certo para a altura certa, identificar e conseguir juntar a combinação certa de talentos e experimentar pegar numa estória promissora, transformá-la num argumento irresistível, encontrar o realizador certo e outros colaboradores criativos para transformar esse argumento irresistível num ótimo filme, defender a integridade criativa do realizador do filme enquanto simultaneamente assegurar que eles vão longe o suficiente, mas não demasiado longe, em criar expectativas ao público e financiadores privados, distribuidores, emissoras, todos os que precisam de alguma forma de retorno cultural ou comercial do investimento que fizeram, posicionamento e marketing do filme para maximizar o seu impacto e, idealmente mas não sempre, maximizar a sua audiência. Estas aptidões podem ser ensinadas teoricamente, cabe depois a cada um possuir naturalmente essas aptidões ou desenvolvê-las com a experiência, na prática. A questão é “se nas Universidades deveriam permitir que os mesmos aplicassem e exercitassem ao máximo essas *skills* nos seus colegas e nas produções filmicas Universitárias?” (MacPherson, 2009). Esta questão é levantada, visto que a maioria dos produtores, para conseguirem detetar um escritor talentoso através do desenvolvimento de argumentos e mesmo no que toca às habilidades do realizador, têm de possuir alguma experiência, contudo, academicamente tendem a ter inicialmente o mesmo grau de experiência e aprendizagem. Robin MacPherson tentou replicar a hierarquia de experiência, colocando alunos com maior formação a trabalhar com outros com menos formação, ou seja, produtores mais experientes com realizadores e argumentistas com menos experiência, obtendo bons resultados mas que levantaram outro tipo de problemas, como limitação da qualidade de material e debilitação da autoestima por parte do produtor, ou no caso de trazerem produtores de fora com experiência profissional, levantaram conflitos relativamente aos objetivos pedagógicos da escola e os interesses profissionais/comerciais do produtor o que pode trazer impactos negativos aos estudantes que fazem parte da equipa. O objetivo principal é de que o argumentista e o realizador, assim como o resto da equipa, tenham confiança nas habilidades e no julgamento do produtor. Têm de saber que o produtor pode preencher uma ou mais do que uma, preferencialmente, das habilidades mencionadas. Caso isso não aconteça e haja algum tipo de desconfiança de que o poder de julgamento do produtor não é melhor do que de qualquer outro, pode gerar uma grande instabilidade na equipa e o declínio do projeto. Pois, embora no “mundo real” haja normalmente uma equipa de apoio e principalmente um produtor executivo que ajuda e apoia o produtor, ou mesmo um estúdio que lhe impõe regras,

¹⁰⁵ Vid; Jäckel, 2003: 34 e Scott, 2000: 97.

esta é uma situação real que pode acontecer com produtores inexperientes, mas que não deve nunca acontecer. Contudo, isso faz parte da aprendizagem do produtor e do seu crescimento profissional e reflete a hierarquia de controlo que é derivada de relações contratuais e comerciais bem testadas. Acima de tudo o produtor é um líder e se ele falhar o projeto pode ir abaixo, caso ele não resolva rapidamente a situação. Este tipo de hierarquia normalmente não é utilizado nas Universidades, porque segundo os mesmos, previne e preserva tanto o espaço criativo como educacional do realizador, pois é esperado que este maximize a sua autonomia, de forma a que possa ser avaliado na individualidade do seu trabalho sem constrangimentos por parte da intervenção de um aluno produtor. Isso funciona bem para o realizador, contudo isso retira a variante do mundo real. O produtor é que possui o controlo formal do projeto, indo contra o desenvolvimento de algumas das suas importantes habilidades. A justificação de Robin MacPherson é que não podem deixar que os produtores cometam erros, erros esses extremamente importantes e que os mesmos precisam de cometer de forma a que aprendam. Para ele o dever educacional de se preocuparem com o argumentista e com o realizador sobrepõe o dever de se preocuparem com o produtor, porque não querem que o produtor cometa erros que forcem erros nos outros e na sua perspetiva. Provavelmente é assim que tem de ser, exceto para o produtor. Sendo esta uma mentalidade que, infelizmente, se instala em muitas Universidades e que levanta muitos problemas e falta de segurança e de controlo do projeto por parte do produtor. O que o leva a errar ainda mais e causa ainda mais frustrações. Tal como no caso do realizador e argumentista e toda a equipa, também o produtor tem de errar. A função dele é corrigir os erros dos outros e resolver problemas e se não o sabe fazer com ele mesmo, muito menos conseguirá resolver os problemas e os erros do resto da equipa. A altura de errar e de cometer os maiores erros é no meio académico e não no mundo real, e no momento em que ele não os comete durante o período de aprendizagem e ensino irá cometê-los no exterior, o que irá trazer repercussões ainda mais graves. O ensino do produtor está pouco nutrido e mal desenvolvido, principalmente na Europa, algo que tem de ser melhorado. Sendo que há quem pense da mesma forma nos Estados Unidos:

“Os realizadores de cinema e os argumentistas querem fazer filmes de qualquer forma- não conseguem evitá-lo. O que precisam de fazer é empurrar os produtores e fazer deles a elite das vossas escolas. Eles precisam de saber o que é uma boa estória, como é que funciona a “edição” do argumento, e como é que se lê. Eles também precisam de se aperceber que a palavra “dinheiro” é menos apreciada na Europa, e é aí que muitos alunos erram” (Geoff Gilmore, Sundance Film Institute, Citado em: Angus Finney, 1996: 44).

Como na Europa:

“Tenho vindo a insistir com a International Film School de que deviam incluir nas suas opções curriculares um curso de produção criativa. Geralmente é assumido que o produtor é quem está a vigiar o realizador, a tentar impedi-lo que gaste demasiado dinheiro- Absolutamente falso. O produtor tem de estar atento, o mesmo não é um

mero empresário, um mero financeiro. O seu trabalho exige imaginação, iniciativa-
uma dose de criatividade sem a qual todo o filme sofre” (Márquez, 1995: 23).¹⁰⁶

No caso de Portugal, para além do já mencionado, que também se reflete nas mesmas, o problema da maioria das Universidades Portuguesas de Cinema e Audiovisual é serem feitas de extremos. Ou os alunos são educados excessivamente na parte técnica, ou seja, na prática ou na parte teórica, parte mais intelectual e criativa. Contudo, todas preparam e educam os alunos para uma vertente de cinema de autor, em que o comercial é posto mais de parte. Algo que entra em contradição, não no caso das Universidades mais técnicas, mas nas mais criativas, que educam os alunos de fotografia, edição, produção, realização, direção artística, etc. através de uma base e premissa comum. Dando-lhes liberdade e meios para explorarem o seu lado mais criativo, intelectual, estético e artístico e criarem um estilo próprio, que acaba por ser reprimido por aqueles que querem realização, porque embora a educação inicial de todos seja a mesma na maioria das Universidades, também todos são educados a ver o realizador como autor da obra. Enquanto que a obra é algo feito coletivamente. São várias pessoas a criar, não uma. Embora aquilo que acontece na realidade é que o realizador acaba por controlar tudo e limitar criativamente os outros elementos, não só no meio académico mas também no mundo real, porque foi assim que foi educado. Os alunos de cinema não estão a ser educados para, individualmente, cada um na sua área, desenvolver as suas competências e escolherem que tipo de cinema querem fazer: mais comercial ou mais independente; ou que tipo de funções querem ter, no caso da produção: mais financeira ou mais criativa. Educamos para pensarem como produtores criativos para depois serem obrigatoriamente financeiros, sem os deixarem escolher e sem lhes mostrarem que existem outras opções. Veja-se o exemplo da Universidade Católica que fornece uma especialização em produção sem os mesmos terem uma única cadeira de gestão, economia, direito, recursos humanos, etc. Ou a ESMAE em que a especialização em produção e realização é exatamente a mesma, quando uma não tem nada a ver com a outra e tendo tanto um como o outro a mesma educação.¹⁰⁷

O cinema comercial, principalmente Americano, é posto de lado e reprimido, como se não fosse cinema. Após ter iniciado algumas entrevistas as Universidades portuguesas (vejam-se no apêndice 5) onde os alunos são preparados para entrarem no mundo do cinema, todas elas mencionam produção, embora praticamente nenhuma esteja realmente preparada para formar produtores. Foram poucas as respostas obtidas por parte das Universidades e praticamente todas defendem que formam os alunos que querem seguir produção por uma vertente mais criativa do que financeira, dando respostas como: por fazerem parte de uma Universidade de Artes ou para darem mais flexibilidade aos mesmos de forma a que lhes seja permitido assumirem papéis diferenciados, próximos a um cinema independente, devido à falta de recursos. Sendo que aquilo de que me apercebi é que a formação é mais criativa, pois não

¹⁰⁶ Gabriel García Márquez, vencedor de um prémio Nobel de Literatura, é também Argumentista e dá aulas na Universidade de Cuba, International Film School.

¹⁰⁷ Entenda-se a especialização, como sendo os dois anos de Mestrado.

estão preparados para acolher alunos que queiram seguir produção. A área de produção, se for bem transmitida, possibilita uma grande versatilidade no trabalho do mesmo em outras áreas, caso deseje ou se veja obrigado a fazê-lo, visto que o produtor tem de saber de tudo um pouco, tem de saber editar se for necessário, filmar, escrever, dirigir atores, realizar, etc, etc. Senão, como é que o mesmo teria habilidade de escolher uma equipa adequada para preencher certo tipo de funções e requisitos, se não possui os conhecimentos necessários que o permitem fazê-lo? Mesmo, quem vê os produtores de uma forma mais empresarial o admite:

“Os produtores de cinema são nem mais nem menos, homens de negócios (...). Necessitam de fazer contas, demonstrar espírito de empresa (...). Contudo, para isso, devem possuir também algum daquele temperamento artístico de que estão dotados os seus colaboradores, pois só assim conseguirão compreendê-los e acostumar-se ao seu estilo e capacidades” (Mortzsch, 1964: 115).

Existe uma grande falta de organização e de conhecimentos por parte das Universidades sobre o que é que os produtores fazem, havendo muitas lacunas que podem ser verificadas nos *sites* de diversas Universidades sobre as saídas profissionais que as mesmas oferecem dentro da área de produção.

2.7- O Produtor enquanto Criativo

Após esta análise que se fez tanto sobre a produção como sobre a criatividade, há duas questões importantes que sobram, visto que se só através da descoberta do desconhecido é que atingimos a verdadeira criatividade e relativamente à produção os estudantes da área são privados do desenvolvimento das suas aptidões e funções como produtor. Será que a criatividade pode ser aprendida e a produção ensinada? Ou será que é um processo individual e de autoconhecimento?

2.7.1- A CRIATIVIDADE PODE SER APRENDIDA?

O desenvolvimento do ser humano (crescimento) em paralelo com a aproximação cognitiva, influencia a personalidade social do mesmo, fazendo com que este se foque nas variáveis da personalidade, na sua motivação e no ambiente sociocultural como fonte de criatividade. “Investigações como as de Amabile (1983), Barron (1968 e 1969), Eysenk (1993), Gough (1979), e MacKinnon (1965) repararam que certos traços de personalidade muitas vezes caracterizam pessoas criativas” (Sternberg, 1999: 8). Esses traços de que falam incluem independência na formulação de um julgamento de algo, confiança em si mesmo, sentir-se atraído por coisas complexas, orientação estética e que gosta de correr riscos. Algo que só é possível com uma grande fonte de conhecimentos em várias áreas. A importância económica da criatividade é clara devido ao facto de novos produtos ou serviços criarem trabalho. As organizações, pessoas e sociedades, têm assim de adaptar meios existentes de maneira a melhorar as tarefas exigidas para se manterem competitivos.¹⁰⁸

Um estudo feito por George Land revela que somos naturalmente criativos e à medida que crescemos aprendemos a não ter criatividade. Piaget também defende isso, para além de defender que a inteligência e a criatividade estão interligadas, dizendo que o período de maior criatividade de um ser humano é o período da primeira infância, porque as crianças têm de construir a sua forma de entender o mundo.

A criatividade é uma competência que pode ser desenvolvida e um processo que pode ser gerido. Segundo George Land:

“A criatividade começa com uma fundação de conhecimento, aprendizagem de uma área e o domínio de uma forma de pensar. A pessoa aprende a ser criativo ao experimentar, ao explorar, ao questionar suposições, ao usar a imaginação e ao sintetizar informação. Aprender a ser criativo é como pedir para aprender um desporto. Requer prática para desenvolver os músculos certos, e um ambiente favorável ao florescer” (Land, 1993).

¹⁰⁸ Vid; Sternberg, 1999.

Em 1968, George Land distribuiu a 1600 crianças de 5 anos de idade testes usados pela NASA que serviam para selecionar engenheiros e cientistas inovadores. Voltou a testar estas mesmas crianças aos 10 anos de idade e novamente aos 15 anos de idade. Obtendo resultados de 98% de sucesso aos 5 anos, 30% aos 10 anos, 12% aos 15 anos. Fez o mesmo teste a 280.000 adultos tendo apenas 2% dos resultados pretendidos. “O que concluímos é que o comportamento não criativo é aprendido” (Op.cit.).

Algo que nos leva à questão de porque é que os adultos são menos criativos do que as crianças? Para muitos a criatividade é enterrada em regras e regulações que se tem de seguir. O sistema educativo foi concebido durante a Revolução Industrial há mais de 200 anos atrás, para treinar as pessoas a serem bons trabalhadores e a seguirem instruções. Segundo autores como Ginamarie Scott, Lile Leritz e Michael Mumford, a criatividade e as capacidades criativas podem ser aprendidas, não a partir de aulas ou palestras, mas através da aprendizagem e aplicação de processos de pensamento criativo. Segundo o “The Effectiveness of Creativity Training”, ao longo da última metade do século, foram propostos inúmeros programas de treino com intenção de desenvolver as capacidades criativas. Neste estudo uma meta-análise quantitativa de avaliação de esforços do programa foi realizada. Baseado nos estudos prévios dos anos 70 foi descoberto que programas de treinos criativos bem estruturados, tipicamente induzem ganhos de desempenho com estes efeitos generalizados, todos os critérios, definições e população-alvo. Além disso, estes efeitos eram mantidos quando considerações de validade interna eram tidas em conta. Uma examinação dos fatores contribuiu para a eficácia relativa destes programas de treino indicando que mais programas bem-sucedidos eram prováveis de se focarem no desenvolvimento de capacidades cognitivas e as heurísticas envolvidas na aplicação de habilidades, usando exercícios realistas apropriados ao domínio em questão. As implicações destas observações para o desenvolvimento da criatividade através de intervenções educacionais e de treino são discutidas juntamente com direções para futuras pesquisas.¹⁰⁹

Uma pesquisa degenerativa mostra que toda a gente tem habilidades criativas. Quanto mais treino se tem e quanto mais diversificado, maior é o potencial criativo. As pesquisas mostram que no que toca a criatividade a quantidade é igual à qualidade. Quanto maior é a lista de ideias, maior é a qualidade da solução final.

“Novos comportamentos são gerados continuamente, mas apenas é rotulado como criativo quando tem um valor especial para a comunidade. Generatividade é o processo básico que leva todo o comportamento que chegamos a rotular como criativo” (Epstein, 1996).

¹⁰⁹ Vid; Ginamarie Scott, Lyle E. Leritz and Michael D. Mumford, 2004: 361-388.

Componentes da Criatividade



Fig. 19- Imagem baseada no esquema T.M Amabile, Harvard Business Review, Oct.98.

A criatividade é uma capacidade que pode ser desenvolvida e um processo que pode ser gerido. A mesma começa com uma fundação de conhecimento, de aprendizagem de uma área, e domínio de uma forma de pensar. As pessoas aprendem a ser criativos ao experimentarem, explorarem, questionarem suposições, usando a imaginação e sintetizando informação. Como August Turak diz: “Todo o grande líder é um líder criativo”.¹¹⁰

Em 1956 Louis R. Mobley, apercebeu-se que o sucesso da IBM (*Executive School*) dependia do ensinamento dos executivos a pensar criativamente, em vez de os ensinar a ler relatórios financeiros. Ele apercebeu-se de algumas coisas, entre elas foi que a metodologia de ensino tradicional como ler, assistir a palestras, fazer testes e memorizar matéria eram inúteis. Aliás, ele alega serem piores que inúteis, são contraproducentes. A maioria do foco educacional recai sobre o fornecimento de respostas num passo linear, ou seja, passo a passo. Mobley apercebeu-se que fazer diferentes perguntas de um modo radical de uma forma não linear é a chave para a criatividade. Para ele, segundo a sua descoberta, o tornarmo-nos criativos é um modo, não de aprendizagem, mas de desaprendizagem. O objetivo da IBM não era acrescentar mais suposições, mas derrubar suposições existentes. Designada como uma experiência estonteante, os executivos da IBM eram retirados da sua zona de conforto, muitas das vezes de forma embaraçosa, frustrante, até de forma irritante. Providenciando aos mesmos uma experiência de humildade, algo que tinha os seus riscos, especialmente pelo facto de serem executivos com grandes egos, algo a que Mobley se arriscou de forma a retirar aos mesmos um “wow, eu nunca tinha pensado dessa maneira”, reação essa que é o nascer da tormenta da criatividade. O mesmo defendia, que as pessoas não aprendem a ser criativas, devem tornar-se criativas, pois um soldado da marinha não aprende a lê-lo através da leitura de livros. Eles tornam-se soldados da marinha ao sofrerem os rigores do acampamento. A sua Universidade era igual. Trocou os livros, aulas, e leituras por charadas, simulações e jogos. Mobley e a sua equipa estavam sempre a sonhar com experiências, onde as respostas óbvias não eram adequadas. Outra das teorias que defendia era que a maneira mais rápida de se

¹¹⁰ Ibid.: 2004.

tornarem criativos era através da convivência com pessoas criativas, por mais estúpidos que nos façam sentir. Numa experiência feita pelo mesmo num caos controlado, chegou à conclusão que a IBM Executive School era um local com um ambiente assistemático, destruturado, em que a maioria dos benefícios ocorriam através da interação entre pares, muitas das vezes de modo informal e fora da linha. Mobley descobriu que a criatividade estava altamente ligada com o conhecimento pessoal. Para ele era impossível ultrapassar-se preconceitos se não sabemos que existem, que se encontram lá e ele desenhou a sua Universidade para ser um grande espelho nesse sentido. Por último e a meu ver, provavelmente um dos pontos mais importantes, Mobley deu autorização aos seus alunos para estarem errados, para errar. Todas as grandes ideias nascem de um solo cheio de más ideias, e a única grande razão do porque é que a maioria de nós não viveu de acordo com o seu potencial criativo deve-se ao medo de se fazer más figuras. Para Louis Mobley não existiam más ideias ou ideias erradas apenas blocos em construção que levam a ideias ainda melhores.¹¹¹

A criatividade pode ser desenvolvida, mas não pode ser ensinada. Pode ser aprendida, como se pode constatar, através do explorar, de matérias e ideias. É algo bastante pessoal, faz parte de cada um e cada um é criativo na área que mais lhe traz significado e interesse.

2.7.2- A PRODUÇÃO PODE SER ENSINADA?

O facto de haver no ensino uma falha tão grande relativamente à produção faz nos questionar uma coisa, já se sabe que a produção pode ser aprendida, mas será que pode ser ensinada?

Contudo, a verdade é que nem tudo o que é aprendido pode ser ensinado. Como já se pôde verificar, o que se pode ensinar são estratégias que levam ao desenvolvimento de certas competências. Embora, a produção seja uma profissão e tal como qualquer outra profissão também a produção deveria poder ser ensinada. “Um produtor é aquele que faz com que um filme seja feito. Um bom produtor é aquele que faz com que este seja feito bem” (Turman, 2005: 9).

O programa de produção de Peter Stark acredita que o produtor é um criativo originador de filmes, é um empreendedor que se lança a ele mesmo e que começa por reconhecer ideias que tenham mérito criativo e/ou comercial. Este critério é algo que se aplica a outras profissões dentro do cinema, como por exemplo, o executivo do estúdio. Tem de haver paixão, uma certa sensibilidade para captar a essência da história e a audiência, tem de haver um grande sentido de organização e uma inteligência prática para conseguir levar a cabo um projeto e levá-lo até ao mercado. Aquilo que este programa oferece era o que qualquer

¹¹¹ Vid; Mobley, 1999.

Universidade em que se pode optar por seguir a vertente de produção deveria ter, que é dar aos alunos as habilidades práticas (*practical skills*) e o conhecimento, mas tendo sempre em conta os seus valores, os seus sonhos artísticos e o método de trabalho próprio que vão criando ao longo da aprendizagem, assim como conhecimentos que vão adquirindo, para que possam atingir os seus objetivos na área cinematográfica. Lawrence Turman, um produtor bastante respeitado na sua área, conhecido por filmes como “American History X- América Proibida” (1998), “The Thing” (1982), “The Graduate” (1967) diz que atribui o mesmo valor ao negócio e à criatividade, pois tanto um como o outro são absolutamente necessários para se fazer um filme. Segundo o mesmo, relativamente ao ensino, aqueles que pretendem ser produtores deveriam tirar um curso que logo de início lhes fornecesse uma visão económica de como o negócio de se fazer filmes funciona, curso esse que deve lidar com o funcionamento de todos os departamentos num grande estúdio e que detalha o mundo dos filmes independentes. Ao longo do mesmo, os estudantes iriam aprender como fazer a calendarização e a orçamentação, como levar o filme para o mercado e as diversas formas de financiamento possíveis. O aluno teria de escrever, produzir, realizar, operar uma câmara e de editar curtas-metragens durante um ano inteiro, preferencialmente no primeiro ano, segundo Lawrence. Cada um faz um filme de 8 minutos, e depois no segundo ano teriam de competir pelo financiamento de três filmes de 20 minutos de duração, com *standards* profissionais. Desde o “obter e ir”, como lhe chama, irão usar a sua imaginação criativa, enquanto simultaneamente aprendem a parte técnica de como é que os filmes são feitos. Durante todo este processo existe todo o aspeto importante da estória: a análise do argumento durante o primeiro semestre, levando ao como se desenvolve um guião no segundo semestre, escrever o argumento completo no terceiro semestre e finalmente a parte assustadora do projeto, a tese que é necessária e requerida para a graduação¹¹²

Contudo, em todas as áreas existem profissionais excelentes que nunca tiveram formação académica para tal. Veja-se o exemplo dos legendários produtores David. O. Selznick, Richard D. Zanuck, Sam Spiegel, que nunca estudaram a arte de fazer cinema, no entanto produziram ótimos filmes. Irving Thalberg vencedor de alguns prémios, ou mesmo Saul Zaentz vencedor de 3 Óscares da Academia tiveram uma formação formal, por assim dizer, académica. O próprio Lawrence Turman também não teve essa formação, a sua forma de aprendizagem foi através do acompanhamento de alguém que já tinha feito cinema antes e fazer parte de todo o processo do início ao fim. Os primeiros quatro filmes que fez foram acompanhados e produzidos em parceria com Stuart Miller que já tinha crescido no negócio. No entanto, à pergunta de se existem vantagens de aprender produção numa Academia, a resposta do mesmo é “You bet”. Roger Corman defende que frequentar escolas de cinema hoje em dia é obrigatório.

Voltando ao ensino de produção, há quem defenda que qualquer habilidade pode ser ensinada, desde operações cerebrais a fazer um bolo, mas até que ponto se pode ensinar

¹¹² Vid;Turman, 2005.

alguém a ser um líder? Segundo Lawrence Turman, infelizmente aquilo que não pode ser ensinado é o que é mais importante: carácter- aquilo que a pessoa é, os seus sentimentos e os seus gostos. É algo que não pode ser ensinado a um futuro violinista ou mesmo a um arquiteto, ou a um pintor. Isso é o que separa pessoas que têm todas as habilidades, capacidades e técnica daqueles que também tem coração e imaginação. O contínuo debate psicológico e sociológico da natureza versus a criação está por resolver, mas sejam quais forem as proporções que fazem uma pessoa, existe uma qualidade inata que separa um Scorsese, um Fellini ou um Jerry Bruckheimer de alguém comum:

“As pessoas mais inteligentes, ou aquelas com o maior QI, geralmente não se tornam gerentes das maiores empresas, produzem, realizam, ou escrevem as maiores obras-primas, ou tornam-se presidentes do nosso país. Um “senso de proporção” é o que é necessário- quando agir, quando não agir, quando apostar em grande, quando ser respeitoso ou calar e ouvir” (Turman; 2005: 15).

Quando alguém não responde ou devolve os telefonemas, quantas vezes é que se deve tentar alcançar essa pessoa? Se deve recorrer a *fax* ou *email*? Isso depende do estilo de trabalho pessoal de cada um. “Quem a pessoa é, é o que eu tento avaliar nos estudantes que eu seleciono para o ‘The Peter Stark Production Program’” (Turman, 2005: 15). O mesmo a brincar diz que é como um treinador de futebol. Se recruta os melhores jogadores, os mais fortes, mais rápidos, terá uma época de vitórias garantida, seja ele um bom treinador ou não. Por isso, quando ensina produção de forma rigorosa, séria, exaustivamente e em grande detalhe, os alunos que ele seleciona para ensinar são algo crítico. Acima de tudo a pessoa tem de realmente querer fazer cinema, a motivação é a palavra-chave. Uma personalidade extrovertida é preferível, embora haja casos de sucesso de produtores bastante tímidos. A assertividade ajuda bastante, ser-se convencido já não. A confiança é boa, é contagiosa, é persuasiva, mas apenas quando é verdadeira. Gilman Kraft (foi editor da Playbill) defende que a habilidade de fazer ligações entre ideias, entre coisas, isso é a verdadeira marca da inteligência de pessoas experientes que sucedem em quase tudo o que tentam fazer. Os mesmos têm a habilidade de ver que uma cena numa determinada página do argumento liga e afeta outra cena de outra página, ou seja, eles conseguem ver que a cena da página 30 liga e afeta a cena da página 80, por exemplo. É o mesmo tipo de conexão que faz com que produtores como o Lindsay Doran escolham realizadores desconhecidos ou praticamente desconhecidos como Ang Lee, para fazer filmes como o “Sense and Sensibility” (1995). A habilidade que uma pessoa tem de ver e ligar os pontos é inata. Não se aprende, nem se consegue ensinar. Como é o caso de Picasso que olhou para um carrinho de brincar e viu a cabeça de um símio e por isso usou-o para criar a sua famosa obra “Baboon and Young”. Isso faz dele Picasso e se alguém fizer algo igual, não irá passar de um imitador ou pelo menos irá ser visto como tal. Segundo Lawrence, existem mais coisas que não podem ser ensinadas, como a determinação, focalização e vontade para aguentar a rejeição e para se levantar, sacudir a poeira e começar tudo de novo, conta mais para ser bem-sucedido, do que ser

talentoso, ter gosto e imaginação. Tem de se querer realmente ver o projeto feito, de tal forma que aguente cair e levantar várias vezes sem conta. Tim Adler ainda acrescenta a esta lista a persistência. Um produtor deve ser persistente.

“Considerando as probabilidades empilhadas que estão contra um filme ser feito e a montanha que o produtor tem de escalar para conseguir levar o filme a ser produzido (com um gradiente que continua a ficar cada vez mais íngreme quanto mais perto se aproxima das filmagens)” (Adler, 2004: 27).

Tim Adler acrescenta ainda outra característica, Crueldade. Muitos dos filmes com sucesso, andando 15 anos para trás desde 2004, envolveram o despedimento de membros chave da equipa. Um dos truques de muitos produtores é despedir alguém no primeiro dia de filmagens para instalar o medo tanto na equipa como no elenco. Algo referido ao de leve no subcapítulo sobre o Ego. Segundo o mesmo, se como produtor não se é cruel, o mais provável é serem eles despedidos. Embora aquilo que ele realmente quer dizer é impor respeito, formar uma barreira e não dar demasiada confiança, frieza talvez. Jonathan Osberg diz que “só se deve ser leal a uma coisa e isso é a si mesmo e à sua visão” (Adler, 2004: 29). Pois o mesmo não pode estar constantemente a despedir pessoas quando não é respeitado. Aliás, uma das suas funções tal como Kathleen Kennedy defende é de “quando surgem problemas no *set* e o despedimento não é uma opção, o produtor deve encontrar uma forma de conciliar essas ‘diferenças criativas’ de forma a que seja aceitável para toda a gente. Durante a fase de filmagens o seu principal trabalho é solucionar problemas” (Kathleen Kennedy citada em Linda Seger e Edward J. Whetmore, 1994: 71). Pessoalmente penso que o produtor deve saber impor respeito, o que não o impede de deixar as pessoas aproximarem-se, muita gente confunde medo com respeito e pensa que para se ser respeitado tem de se criar uma barreira e incutir medo, embora isso não seja verdade como se pode verificar no subcapítulo sobre o Ego.

“Integridade e justiça são duas palavras que devem manter em primeiro plano na sua mente quando produz” (Schreibman, 2012: 253). Schreibman diz que nunca se deve abordar uma situação de produção com a noção de que se está sempre certo ou pensar que o risco é sempre seu e apenas seu, de que está sozinho. Todos os que estão envolvidos no projeto, partilham um certo risco, cada um à sua maneira. Tanto pode estar relacionado com o seu ego, reputação ou mesmo o seu trabalho, mas estão a correr um risco. Deve se sempre estar interessado no que está correto e não no quem é que está correto. A importância está no projeto e deve-se estar atento a isso, não no que diz respeito à parte pessoal. Deve-se ter isso sempre presente tanto na fase de negociação, nas decisões de produção ou nas decisões criativas relacionadas com a estória. O produtor deve sempre dizer o que lhe vai na cabeça, porque as outras pessoas que o rodeiam podem ter medo de falar, mas o facto de o produtor dizer sempre o que pensa em todas as situações irá fazer com que outros também falem, irá encorajar outras pessoas a contribuírem criativamente enquanto ao mesmo tempo alimenta os seus egos. E se estiver errado sobre alguma coisa ou qualquer coisa acontece por causa do

produtor, nunca deve ter medo de o admitir. Isso só irá mostrar que tem falhas e que tem coragem para as admitir e de acarretar com as consequências que as mesmas poderão trazer. A humildade traz respeito, reforça a sua posição criativa e faz com que o projeto ande.¹¹³

Essencialmente existem duas coisas que não podem ser ensinadas: criatividade e carácter, não de uma forma ética ou moral, mas a nível de personalidade e ambas são fundamentais no processo de produção. A personalidade é evidente em alguém que é deitado abaixo e imediatamente se levanta em oposição de alguém que é rejeitado uma vez ou duas e perde a confiança no projeto que escolheu. “A antiga Grécia ilustrava o carácter através da diferenciação entre a “colérica” (cólera) e a “sanguínea” (otimista). “Duas pessoas ao descerem a estrada encontram uma rocha enorme a bloquear o caminho. O colérico diz: “Filha da mãe” e dá um pontapé na rocha. A sanguínea sorri e diz. “Ah, uma pedra” e contorna-a.” (Turman, 2005: 17). Os produtores precisam um bocado de cada qualidade, criatividade para contornar a rocha e carácter para dar um pontapé à rocha. “Se existissem receitas para se ser um produtor, as pessoas iriam à Escola de Culinária para as ter” (Adler, 2004: 17). Tim Adler defende que não existem regras. Produzir um filme envolve horas de dormir e acordar, envolve interesses objetivos e subjetivos, não exclui nada e não permite santuários em que se respire por conta própria. É o lado negativo que faz do produtor um sucesso, o mesmo nunca pode fazer um filme sem estar realmente entusiasmado por fazê-lo e tem de sentir que a menos que faça esse filme não vai conseguir dormir.

“Tem de ser tão empenhado (...) Tem de querer fazê-lo de tal forma. Tem de estar relacionado com algo muito mais do que dinheiro. Tem de ter algo em si em que só quer fazer filmes, não importa o quê, de forma a que viva e respire isso todos os dias. Se não tiver essa paixão, nunca irá ultrapassar todas as dificuldades. E depois mesmo que as ultrapasse, continua a ter de ser sortudo de forma a ter um filme feito. É competitivo e difícil e tem de vivê-lo a 100 por cento. E depois acima disso tem de ter muita sorte” (Jennifer Todd citada em Helen De Winter, 2006: 253).

¹¹³ Vid; Schreibman, 2012: 254.

3- PROJETO FINAL “FOGO & PRATA” - UM ESTUDO DE CASO

3.1- BREVE INTRODUÇÃO AO PROJETO

“Fogo & Prata” é uma curta-metragem de fantasia (género fantástico) realizada no âmbito de uma unidade curricular do último ano de Mestrado em Som e Imagem com Especialização em Cinema e Audiovisual, denominada “Projeto Final”. A equipa deste projeto foi constituída inicialmente por quatro elementos dessa mesma especialização de Mestrado, em que cada um optou pela sua própria função dentro da área cinematográfica. Esse grupo núcleo era constituído por mim como produtora, por Afonso Nunes, que ocupou o cargo de realizador, Koji Azevedo como diretor de fotografia e Daniel Henrique em edição. O argumento do filme conta a estória de uma rapariga solitária que habita uma aldeia onde é sempre noite. Essa rapariga, chamada Ignis destacava-se de todos os habitantes dessa aldeia pela sua alegria e vivacidade, enquanto que os mesmos eram carrancudos e cabisbaixos, tal como a aldeia. Certo dia a rapariga conhece um rapaz misterioso chamado Argentum que se revela ser a Lua, sendo que acabam por se apaixonar e ele convida-a para ir com ele para o seu mundo, tornando-se o Sol a seu lado.

Começando por falar um pouco das diferentes fases de um projeto, poderei dizer que todas as tarefas da fase de desenvolvimento, assim como algumas de pré-produção foram-me privadas, como foi o caso da escolha da estória e da seleção do núcleo de elementos criativos da equipa (Veja-se o subcapítulo 2.4.2.). Algo que acabou por trazer alguns conflitos para o projeto, tal como tenho vindo a mencionar ao longo desta dissertação. As nossas ideologias eram bastante distintas, assim como as nossas visões e formas de trabalho. Havia elementos a fazer trabalho que não lhes competia, assim como havia elementos que nem o seu trabalho faziam, porque o viam como uma obrigação e não como uma paixão ou o que gostariam de fazer (Veja-se o subcapítulo 2.4.3.3.). A história foi escrita pelo realizador e acabou por ser selecionada à força tanto por influência do mesmo como por já não termos opção possível, visto que já nos encontrávamos em novembro e a fase de produção iria decorrer em janeiro. O facto deste grande atraso ter ocorrido deveu-se a uma discórdia por parte do grupo selecionado pelo orientador da unidade curricular na primeira fase da mesma, em que todos os membros estavam descontentes pela prestação do realizador escolhido na altura. Por este motivo, fui obrigada a expor a situação ao orientador e o realizador acabou por ser dispensado, o que gerou bastantes complicações, instabilidades e desmotivação por parte da equipa devido à reação geral que esta situação criou. O que me levou a concluir que nunca se deve trabalhar com amigos ou colegas demasiado próximos sem ter a certeza das suas habilidades. As amizades na profissão devem surgir da convivência nos projetos feitos em conjunto, pela forma de trabalho e de funcionamento em sintonia e não o contrário.

“A coisa mais horrível do mundo é despedir alguém. Eu fui aprendendo ao longo dos anos que se alguma coisa está mal no início, apenas trate disso. Caso contrário torna-se pior e a tensão acumula. É mais cruel para essa pessoa se a mantiver durante e ter de controlá-los durante 5 meses ou o que for. O melhor para toda a gente é cortar as suas perdas de imediato” (Debbin Robins citado em Linda Seger e Edward Jay Whetmore, 1994: 71).

Visto que era a única pessoa que fazia parte do departamento de produção, tive de exercer tarefas que não me diziam respeito como produtora, assim como também colaborei com o departamento de direção artística, desde arranjar os figurinos, selecionar o modo de alterar os cabelos dos atores, cenários, entre outros, e também tive de arranjar os mais diversos materiais para dentro e fora de cena e supervisioná-los juntamente com o realizador. Na fase de Produção também tive de executar funções que não me diziam respeito como tarefas de *runner*, *best boy*, *catering*, controlo de erros de *racord*, fotografia de cena, entre outros. Foi um trabalho extremamente exaustivo e desmotivante à medida que o tempo ia passando.

A curta-metragem foi filmada em 6 locais diferentes (Aveiro e Piódão- correspondentes ao interior e exterior da padaria, Coimbra e Belmonte- correspondentes ao interior e exterior da torre, Piódão- correspondentes à aldeia, Porto- correspondente à planície e Arganil- correspondente ao interior da casa de Ignis). Todos estes locais foram selecionados por mim, ou melhor, apresentei um leque de propostas salientando aquelas que mais me agradavam e que possuíam mais vantagens, acabando por ser as escolhidas. Com a exceção de Aveiro, cujo local foi escolhido pelo realizador, pois não ficou satisfeito com o interior da padaria selecionado inicialmente. O mesmo acabou por substituí-la quando soube que uns conhecidos seus tinham uma padaria que se enquadrava mais naquela que era pretendida para o filme. As filmagens em Coimbra, que foram combinadas devido a uma necessidade de conclusão do projeto, foram sugeridas pela atriz principal, sendo que o local foi arranjado por mim. Este local em questão foi o Museu Nacional Machado de Castro e as filmagens realizadas neste ficaram no valor de aproximadamente 30.000 euros e tal como no filme “Jaws” (1975) em que o tubarão sofreu de uma avaria que veio melhorar a qualidade do filme relativamente ao efeito de expectativa e medo, também este novo local, que o realizador demorou a aceitar, melhorou bastante a qualidade visual do filme.

As filmagens deste projeto deveriam ter correspondido a uma semana de rodagens e passaram para 3 meses devido a inúmeros fatores que não podíamos controlar, que nos limitavam e devido à falta de colaboração e desequilíbrio por parte dos elementos principais da equipa, para com o seu trabalho e para com o trabalho dos outros. Algo que fez com que o orçamento inicial fosse ultrapassado, pois tal como tem sido dito ao longo da dissertação e como menciono no subcapítulo 2.4.3.1, “aquilo que não está bem planeado na pré-produção irá afetar a produção que por sua vez irá afetar a pós-produção, sendo que esta é a razão principal para um projeto ultrapassar o orçamento”

3.2- METEOROLOGIA, IMPREVISTOS, HIERARQUIAS

Para mim, a fase mais desafiante e problemática, ironicamente, foi a fase de produção (filmagens), porque como tem vindo a ser mencionado, atualmente a maioria dos produtores praticamente não aparece no *set* de filmagens. A diferença é que eu não era só a produtora, eu era todo o departamento de produção. As filmagens correram mal por diversos motivos, que se poderão resumir maioritariamente em três palavras: meteorologia, imprevistos e hierarquias.

A meteorologia é algo bastante preocupante, principalmente para produções com poucos meios e que não dispõem de estúdios onde possam filmar, pelo menos algumas das cenas que se ache convenientes. Todos os filmes com menos meios, e mesmo aqueles com grandes meios, tentam ao máximo recorrer a cenas interiores, porque financeiramente é muito arriscado filmar em exterior ou reproduzir o exterior em estúdio embora, mesmo assim, seja mais viável reproduzir o exterior em estúdio do que filmar mesmo em exterior. Contudo, apenas os grandes estúdios (como os Americanos ou os Britânicos, entre outros) têm conhecimento, capacidade e meios financeiros necessários para produzir cenas em estúdio cujos resultados sejam os pretendidos. No entanto, até mesmo os grandes filmes comerciais e as grandes produtoras, cujo principal objetivo é o lucro financeiro, recorrem ao exterior para filmar determinadas cenas. Veja-se por exemplo o “Senhor dos Anéis” de Peter Jackson, no segundo filme da Saga (“As duas Torres”, (2002)), Peter Jackson deparou-se com um grande contratempo, quando chegou ao local e o viu coberto de neve. Era um riacho onde a personagem *Gollum* teria de mergulhar para apanhar um peixe, só que estava congelado, assim como tudo o que envolvia estava repleto de neve. A solução que encontrou foi descongelar tudo. Isso é ótimo quando se tem uma grande produção e montes de dinheiro e tempo para o fazer. Para além de que os mesmos já trazem consigo todos os meios possíveis e imaginários para resolver qualquer tipo de imprevistos, o que me faz repetir uma vez mais que isso é ótimo quando se tem dinheiro.

No nosso caso, encontrávamo-nos completamente “às cegas”, pois nenhuma meteorologia era de fiar. De dia para dia mudavam as previsões do tempo, e de dia para dia tínhamos de alterar o plano de filmagens. Algo impensável numa grande produção. Os imprevistos têm de ser calculados ao mais infimo pormenor, o que normalmente é feito por um *manager* de produção, que não nos foi possível ter. Contudo, no que toca a meteorologia, tal como podemos verificar no subcapítulo sobre a Lei de Murphy, a única solução é tentar dar a volta e filmar com chuva (se for possível) ou simplesmente rezar. Tivemos de optar pela segunda, pois era impossível para nós filmarmos à chuva. Não tínhamos qualquer tipo de condições para fazê-lo. Para além de que a nossa equipa, embora fosse constituída ao todo por 15 elementos, 4 deles atores e uma maquilhadora, isso não é nada para fazer um filme desta envergadura. Estamos a falar de um filme de fantasia, filmado maioritariamente no exterior, de noite e muito longe do sítio onde habitamos. Choveu mais do que aquilo que tínhamos

previsto e verificado na semana anterior, uns minutos antes de partirmos. Apanhamos alertas vermelhos, rajadas de vento de 130 km por hora, chuvas torrenciais que alagaram o local de filmagens, deitaram árvores e rochas pelas estradas e viraram o foco que se encontrava a iluminar a Torre de Centum Cellas para o céu, um dos locais principais de filmagens. Conclusão, dos 9 dias de filmagens só filmamos durante 3 dias.

Outro dos problemas foram os imprevistos. Não me refiro a pequenos imprevistos, esses conseguimos contornar bem. Como por exemplo, quase todos os dias alguém se cortava ou lesionava, mas como já ia prevenida com um *kit* de primeiros socorros, houve sempre assistência nos momentos necessários. Outro dos exemplos, foi que houve algumas peças de guarda-roupa que se rasgaram, mas como levei um *kit* de costura a situação foi remediada. Neste caso fala-se de imprevistos a sério, que não se resolvem de um dia para o outro. Logicamente que a meteorologia foi um deles, mas outro dos mais graves foi o facto do gerador se ter avariado. O gerador era um elemento fulcral para a iluminação noturna em locais como a torre de Centum Cellas e a planície. A planície foi posta de lado, visto que iria ser filmada no Porto e como esteve a chover todas as noites e era de mais fácil acesso para toda a equipa, foi adiada. Acabando-se por filmar durante os 3 meses em dias diferentes e de dia, pois tivemos de adiar inúmeras vezes as filmagens, tanto por 3 geradores terem avariado, como por ter chovido em muitos dos dias, indisponibilidade por parte de algum membro fulcral da equipa e um abcesso que a atriz teve que acabou por nos retirar 2 semanas de filmagens em que esteve bom tempo. Relativamente a Centum Cellas, que era o local mais caro a nível de deslocação e com menos garantias de que a equipa se encontrava confortável naquelas situações, juntamente com o infortúnio do gerador ter avariado, tornou as filmagens na torre impossíveis nestas condições. Principalmente porque sem o gerador era impossível iluminar a torre, porque não possuíamos materiais nem meios para isso. O facto de ser uma pequena equipa, que não possui ninguém especializado na parte mecânica e elétrica do material, fez com que o processo se atrasasse e com que o problema não ficasse resolvido a tempo. Este é um problema recorrente nas pequenas produções, ou nas produções que têm poucos fundos, porque não se tem dinheiro para contratar toda a gente para os postos que realmente são necessários, sendo a equipa reduzida aos membros principais que desempenham outras funções que não correspondem às suas. Como por exemplo, para além dos cargos extra que desempenhei, já mencionados, executei trabalho de assistente e se calhar do próprio editor relativamente aos erros de continuidade na imagem, porque cada vez são mais os editores que se encarregam desta função durante as filmagens, devido à versatilidade deste processo, pois as anotações tornam-se mais pessoais e por vezes incompreensíveis ou não correspondentes ao processo de trabalho dos mesmos se forem feitas por outra pessoa que não eles. Algo que é bastante mau e um grande erro. Tal como Kathleen Kennedy diz, a produção é a fase em que o produtor se distancia e observa:

“Se vir que alguma coisa está a correr mal ou prestes a correr mal, o produtor é

aquele que tem de entrar e resolver. Tem de ter fortes habilidades com pessoas. Tem de descobrir como ser o perfeito diplomata. Se tem pessoas nos extremos opostos do espectro, normalmente não tem tempo de passar por horas de resolução de problemas. Tem de ser resolvido rápida e eficazmente”, continuando, “Uma vez que a fotografia principal começa, o produtor afasta-se e vê o caminho por onde o filme está a ir. Um filme é uma coisa orgânica, viva, que respira. Não é só definida pelo que está no papel, altera-se continuamente. O processo criativo continua durante e fora disso surgindo por vezes as melhores ideias. Mas precisa de ser alguém que mantém uma visão coesa, um foco na visão inteira, uma concentração em toda a imagem e não só nos elementos individuais” (Kathleen Kennedy citada em Linda Seger e Edward Jay Whetmore, 1994: 71).



Fig. 20- Torre de *Centum Cellas*¹¹⁴

A hierarquia de trabalho, na minha ótica, foi o que levantou mais problemas, devido à falta de informação e de conhecimento por parte dos restantes elementos da equipa sobre a função que cada um desempenha. O realizador tornou-se bastante inflexível durante as filmagens, não me informando de absolutamente nada, tendo falhas de comunicação com muitos dos elementos da equipa com quem tem de trabalhar diretamente e fazendo dívidas por fora da produção, incluindo dinheiro gasto no INATEL em comidas e bebidas, um dos nossos patrocinadores principais.

“Uma vez que estamos na fotografia principal entrego o testemunho ao realizador. O meu trabalho é protegê-lo dos vários elementos quando são tempestuosos, por vezes até mesmo dele próprio. Tudo o que peço em troca é ao menos ele ouvir as minhas críticas construtivas que em última análise ele pode usar ou descartar. Os produtores podem ter

¹¹⁴ <http://mariaelisabeteneves.blogspot.pt/2008/12/centum-celas.html>

uma influência criativa, mas os mesmos não empregam o realizador para o substituir nas questões criativas. Se não gosta do que ele está a fazer então não trabalhe com ele novamente” (Stephen Evans citado em Helen De Winter, 2006: 135).

A equipa estava separada, estando uma parte em Piódão (o realizador, assistente de realização, atores e maquilhadora) instalados no INATEL e os restantes elementos (equipa de produção, equipa de fotografia, equipa de som e editor) estavam instalados em Arganil. Fiquei responsável pela alimentação de todos, sendo que aqueles que estavam no INATEL levavam um caixote de comida todos os dias, algo que não justificava as dívidas que fizeram, principalmente sem consultar a produção e estando os caixotes com comida, alguma já estragada, quando os fomos buscar no último dia. Tendo a informação nesse mesmo dia (19 de janeiro) da dívida feita para com os nossos patrocinadores. Dívida essa que fui eu a pagar e como se não bastasse levaram também as chaves do INATEL com eles, que aos olhos deste patrocinador não ficou bem visto. Algo que nunca se deve fazer, mas que infelizmente não pude controlar ou evitar (Veja-se o subcapítulo sobre lidar com investidores).

Para além de que me pediam coisas que não estava relacionada com a área de Produção. Todas estas situações se desencadearam por causa da falta de tempo para pré-produção e da inexistência da fase de desenvolvimento. Pois tal como é referido no subcapítulo 2.4.3, sobre as principais funções do produtor, “A fase de desenvolvimento e a de pré-produção são as fases mais importantes para um produtor e por consequência para a produção.” Começamos mais tarde do que todos os outros grupos, o que levou a uma má preparação da nossa parte, principalmente o arranjar tudo sobre pressão, sem termos realmente tempo para refletir sobre todas as decisões tomadas e se seriam as mais viáveis ou não. O que conduziu também a este problema foi o facto de sermos um grupo de quatro pessoas a criar um filme de raiz em apenas um mês e meio. Todos nós fazíamos um pouco de cada função, provocando uma mistura de deveres e de autoridade. É bastante complicado estarmos a fazer um projeto Académico em que todos têm a mesma formação e estabelecer níveis de influência, autoridade e hierarquia. Só que ninguém teve uma formação virada para este tipo de questões e que os fizesse ter consciência de quem é que fica responsável pelo quê e até onde pode ir a sua influência criativa e gestão dos elementos de equipa. Quem tem mais autoridade e responsabilidade em que função. (Veja-se o subcapítulo 2.6, sobre a aprendizagem do produtor cinematográfico, que fala neste tipo de problemática). Existe uma mitificação de que o realizador é que manda, de que o filme é do realizador. O próprio realizador disse várias vezes “o meu” filme, “os meus” atores, quando este projeto não é feito por apenas uma pessoa, mas por um conjunto delas, como tanto tenho vindo a mencionar ao longo desta dissertação. Existe uma série de fatores e influências que fazem com que o filme não seja só dele, visto que foi a produção que escolheu a figurinista e a maquilhadora. Parte do cenário foi levado pela produção e escolhido em conjunto com o realizador, os figurinos dos atores secundários foram fornecidos pelo TNSJ, contacto esse feito e escolhido pela produção, o argumento foi reescrito e alterado juntamente com a produção, embora as alterações mais

importantes tenham sido ignoradas, a produção também escolheu e conseguiu os locais, etc, etc, etc. Todos estes pequenos fatores limitam a escolha do realizador e guiam-no face às opções que são possíveis de ter e o facto de ter sido a produção a escolher já incute um gosto pessoal e uma influência criativa por parte da mesma. A produção é quem dá as bases para a obra ser construída, dá os elementos ao realizador que este irá utilizar para construir um filme.¹¹⁵

Resumidamente, e para provar a importância de um produtor, através desta experiência. A calendarização não foi seguida, pois o tempo alterou-se completamente. A calendarização não foi refeita, pois após o gerador ter avariado na madrugada de dia 14 de janeiro, o realizador ficou obcecado em arranjá-lo, mesmo depois de eu lhe dizer para adiantarmos o que podíamos, que era a cena de Piódão. Foi inflexível e não seguiu as minhas indicações, perdendo-se parte dos dias de filmagem. Apenas filmamos dia 13, 16 e 17 de janeiro. Todos os outros dias foram desperdiçados, pois a equipa apenas seguiu as indicações do realizador, sem dar ouvidos tanto a mim que era produtora como à minha assistente de produção Maria João, tirando-me toda e qualquer autoridade que deveria ter. O desespero do realizador por não ver as filmagens a avançar levou-o a fazer viagens entre Piódão e Belmonte, mesmo depois de lhe dizer que não e que não ia e chegando até a ameaçar retirar-lhe material importante que estava à responsabilidade da produção, as reações obtidas foram indiferença, dizerem que era dispensável e fugir com a carrinha onde constava o material que eu disse que não poderiam usar. O desrespeito a estas ordens puseram a equipa em causa e em perigo, que atravessou o monte para Piódão com um alerta vermelho, com ventos a mais de 130 km/hora, pedras a cair pela estrada e cascatas de água, assim como levou a equipa a chegar com o material com que tinham fugido a Centum Cellas para descobrirem que o local estava alagado, o foco que iluminava o monumento estava apontado para o céu e que o vento era insuportável para a equipa, para além da perda de dinheiro que poderia ter sido utilizado para filmar noutro dia. Aquilo que estava planeado ser filmado e devido ao mau tempo não o foi. Isto mostra a falta de conhecimento sobre o que é que o produtor faz e mesmo sobre as funções que cada um deve desempenhar. Como por exemplo, quando disseram e puseram isso bem claro que era da produção a responsabilidade de verificar e preparar todo o material diariamente para as filmagens, quando isso compete aos elementos responsáveis de cada departamento. Só depois de o Co-Orientador Carlos Ruiz afirmar isso é que se acreditaram, pois até aí duvidaram da palavra de quem estava na produção e provaram a sua falta de conhecimento para com a função de produtor e para com a sua própria função. Houve um grande desrespeito por parte dos elementos da equipa face à produção e uma desvalorização do que a mesma representa, seguindo cegamente o realizador que tomou todas as decisões erradamente e que trouxe repercussões graves para o projeto, desde dívidas que fizeram com que a produção ficasse sem dinheiro para concluir as filmagens, à desistência de muitos

¹¹⁵ Vejam-se os subcapítulos 2.4.5; 2.4.5.1 e 2.4.6, que falam sobre a relação com o realizador e a influência criativa por parte do produtor cinematográfico.

elementos que tiveram de ser repostos e à perda de confiança de alguns patrocinadores. Algo que foi provocado pela falta de controlo da equipa logo desde o início por parte da produção, pois a mesma não pôde escolher a equipa principal com quem trabalhava. Algo que limita muito a qualidade de trabalho do produtor e a sua influência criativa, pois a partir da escolha da equipa principal o mesmo já está a moldar o filme e a escolher a sua estética e visão, assim como a personalidade daqueles que trabalham consigo. A personalidade é algo essencial nesta área, porque o choque de personalidades, os egos, a autoridade que todos querem ter, tem de ser controlável pelo produtor, porque se a partir do início existe choque em algum destes pontos, pode trazer consequências graves (Veja-se o subcapítulo sobre Egos). Neste caso, perdeu-se muito dinheiro desnecessariamente, que não foi recuperado e por isso tivemos de concluir o filme com menos recursos financeiros, e recorrer a mais apoios e a outros locais de filmagens como foi o caso do Museu Nacional Machado de Castro. É muito complicado fazer um filme em que logo à partida, antes mesmo de se começar, retiram a autoridade ao produtor, principalmente num contexto Académico em que não há forma de mudar isso, ou seja, não há maneira de se “despedir” ou “despedir os outros”, porque não existem elementos suficientes para fazer isso, caso contrário chumba-se, não se tem o filme feito e no caso da produção fica-se marcado por todos aqueles que forneceram patrocínio, o que em Portugal é bastante mau, porque são poucos aqueles que ainda apoiam o Cinema Português.

Tivemos de colocar dinheiro do nosso próprio bolso, principalmente para a deslocação e alimentação da equipa, embora para esta última tivéssemos conseguido patrocínios que facilitaram a situação, como foi o caso do Restaurante Piódão XXI, o Restaurante de Aveiro e a Cantina da Universidade de Coimbra. Teria de haver uma maior gestão do dinheiro, fazendo-o render e gastando apenas quando fosse realmente necessário, algo que se deveu à falta de experiência e à falta de elementos no departamento de produção. Um dos grandes conflitos que me foi apresentado foi a opção de desistir do projeto, pois não queria comprometer ainda mais o meu nome a nível profissional ao arranjar mais patrocínios, optando por continuar porque esta situação apresentou-se como sendo um grande desafio em que se conseguisse superar iria-me dar experiência e confiança como produtora, pois tal como menciono no subcapítulo sobre a aprendizagem dito pelo produtor Lawrence Turman “existem coisas que não podem ser ensinadas, como a determinação, focalização e vontade para aguentar a rejeição e para se levantar, sacudir a poeira e começar tudo de novo, conta mais para ser bem-sucedido, do que ser talentoso, ter gosto e imaginação. Tem de se querer realmente ver o projeto feito, de tal forma que agüente cair e levantar várias vezes sem conta.”

Algo deste género aconteceu com Francis Ford Coppola com o filme “Apocalypse Now” (1979), que ultrapassou significativamente o orçamento da Produção e tendo de atrasar a calendarização inicial das filmagens, que passou para 16 meses de gravações. Com isto, Francis Ford Coppola viu-se obrigado a investir todo o seu dinheiro de modo a ter o filme finalizado, e quase foi à falência com isso. O orçamento inicial era de 12 milhões de dólares passando para 30 milhões de dólares, dinheiro esse que foi dado por Francis Ford Coppola, o

produtor não arranhou mais dinheiro nenhum.

Contudo e acima de tudo, um dos meus maiores problemas foi estar a perder interesse pelo filme e pela estória aos poucos, algo que se verificou mesmo depois do filme estar fechado.

“O conselho de Robins para um produtor iniciante é esquecerem-se do mercado de trabalho, para confiar nos seus próprios instintos e testar a vontade de perseverar” - “A minha regra de ouro é ‘Será que consigo viver com isto durante 5 anos? Será que gosto suficientemente desta estória que consigo acordar todos os dias e ter pessoas a dizerem-me ‘Nah, desculpe, próximo’ e eu possa dizer ‘Continuo a adorá-la!’”. Tem de se ter uma atitude bastante positiva e acreditar que fará com que aconteça independentemente dos obstáculos atirados à sua frente” (Seger e Whetmore, 1994: 56).

Penso que o que me fez realmente continuar foi, tal como Michael Douglas diz, a vingança:

“O que me fez continuar foi o fator vingança. Isso é uma parte chave nos produtores. É como ‘um dia, um dia irei apanhá-lo. Vou ter um filme de êxito.’ Eu penso que vingança é uma muito boa emoção se conseguir direcioná-la. É saudável” (Michael Douglas citado em Tim Adler, 2004: 51).

É bastante complicado lidar com este tipo de situações, que são mais usuais do que aparentam, mesmo fora da situação Académica, mas que pouco se pode fazer relativamente à mesma quando o realizador está obcecado com determinada coisa ou situação e sendo inflexível ao ponto de a equipa ser obrigada a segui-lo caso queira ter projeto.

3.3- LIDAR COM OS DIFERENTES EGOS

Foi bastante complicado lidar com os diferentes Egos e personalidades, especialmente quando estavam a trabalhar por obrigação, eram inexperientes e principalmente por não respeitarem a hierarquia principal, sendo que a mentalidade dos mesmos, muitas vezes referidas é que ninguém tinha autoridade para dar ordens a ninguém, porque eramos colegas e tínhamos o mesmo tipo de formação. O que é um erro bastante grande, na minha opinião. A unidade curricular em questão está criada numa perspetiva de cinema de autor, em que o realizador é que manda, tendo sido automaticamente limitada e colocada numa função financeira e tendo de ocupar cargos excessivos devido à falta de elementos para executar um projeto de tamanha magnitude. Havia uma falta de preparação enorme por parte dos elementos da equipa, sendo que os próprios departamentos nem sabiam trabalhar com algum do material que lhes era apresentado, como foi o caso do gerador, nem se esforçava para aprender, testando apenas no local ou quando o tempo começava a apertar. Isso levou a inúmeros imprevistos e imensas falhas e mau funcionamento por parte do material. Para além

de que o facto de a curta-metragem ter sido filmada maioritariamente de noite, no exterior e em puro inverno também não ajudou, visto que o tempo era extremamente imprevisível e instável. O nosso orçamento não permitia dar a volta a esta situação, por isso, passamos muito tempo a marcar e a desmarcar filmagens, pois só era possível prever o tempo 3 dias antes do dia de rodagens e às vezes no dia anterior e a disponibilidade reduzida dos elementos não ajudou em nada. As personalidades eram bastante distintas, para além de que tudo de mal que acontecia, a culpa recaía sobre o produtor. Já tinha noção de que o produtor era sempre o principal responsável e o mais facilmente acusável neste tipo de situações, mas tornava-se impossível lidar com tanto desrespeito. Foi um projeto muito complicado, do qual pensei desistir muitas e muitas vezes, pelo desrespeito, pela falta de trabalho e desmarcação de trabalho, pela falta de interesse por parte de muitos dos outros membros e pela falta de conhecimento nas próprias áreas e nas áreas com que lidavam diretamente, pois tal como refiro no subcapítulo sobre Argumento é necessário estar-se apaixonado por aquilo que se faz e tem de se ter uma equipa que partilhe da mesma visão.

“Um dos erros que muitas pessoas cometem na indústria cinematográfica hoje em dia é a forma como enganam o seu caminho para as coisas sem conhecimento real. Logo desde o início eu sempre fiz questões, ou diria, “Eu não percebo realmente isto...” eu era incrivelmente inquiridor em todas as áreas acerca de como este estranho e muito desestruturado negócio funciona” (Tim Bevan citado em Helen De Winter, 2006: 89).

Uma das situações mais desagradáveis foi termos apanhado um tempo terrível na semana de rodagens que teve de ser agendada 3 meses antes da fase de produção, mesmo sabendo da instabilidade do tempo. Na semana anterior a filmarmos, a meteorologia mudou 3 vezes, dando apenas 3 dias de chuvas, acabamos por só ter 2 dias sem chuva e apanhamos um alerta vermelho no meio da semana e após ter insistido em virmos embora e pouparamos dinheiro, marcando para outra altura as rodagens, tendo a minha assistente ameaçado que se vinha embora. Os mesmos nem se importaram, não quiseram ouvir nada do que dissemos, começaram a fugir com o material e ultrapassaram significativamente o orçamento, quando eu os avisei várias vezes disso. O problema desta situação deveu-se a que toda a gente seguiu o realizador e a sua obsessão por concluir as filmagens, insinuando várias vezes que se não filmássemos todas as cenas (interior e exterior) da torre em Belmonte não assinará por baixo. Mesmo depois de toda a gente lhe ter sugerido filmar as cenas de interior noutra local, pois as cenas de exterior já estavam concluídas e com a ventania e chuva existentes era impossível filmar lá enquanto fosse inverno. O realizador foi extremamente intransigente com as opções dadas, não ouviu ninguém nem aceitou sugestões, e no final acabamos por filmar o interior noutra local (Veja-se o subcapítulo 2.4.5 e 2.4.5.1). A diferença é que gastamos imenso dinheiro, quando o poderíamos ter poupado e agravamos a desmotivação de toda a gente. Nesse aspeto concordo com a visão de Richard Zanuck em que diz:

“Eu nunca convenço ninguém de nada. Não há nada que possa fazer como produtor para obter o acontecimento da visão coletiva. Tem de encontrar outras pessoas que tenham a mesma reação entusiasta ao material” (Richard Zanuck citado em Linda Seger e Edward Jay Whetmore, 1994: 62).

Como produtor é muito complicado lidar com tantas pessoas quando algo está a correr mal. Na minha opinião, acho que nunca se deve ir contra o método próprio de trabalho e contra a própria personalidade, principalmente quando algo, obviamente está a correr mal e não se é honesto com aqueles com quem se está a trabalhar. Dever-se-ia expor o que está a correr mal, o porquê e como dar a volta a isso, algo que não foi feito por falta de comunicação entre a equipa e falta de sinceridade entre todos sobre aquilo que pensavam (Veja-se o subcapítulo 2.6). Acima de tudo temos de ser fiéis a nós mesmos, e nunca mentirmos, a não ser que seja mesmo necessário e como forma de proteger o projeto ou alguém que merece proteção, mas isto aplica-se a quem está de fora e não a quem está dentro da equipa. Deve-se expor a situação e animar aqueles que estão em baixo, dando críticas construtivas do que estão a fazer mal e apontando aquilo que estão a fazer bem, contudo, essa forma de agir depende muito do tipo de pessoa com quem se lida. Há pessoas que ao mínimo elogio já acham que fizeram muito e por isso não querem esforçar-se mais do que isso, e por vezes ainda acabam por fazer menos. Tem de se saber distinguir muito bem essas situações, analisá-las bem e agir consoante aquilo em que acreditamos (Veja-se o subcapítulo sobre o Ego). Embora, num meio académico torna-se quase impossível lidar com as pessoas que pensam que não se tem autoridade para lhes pedir ou mandar fazer algo, ou acharem que não somos dignos ou não temos capacidade para os criticar e apontar o que estão a fazer de mal, porque na sua ótica nós sabemos tanto quanto eles, por isso quem somos nós para dizer que o que eles fizeram está mal feito? Tem de haver uma noção de quem são os cabecilhas, os chefes do projeto, e não apenas quando as coisas estão a correr mal lembrarem-se disso e culparem quem desempenha esse cargo, quando muitas das vezes o que está a acontecer de mal deve-se ao facto de até aí eles não se terem lembrado disso nem respeitado quem hierarquicamente está acima deles.

3.4- INFLUÊNCIA CRIATIVA DO PRODUTOR NAS DIFERENTES FASES DO PROJETO

Como disse, todo o processo de desenvolvimento foi retirado. A produção não selecionou a estória, nem participou diretamente na execução do argumento, sendo que muitas das opiniões dadas foram rejeitadas. Assim como pormenores que não faziam sentido, não foram alterados nem na última versão do argumento, apenas foram alterados no período de filmagens, o que pessoalmente considero ser uma grande falha. Como é o caso de, por exemplo, as duas personagens principais (Ignis e Argentum) não se poderem tocar pois

Argentum era uma projeção, contudo no argumento constava que Argentum pegava num globo de madeira. Mesmo na fase de pós-produção (edição) pormenores como ter de encurtar a curta-metragem, porque o maior intuito era entrar em festivais e esta estava com cerca de 22 minutos, o que se torna muito complicada a sua admissão, ou outro dos exemplos, como tem de se retirar um determinado plano porque se vê nitidamente a camisola interior do ator, etc, etc. Foram completamente ignorados, porque o realizador estava inteiramente preocupado com a sua visão, que não foi totalmente transmitida nem concretizada, pois este é um trabalho de equipa e quer se queira quer não, vão haver sempre pormenores, detalhes, falhas que são transmitidas e impressas na área em que cada um está a trabalhar e que acabam por corresponder a uma visão coletiva e ao método de trabalho de cada um. A minha influência criativa é notada especialmente nos locais selecionados, e nos elementos que selecionei, como a figurinista, o cabeleireiro, a direção artística, a maquilhadora. Os elementos que são mostrados no ecrã, (e não como são mostrados), fazem parte da minha influência criativa. Assim como a equipa de som contratada e especialmente a música utilizada que foi escolhida juntamente com o diretor de som e caso eu não conseguisse os direitos da mesma ela nunca seria utilizada. Todo o design foi igualmente controlado por mim e mesmo no que toca ao casting dos atores também estive envolvida e tive bastante influência, com a exceção do ator secundário, que não era de todo minha opção, para além de que tenho a noção que os atores foram muito mal dirigidos, pois conheço o trabalho de alguns deles por fora e o desempenho deles no projeto não corresponde ao potencial que eles têm (Veja-se o subcapítulo 2.4.6 e 2.4.4). Contudo, penso que o maior grau de criatividade e influência que eu investi na curta-metragem foi aplicado na resolução de imprevistos e especialmente em rentabilizar o dinheiro. Nós apenas tínhamos aproximadamente 2.800 euros de financiamento. Dinheiro esse que foi desperdiçado na primeira semana de produção que correu mal, como já foi mencionado, sendo a maioria do dinheiro gasto em combustível devido ao desespero do realizador de andar a conduzir de um lado para o outro mesmo sabendo que iria estar a chover. Tivemos de meter cerca de 3.500 euros do nosso bolso, porque na altura em que nos encontrávamos foi impossível arranjar financiamento, pois tínhamos de filmar de um dia para o outro e eu era a única produtora, logo ou estava no local a corrigir problemas ou estava no escritório a tentar arranjar mais dinheiro. Sendo que no final arrecadei um balanceamento de cerca de 84.000 euros em patrocínios (diria que mais se fossemos a contar com o pagamento dos direitos de intérprete da música, especialmente por ter sido interpretada por duas orquestras) e lembro que estamos numa época de crise em que ninguém dá dinheiro. A verdade é que esta curta-metragem iria custar esse dinheiro se tivéssemos de pagar tudo do nosso bolso com a quantidade de imprevistos que existiram, tendo conseguido todas as condições necessárias através de patrocínios em género. Algo que quer nos dessem o valor em género ou em dinheiro iria dar ao mesmo, pois seria isso que iríamos gastar. Tendo sido esse o maior desafio enfrentado (Veja-se o subcapítulo 2.4.2).

3.5- RECONHECIMENTO ARTÍSTICO DO PRODUTOR

No que diz respeito ao reconhecimento artístico por parte da equipa principal, tenho total noção que não o tive, apenas por parte de alguns membros que não puderam acompanhar o projeto na totalidade, mas que tinham a noção da quantidade de problemas de produção que surgiram por trás, a dificuldade de arranjar alguns patrocínios e o dinheiro que isso implica. Como foi o caso da minha assistente de produção que apenas me acompanhou durante a primeira semana da fase de produção, mas que durante esse tempo trabalhou de perto comigo e foi acompanhando à distância o projeto. O meu trabalho foi igualmente reconhecido por parte de quem viu o projeto concluído (na primeira mostra na Universidade Católica do Porto, dia 24 de abril) que tinham alguns conhecimentos sobre a área e o trabalho que implicava. Fui bastante reconhecida, mas tenho noção que isso aconteceu, pois sabiam das limitações que o meu trabalho possuiu, de não ter escolhido sequer a equipa, pois alguns deles já tinham passado por situações semelhantes. Algo que foi bastante gratificante, mas penso que não teria esse reconhecimento e respeito se fosse exibida noutra local e visto por pessoas realmente conhecedoras devido às falhas que o projeto tem e por eles não terem noção das dificuldades que passamos, pois para eles seria visto como qualquer filme independente, que apesar de falhas de condições não se admitem falhas técnicas. Aliás, as mesmas nem teriam notado a minha presença, no projeto, veja-se por exemplo o que dizia Simon Channing-Williams, “fiquei tão frustrado em Cannes quando *Topsy Turvy* foi exibido porque o *Sound Recordist* e a designer de maquilhagem- e eu não estou a dizer nada de negativo sobre essas pessoas porque eles, e toda a gente, fizeram um trabalho fantástico- mas eles foram todos creditados na brochura oficial. E quem produziu? Thin Man Films e CiBy 2000. Não fui mencionado de todo.” (no subcapítulo 2.5).

4- Conclusão

Aquilo que podemos concluir com esta investigação é que na realidade o produtor é um criativo. A evolução histórica do estado do cinema levou ao esquecimento por parte do público de quem é o produtor e do que faz, mas não foi esquecido por parte dos produtores. O seu legado foi assim passado e a sua forma de trabalho também, tendo evoluído juntamente com as tecnologias, mas tendo-se mantido igualmente criativo. A sua existência ao longo da história passou por períodos de glórias e de marginalização, acabando por mergulhar no esquecimento e mantê-lo por detrás da tela, enquanto todos os outros cada vez mais se revelavam e delineavam cada *frame* mostrado em ecrã. Embora não se saiba ao certo quando surgiu o primeiro produtor e sendo levantada uma teoria durante o subcapítulo 2.1.1.1, sabe-se que o produtor passou por eras em que o realizador era apenas quem dirigia os atores e o seu nome era mais proeminente do que muitas das vezes o nome dos próprios estúdios. Contudo, isso foi-lhe retirado após o surgimento do cinema de autor, que com ele trouxe a solidificação da imagem do realizador como sendo o autor do filme, o principal talento e criativo, apesar dos apelos que surgiram nos anos 80 para reconsiderarem o posicionamento do produtor. No subcapítulo sobre a tecnologia concluímos que, apesar da evolução histórica ter sido um pouco ingrata para com os produtores, embora atualmente as suas funções comecem aos poucos a ser reconhecidas, especialmente a do produtor criativo, especialmente nos Estados Unidos, a nível tecnológico a evolução que o cinema sofreu e tem vindo a sofrer só veio ajudar os produtores, especialmente os mais criativos. Os avanços tecnológicos têm ajudado o produtor a levar as suas ideias ainda mais longe, quebrando cada vez mais as limitações que possam existir a nível criativo e imaginativo. Aquilo que não se pode criar fisicamente tem sido resolvido digitalmente de forma a atingir o resultado pretendido.

Relativamente ao conceito da criatividade chegou-se à conclusão que a criatividade é algo inato. Toda a gente é criativa individualmente, o que não quer dizer que seja socialmente. A criatividade social é um tipo de criatividade que para se ser atingida tem de se abandonar o familiar e atingir um patamar desconhecido. Para se atingir esse patamar desconhecido tem de se ter total controlo do que nos é familiar, dominar ao máximo os materiais com que se trabalha de forma a se conseguir criar uma nova estilística. Quanto mais conhecimento se tem, mais próximo se chega ao patamar do desconhecido e isso é possível de se atingir em qualquer área artística ou científica, o que significa que o produtor tal como qualquer outro membro criativo ou criador da área pode atingir o desconhecido, tal como podemos verificar ao longo do subcapítulo 2.2 e das suas subdivisões. O explorar do desconhecido e a criatividade em bruto que se possui quando se é criança, muitas das vezes desvanece da consciência dos adultos. Os mesmos desaprendem a ser criativos a partir do momento em que começam a aperceber-se e a cumprir as regras sociais que lhes são impostas, tendo de quebrar essas regras para conseguir entrar no lado desconhecido da área que está inserido. Daí muitas

das obras de arte que ultrapassam essa barreira provocam uma sensação de desconforto ou de choque a quem a vê, porque é algo com que o público não está familiarizado, como podemos ver no subcapítulo 2.7.1.. Contudo, no caso do produtor, a forma que tem de atingir o desconhecido passa não só por ele, mas por um grupo de pessoas. Como é que ele faz isso? Através de uma ideia ou estória inovadora e da seleção e conjugação dos diversos talentos que postos num todo com o intuito de dar forma a essa ideia irá dar origem a algo inovador. Uma nova forma de local ou de o representar nunca antes vista, por exemplo, ou seja, através da seleção daquilo que vai aparecer no ecrã que seja inesperada, que mexa com o público. Isto falando relativamente aquilo que se vê no ecrã. Daquilo que não é mostrado no ecrã, parte muito da forma como se relaciona com as pessoas, como arranja patrocínios, como faz a distribuição, tudo isso pode ser socialmente reconhecido, embora neste caso, dentro do meio. Respeitando sempre as suas funções quando possível, sem incluir a de outros membros do departamento de produção. Quanto mais fiel se mantiver à sua forma de trabalho, mais facilmente será reconhecido, pois mais facilmente se consegue detetar aquilo que realmente faz. Algo de que o projeto final me fez aperceber (Veja-se o subcapítulo 3 e os esquemas em anexo) foi que a hierarquização e a distinção do que cada um faz e a restrição de cada um à sua função é extremamente importante, não só a nível criativo como interpessoal. Ajuda ao equilíbrio e orientação da equipa, melhora o seu desempenho. É extremamente importante o bom relacionamento com o realizador e o contacto com todos os elementos da equipa. Controlar todos os pormenores e ter a equipa o mais bem preparada possível. É muito importante que as pessoas se apercebam que o realizador pode ser um dos criadores, mas o produtor é um dos criativos e como tal, o seu trabalho é facilmente detetável no ecrã.

Bibliografia

Artigos:

MACPHERSON, Robin- *Producing Creative Producers*. Film Education: Traditions and Innovations [em linha]. 2:2 (2009) 1-5 [Consult. 02 Out. 2012].

PARDO, Alejandro- *La Creatividad en la Producción Cinematográfica*. Comunicación y Sociedad [em linha]. 2:2 (2000) 227-249 [Consult. 04 Out. 2012], Vol XIII, Núm. 2.

PARDO, Alejandro- *The Film Producer as a Creative Force*. Wide Screen [em linha]. 2:2 (2010) 1-23 [Consult. 20 Set. 2012] Disponível em: WWW<URL: widescreenjournal.org>.

Informação da internet:

CLARK, Caleb- *The Production Assistant's Pocket Handbook* [em linha]. New York: [s.n], 2008 [Consult. 23 de Jan 2013]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.noendpress.com/>>.

Creative SkillSet [em linha]. Londres: Focus Point, 2013 [Consult. 9 de Outub. 2012]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.creativeskillset.org/>>.

NAIMAN, Linda- *Creativity at Work* [em linha]. Canada: Vancouver BC, 2011 [Consult. 23 de Set.2012]. Disponível em WWW:<URL:<http://www.creativityatwork.com/>>.

PACT- Producers Alliance for Film & Television [em linha]. London: Netxtra, 2012. [Consult. 9 Out. 2012]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pact.co.uk/about-us/>>.

Producers Guild of America [em linha]. Los Angeles: [s.n.], 2012. [Consult. 9 Out. 2012]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.producersguild.org/>>.

Producer Job Profile- Film [em linha]. England: [s.n.], 2011. [Consult. 3 Out. 2012]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.creativeskillset.org/>>.

The Production Guild [em linha]. Buckinghamshire: [s.n.], 2010. [Consult. 9 Out. 2012]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.productionguild.com/>>.

Internet Encyclopedia of Philosophy [em linha]. Australia: University of Western Australia, 2005. [Consult. 18 Out. 2012] Disponível em WWW:<URL: <http://www.iep.utm.edu/aestheti/>>.

NICHOLSON, A- *Space Odissey* [Electronic Version]. 2009, [Consult 17 de Nov 2012] New York: *Cineuropa*. Retrieved, Disponível em WWW:<URL: http://boxoffice.com/featured_stories/2009/11/space-odyssey.php>.

Livros:

ABEL, Richard- *The Ciné Goes to Town: French Cinema 1896- 1914*, Berkeley: University of California Press, 1993.

- ADLER, Tim- *The Producers: Money, Movies and Who Really Calls the Shots*, New York: Methuen Drama, 2004.
- ADORNO, Theodor W.- *Aesthetic Theory*, New York: Continuum International Publishing Group Ltd, 2004.
- ANSEN, D. e MCALEVEY, P. – *The Producer is King Again*, Newsweek, 84-90, 1985, maio 20.
- ARISTOTLE- *Poetics*, Pennsylvania: Pennsylvania State University, 2000.
- BAKKER, G. - *Entertainment industrialised: the emergence of the international film industry, 1890-1940*. New York: Cambridge University Press, 2008.
- BERGER, John- *Ways of Seeing*, London: British Broadcasting Corporation and Penguin Books, 1972.
- BILLARD, Pierre- *L'âge classique du cinema français: Du cinéma parlant à la Nouvelle Vague*, Paris: Flammarion, 1995.
- BORDWELL David e THOMPSON Kristin- *Film Art: An Introduction*, 8ª ed., New York: McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages, 2008.
- CAMPBELL, D.- *Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes*, Psychological Review, 1960.
- CONES, John- *Film Finance and Distribution: A Dictionary of Terms*, Los Angeles: Silman-James Press, 1992.
- CONNELLY, Michael- *How to make a movie with a very, very low budget*, Los Angeles: Uniconn Productions, 2005.
- CRETON, Laurent- *Economic du Cinéma, Perspectives Stratégiques*, Paris: Nathan, 1994.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly- *Creativity, flow and the psychology of discovery and invention*, New York: Harper Collins Publishers Inc, 1996.
- DADEK, W.- *Economía cinematográfica*, Madrid: Rialp, 1962.
- DALE, Martin- *Europa, Europa: Developing the European Film Industry*, Paris: Académie Carat & Media Business School, 1991.
- DALE, Martin- *Esperando al ave fénix: El reto de una industria cinematográfica Europea*, Bilbao: Servicio de Estudios del BBV, 1994.
- DALE, Martin- *The Movie Game: The Film Business in Britain, Europe and America*, London: Cassel, 1997.
- DANCYGER, Ken- *The Technique of Film and Video Editing, Fourth Edition: History, Theory and Practice*, Oxford: Focal Press, 2006.

DAVIS, R. L. – *The Glamour Factory: Inside Hollywood's Big Studio System*, Dallas: Southern Methodist University Press, 1993.

DENNETT, Daniel- *Darwin's Dangerous Idea: Evolution and the Meanings of Life*, New York: Simon & Schuster, 1995.

DIRKS, Tim- *The History of Film The 1930s The Talkies, the Growth of the Studios, and 'The Golden Age of Hollywood'* <http://www.filmsite.org/30sintro2.html> Copyright 2013 AMC Network Entertainment LLC. All rights reserved.

DRAIG, D. -*Behind the Screen: The American Museum of the Moving Image Guide to Who does What in Motion Pictures and Television*, New York: Abbeville Press, 1988.

DRAZIN, C. - *Korda: Britain's Only Movie Mogul*, London: Sidgwick & Jackson, 2002.

ELSAESSER, Thomas- *European Cinema Face to Face with Hollywood*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2005.

EPSTEIN, R.- *Cognition, creativity, and behavior: Selected essays*. Westport, CT: Praeger, 1996.

Encyclopedia of Creativity, Volume 1, London: Academic Press, 1999.

FERNADÉZ Diez e MARTÍNEZ José- *La dirección de producción para cine y television*, Barcelona: Paidós, 1994.

FIGGIS, M. - *Digital Filmmaking*, London: Faber & Faber, 2007.

FINNEY, Angus- *The International Film Business: A Market Guide Beyond Hollywood*, New York: Routledge, 2010.

FINNEY, Angus- *The State of European Cinema: A New Dose of Reality*, Londres: Cassel, 1996.

FIRSTENBERG, J.- *The Producer: The Person With The Dream*, New York: American Film, 1987.

MÁRQUEZ, García- *Cómo se cuenta un cuento. Taller de Guión de Gabriel García Márquez*, Santafé de Bogotá: Editorial Voluntad, 1995.

GARDNER, Howard- *Creating minds: an anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham and Gandhi*, New York: Basic Books, 1993a.

GINAMARIE Scott, LYLE E. Leritz, e MUMFORD D. Michael- *Creativity Research Journal*, Vol. 16, No. 4, 361–388, 2004.

HAYWARD, Philip- *Culture, Technology & Creativity: In the Late Twentieth Century*, London: John Libbey, 1994.

HANSON, S. e HANSON, P.- *The Coca-Cola Kid*. New York: Stills, 1986.

HIGSON, Andrew e MALTBY, Richard- “*Film Europe*” and “*Film America: An Introduction*”. “*Film Europe*” and *Film America*”: *Cinema, Commerce and Cultural Exchange 1920-1939*, Exeter: University of Exeter Press, 1999.

HIGGINS, James; LAND, George e JARMAN, Beth- *Sources: Escape from the Maze: Increasing Individual and Group Creativity, Breaking Point and Beyond*, San Francisco: HarperBusiness, 1993.

HOTHERSALL, David - *History of Psychology*, New York: McGraw-Hill, 4th ed., 2004.

HOUGHTON, B. - *What a Producers Does: The Art of Moviemaking, Not the Business*, Los Angeles: Silman-James Press, 1991.

IORDANOVA, Dina- *East Europe’s Cinema Industries Since 1989: Financing Structure and Studios*’, *Javnost/ The Public* 6, no. 2, 1999a.

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

KATZ, E. - *The Film Encyclopedia*, New York: G.P. Putnam’s Sons, 1979.

KING, G. – *New Hollywood Cinema: An Introduction*, New York: Columbia University Press, 2002.

KUL-WANT, Christopher & PIERO- *Aesthetics: A Graphic Guide*, London: Icon Books Ltd, 2010.

LANE, R. - *The Magician*, New York: Forbes, 1996.

LASKY, J. L. - *The producer makes a plan*. In N. Naumburg (Ed.), *We Make The Movies*, New York: W.W. Norton & Company, 1937.

LEROY, M. - *It Takes More Than Talent*, New York: Alfred A. Knopf, 1953.

LEWIS, David- *The Creative Producer*, London: The Scarecrow Press, 1993.

LIGHT, Eve- *The Complete Film Production Handbook*, New York: Focal Press, 3 ed, 1997

LINSON, A. - *A Pound of Flesh. Producing movies in Hollywood: Perilous tales form the trenches*. New York: Avon Books, 1993.

LONGWELL, T. - *Dollars and Sense*. New York: American Cinematographer, 2007.

MAY, Rollo- *The Courage to Create*, New York: Bantam Books, 1980.

MANN, D. – *Hollywood Independents: The postwar talent takeover*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008.

MCBRIDE, Joseph- *Filmmakers on Filmmaking: The American Film Institute Seminars on Motion Pictures and Television*, Volume 1, New York: J.P. Tarcher, 1983.

MCBRIDE, Joseph- *Filmmakers on Filmmaking: The American Film Institute Seminars on Motion Pictures and Television*, Volume 2, New York: J.P. Tarcher, 1983.

MEAUX, SAINT MARC- Françoise- *Euro Post Sector Effects Change*, France: Screen Internacional, 1999

MILLER, Arthur I. - *Insights of Genius: Imagery and Creativity in Science and Art*, New York: Copernicus, 2000.

MÖRTZSCH, F. -*La industria y el cine*, Madrid: Rialp, 1964.

MOBLEY. Louis- *Beyond IBM*, Boston: Focal Press, 1999.

OHANIAN, T. A., & PHILIPS, M. E. - *Digital filmmaking: the changing art and craft of making motion pictures*, Boston: Focal Press, 1996.

PALADE, George- *Intracellular aspects of the processo of protein secretion*, (Nobel Lecture), 1975.

PANOFSKY, E.- *Style and Medium in the Motion Pictures*. In *Critique 1.3.*, 1947.

PFENNINGER, Karl H. & SHUBIK, Valerie, R. - *The Origins of Creativity*, London: Oxford University Press, 2001.

PHAM, A. – “*Jeremy Thomas, Producer: ‘We’re coming to a golden age for independent filmmakin’*” [Electronic Version]. Cineuropa, 2006.

PLATO- *Republic. Books I, II, IV and "The Myth of the Cave: From Book VII."* *Morality and the Good Life: An Introduction to Ethics through the Classical Sources*, 5th ed. Eds. Robert C. Solomon, Clancy W. Martin, and Wayne Vaught. Trans. G.M.A. Grube. Boston: McGraw-Hill, 2009.

POINCARÉ, H. - *Value of Science*, translated by F. Maitland (originally published by Flammarion in 1905), New York: Dover, 1958.

POINCARÉ, H. - *Science and Method*, translated by F. Maitland (originally published by Flammarion in 1908), New York: Dover.

PRIGGÉ, S. E. - *Movie moguls speak: interviews with top film producers*, Jefferson: McFarland, 2004.

PUTTMAN, D. -*The Producer*. In J. Squire (Ed.), *The Movie Business Book* (2nd ed., pp. 33-43), New York: Fireside, 1992.

QUESADA Jacoste e GABRIEL José- *El Productor Cinematografico*, Madrid: Editorial Síntesis, 1996.

SADOUL, Georges- *Le Cinéma français*, Paris: Microcosme, 1962.

SCHATZ, T. - *Old Hollywood/New Hollywood: ritual, art, and industry*, Ann Arbor,

Michigan: UMI Research Press, 1983.

SCHREIBMAN, Myrl - *Indie Producer's Handbook: Creative Producing from A to Z*, New York: Lone Eagle, 2001.

SCOTT, Allen- *On Hollywood: The Place, the Industry*, Princeton: Princeton University Press, 2000.

SEGER, Linda & WHETMORE, Edward- *From Script to Screen: The Collaborative Art of Filmmaking*, New York: Henry Holt & Company, 1994.

SELZNICK, D. - “*The Functions of the Producer and the Making of Feature Films*”. In R. Behlme (Ed.), *Memo from David O. Selznick*, Los Angeles: Samuel French, 1988.

SERGI, Gianluca e LOVELL, Alan- *Making Films in Contemporary Hollywood*, New York: Bloomsbury USA, 2005.

STAIGER, J.- *Part II: 1896-1930 e Part IV:1930-1960*. In D. Bordwell, J. Staiger & K. Thompson (Eds.), *The Classical Hollywood Cinema: Films Style and Mode of Production to 1960*, New York: Columbia University Press, 1985.

STERNBERG, Robert J. - *Handbook of Creativity*, Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

THOMAS, B. - *Thalberg: Life and Legend*, New York: Doubleday, 1969.

THOMPSON, Kristin- *Exporting Entertainment: America in the World Film Market, 1907-1934*, London: BFI, 1985.

THOMSON, David- *The Missing Auteur*. New York: Film Comment, 1982.

TURMAN, Lawrence- *So you want to be a Producer*, New York: Three Rivers Press, 2005.

VICKERY, G., e HAWKINS, R. - *Remaking the Movies: Digital Content and the Revolution of the Film and Video Industries*, Paris: OECD Publishing, 2008.

VINCENDEAU, Ginette. - *Encyclopedia of European Cinema*, London: BFI, 1995.

WALD, J.- *The Producer*, In C. R. Jones (Ed.), *Your Career in Motion Pictures, Radio and Television*, New York: Sheridan House, 1949.

WEISBERG, Robert - *Creativity: Beyond the Myth of Genius*, New York: W H Freeman & Co, 1993.

WINTER, Helen De- “*...What I Really Want to Do is Produce*”, London: Faber and Faber, 2006.

Livros Portugeses:

RIBEIRO, Félix.- *O Cinema Português antes do Sonoro, Esboço Histórico*, Ensaios de Cinema nº1, ed. Círculo Universitário de Cinema de Luanda, Luanda, 1968.

ALMEIDA, M.- *Resumo da História do Cinema*, RTP Centro de Formação, Lisboa, 1982.

FERREIRA, António- *O Cinema Chegou a Portugal*, - Palestra Baseada no Livro *A Fotografia Animada em Portugal 1894-1895-1896-1897 - 1896*.

FERREIRA, António- *A Fotografia Animada em Portugal, 1894-1896-1897*, ed. Cinemateca Portuguesa, Lisboa, 1986.

NOBRE, Roberto- *Singularidades do Cinema Português*, Portugália Editora, Lisboa, 1964.

PINA, Luís de- *História do Cinema Português*, Coleção Saber nº190, Publicações Europa-América, Lisboa, 1986.

PINA, Luís de- *Aventura do Cinema Português*, ed. Vega, Lisboa, 1977.

PINA, Luís de- *Documentarismo Português*, Instituto Português de Cinema, 1977.

PINA, Luís de- *Panorama do Cinema Português*, Terra Livre, Lisboa, 1978.

BANDEIRA, José Gomes- *Porto: 100 anos de cinema português*, Câmara Municipal do Porto, Porto, 1996.

ANTUNES, João e MATOS-CRUZ, José de- *Cinema Português 1896-1998*, Lusomundo, Lisboa, 1997.

DUARTE, Fernando- *Primitivos do Cinema Português*, ed. Cinecultura, Lisboa, 1960.

Filmes, *Figuras e Factos do Cinema Português (1896-1949)*, ed. da Cinemateca Portuguesa, Lisboa, 1983.

Apêndice

1-0 Aparecimento do Produtor Cinematográfico Português

No caso de Portugal acontece algo semelhante à análise mundial realizada. Não se sabe ao certo quem foi o primeiro produtor ou produtora (companhia de produção cinematográfica) devido à escassez de informação e de pesquisas feitas até agora sobre o assunto. Existem várias teorias, sendo aquela que me parece ser a mais viável e próxima da verdade a que irei apresentar, mas tal como disse, a escassez de precisão de informação e tendo várias fontes com informações bastante distintas umas das outras não nos deixa ter certeza da veracidade da mesma.

Contudo, a partir das informações dadas por Félix Ribeiro com “O Cinema Português antes do Sonoro”, M. Faria de Almeida com “Resumo da História do Cinema” (RTP Centro de Formação), António J. Ferreira com “A Fotografia Animada em Portugal” e com “O Cinema chegou a Portugal”, Roberto Nobre com “Singularidades do Cinema Português”, Luís de Pina com “História do Cinema Português”, “Aventura do Cinema Português”, “Documentarismo do Cinema Português”, “Panorama do Cinema Português”, José Gomes Bandeira com “Porto: 100 anos de cinema português”, João Antunes e José de Matos-Cruz com “Cinema Português 1896-1998” e por fim Fernando Duarte com “Primitivos do Cinema Português”, podemos chegar a um consenso e a um complementar de informações.

O que podemos retirar dos pontos que têm em comum ou nos pontos de atrito, é que o primeiro contacto que os portugueses tiveram com uma produção cinematográfica remete ao momento histórico em que Edwin Rousby chega a Lisboa para apresentar o seu programa no Real Colyseu da Rua da Palma em Lisboa e conhece Manuel Maria da Costa Veiga¹¹⁶. Entusiasmado com a experiência, Costa Veiga inicia a sua actividade como exibidor, quando adquire um projectoscópio de Edison nesse mesmo ano e começa a exhibir filmes em salas lisboetas. Três anos depois obtém uma máquina de filmar e concretiza o seu primeiro filme,

"Aspectos da Praia de Cascais" por volta de 1899 ou 1900, com imagens do rei D. Carlos a banhar-se em Cascais. Costa Veiga passa a registar em película visitas oficiais e outros importantes acontecimentos políticos do país. Segundo os mesmos a primeira produtora portuguesa foi fundada por Costa Veiga à qual atribuiu o nome de *Portugal Film*, com sede em Algés, perto da sua residência. Existe um Jornal da época denominado o “Cinéfilo” que possui uma entrevista a Costa Veiga, em que o mesmo diz que foi o fundador da “Portugal Film”, suportando e reforçando a defesa e veracidade desta teoria e da existência desta produtora, embora não exista qualquer menção à altura em que foi fundada. Havendo uma grande escassez de informação sobre a mesma e embora exista informação que comprove a

¹¹⁶ Manuel Maria da Costa Veiga, na altura era um fotógrafo versado em electricidade e mecânica, que o ajudou a preparar a sessão.

sua existência, não existe informação suficiente que apoie e que mencione se quer a altura em que surgiu. Contudo não se confunda Manuel Maria da Costa com o primeiro a fazer cinema em Portugal, embora o mesmo diga numa outra entrevista feita pelo “Jornal dos Cinemas” que o primeiro filme feito em Portugal foi dele. O que comprova a fragilidade dos conteúdos informativos, por mais verosímeis que pareçam.¹¹⁷



Fig.3- “Saída do Pessoal da Fábrica Confiança”, (1896)¹¹⁸

Há quem defenda que a primeira Produtora foi a *Portugália Film* de João Freire Correia e Manuel Cardoso, também eles considerados pioneiros do Cinema Português, que fundaram esta Produtora em 1909 com o financiamento de D. Nuno de Almada e a *Empresa Cinematográfica Ideal* de Júlio Costa. Exactamente, “Empresa Cinematográfica”. O que nos leva a pensar o que é que uma empresa cinematográfica faz naquela altura? Quais seriam as principais funções e o que é que produziam?

¹¹⁷ A primeira pessoa a fazer cinema em Portugal foi Aurélio da Paz dos Reis com a curta-metragem “Saída do Pessoal Operário da Fábrica Confiança” de 1896 realizada na cidade do Porto, uma reprodução do filme dos Irmãos Lumière “La Sortie de l'usine Lumière à Lyon” de 1895. Sendo este também considerado o primeiro filme Português. No entanto, não foi Paz dos Reis o autor das primeiras imagens animadas filmadas em Portugal. Daí surgir tantos mal-entendidos e confusões acerca deste assunto. As primeiras imagens foram captadas em Portugal por um operador inglês chamado Henry W. Short, que acompanhava Edwin Rousby, um agente comercial representante do produtor e fabricante de equipamento de cinema Robert William Paul, a mesma pessoa, já mencionada, que fez com que Manuel Maria da Costa Veiga ganha-se o bichinho pelo cinema.

¹¹⁸ <http://www.portoantigo.org/2008/11/fbrica-confiana-1896.html>



Fig. 3- *Portugália Film*¹¹⁹

Júlio Costa, de sociedade com João Almeida, adquire o *Salão Ideal* a Freire Correia e D. Nuno Almada em 1908 e funda a *Empresa Cinematográfica Ideal*, que era uma Produtora e distribuidora. Remodelado e com todo o equipamento e condições necessárias, o *Salão Ideal* exhibe um precursor do cinema falado, o "Animatógrafo Falado", em que um grupo de pessoas lê os textos e produz sons em sincronia com a exibição do filme.¹²⁰ Por aqui podemos perceber que mesmo que a *Portugal Film* não tivesse sido a primeira Produtora Portuguesa devido a lacunas relacionadas com o ano em que a mesma surgiu, a *Portugália Film* também não o seria. A primeira Produtora e distribuidora Portuguesa seria a *Empresa Cinematográfica Ideal*.

Também existe outra Produtora que luta pelo primeiro lugar na História do Cinema Português, e que tal como as anteriores são muitos aqueles que defendem esse primeiro lugar. Essa Produtora seria a *Invicta Film Lda.*, localizada no Porto e fundada por Alfredo Nunes de Matos. Embora exista quem defenda que a *Invicta Film Lda.* foi a primeira, na realidade só foi fundada em 1917, e não em 1910, como a maioria das pessoas pensam. Pois antes de obter esse nome, a empresa (que foi fundada pela mesma pessoa) chamava-se *Nunes de Matos & Cia*, tendo esta mesma empresa sido criada em 1910 e mudado de nome em 1917 para *Invicta Film Lda.*¹²¹ Estando também na própria Cinemateca Portuguesa (Digital) indicada a data de existência da mesma (1917-1931), apesar de haver alguns testemunhos que dizem que a

¹¹⁹ [Http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=31087&type=Imagem](http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=31087&type=Imagem).

¹²⁰ Esse grupo era composto pelos bombeiros voluntários da Ajuda, dos quais faziam parte Júlio Costa, mas também António Silva, o inesquecível actor das comédias à portuguesa do cinema falado.

¹²¹ Consulte o livro "Figuras e Factos do Cinema Português"

Invicta Film dispensou todo o pessoal da produção a 15 de Fevereiro de 1924, mas continuando com o laboratório aberto. A mesma encerra definitivamente a actividade em 1928, apesar da Cinemateca Portuguesa Digital apresentar informação de Inventários por parte da *Invicta Film* até 1931. (Veja-se a Fig.5).



Fig.4- *Invicta Film*¹²²



Fig.5- Inventário *Invicta Film* (1917-1931)¹²³

¹²² [Http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=31084&type=Imagem](http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=31084&type=Imagem).

¹²³ <http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=807512&type=Texto>

Em 1918, surge uma Produtora mais antiga e que já não luta pelo lugar de destaque, mas que tem igualmente uma enorme relevância para o cinema Português, que é a Lusitânia Film. Uma companhia de produção liderada por Celestino Soares e Luís Reis Santos. Inicia as suas obras no antigo estúdio da Portugália Film, em São Bento e dá início à sua actividade com a filmagem de documentários.

Como se pode verificar não existem certezas nem factos, apenas certezas e factos de cada um dos lados, mas no total para quem está de fora, apenas existem suposições de quem poderia ter sido o primeiro produtor, a primeira Companhia de Produção, datas, entre outros. Contudo, temos a certeza de que uma destas Produtoras foi a primeira, assim como o produtor, pois não existem investigações nem informação suficiente que fundamentem e nos forneçam toda a informação necessária para afirmar tal coisa. É muita a informação que se contradiz e que tem falhas, até da própria Cinemateca Portuguesa que possui um documento que menciona um João da Costa Veiga como aquele que estreou o cinema em Portugal, assim como foi também ele o responsável pelo primeiro filme realizado em Portugal que reproduz um passeio de D. Carlos I, quando é de conhecimento geral que o nome da pessoa em questão é Manuel Maria da Costa Veiga e como já foi mencionado não foi ele que trouxe os primeiros filmes a Portugal. (Veja-se na Fig. 6). Algo que prova a escassez e a falta de exploração da informação sobre, não só os produtores em Portugal ou sobre as Companhias de Produção, mas sim sobre o Cinema Português no geral. Contudo, mesmo com esta escassez de informação aquela que aponta para ser a primeira Produtora Portuguesa é a *Portugal Film* e por consequência, o primeiro Produtor seria Costa Veiga, mas como disse, estas são apenas suposições.

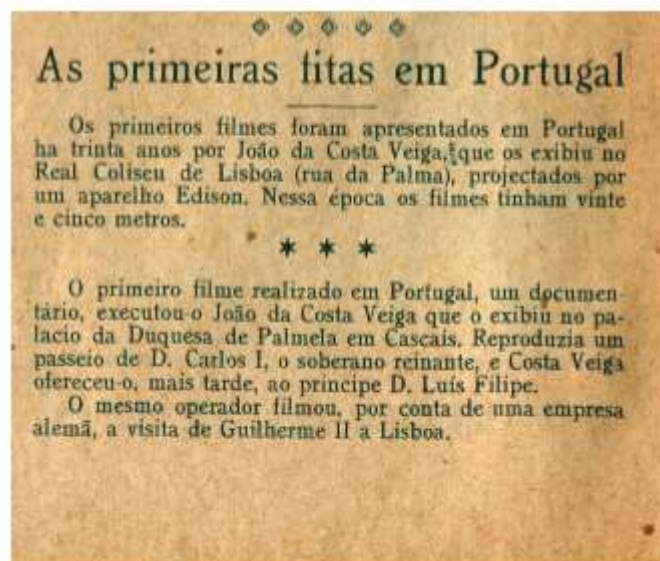


Fig.6- Artigo “Primeiras Fitas em Portugal” ¹²⁴

¹²⁴ [Http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=224425&type=Texto](http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=224425&type=Texto).

2- Staff de Produção- Equipa de Assistência do Produtor

Muitas vezes, durante a fase de filmagens, o produtor (quando se trata de um produtor mais financeiro e que muitas das vezes está envolvido em várias produções ao mesmo tempo) é representado por uma equipa denominada a equipa do produtor (*Producer's Crew*), há quem lhe chame também equipa de assistência do produtor ou *staff* de produção. Isto porque a função dos mesmos, para além das designadas, é representar o produtor na fase de produção, quando este não está presente no *set* durante o período de filmagem, tomando as suas funções de *set* e reportando sempre ao produtor o que é feito.

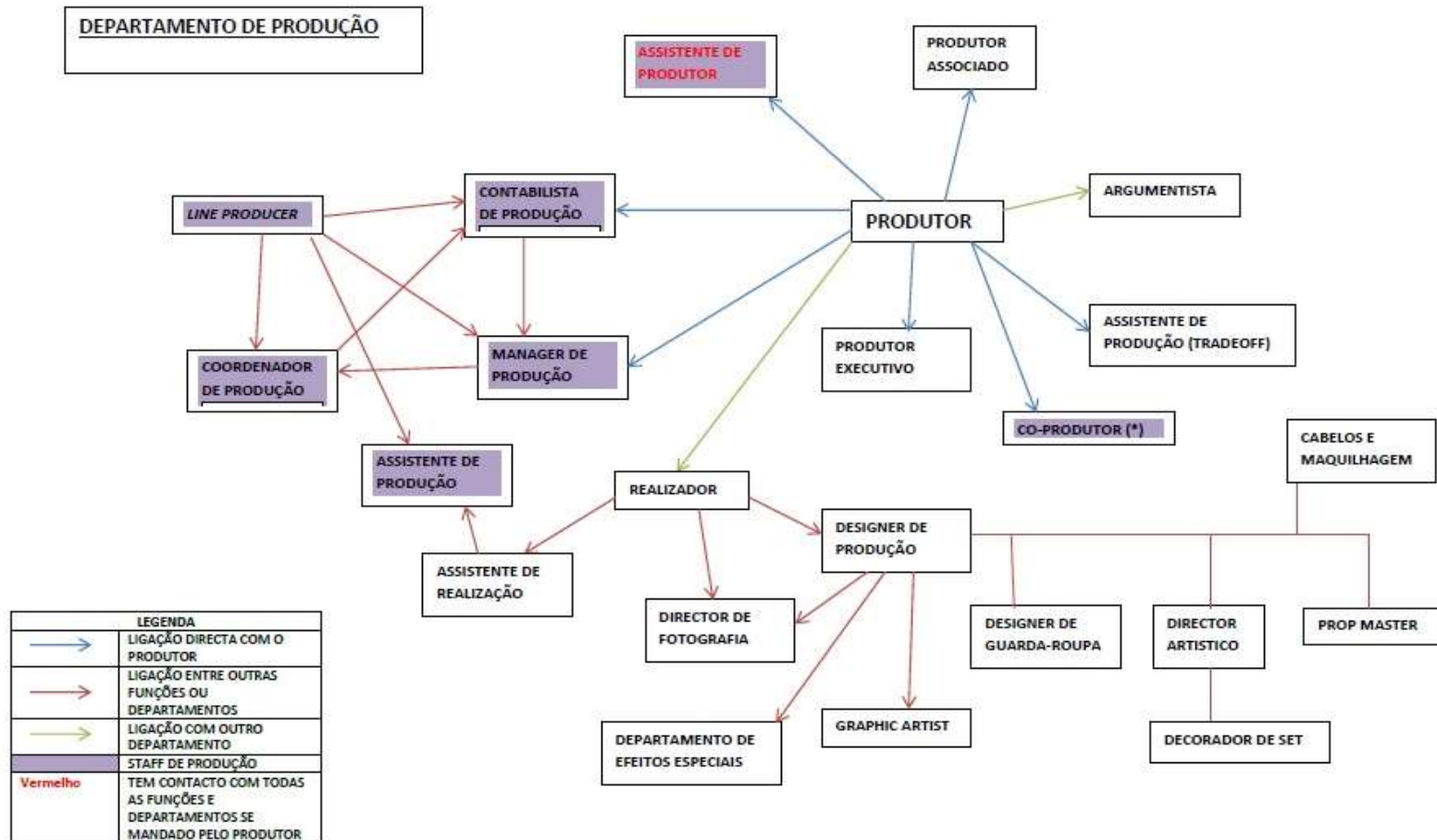
O mais central é o *line producer*, que gere a organização diária do negócio, assim como é responsável por arranjar estadias e alimentação, entre muitas outras coisas já mencionadas. Este membro é maioritariamente dispensável e só é contratado nesta situação, ou seja, caso o produtor não queira ou não possa comparecer ou acompanhar fisicamente o período de filmagens. Embora, tal como já foi dito, isso acontece maioritariamente com produtores que trabalham em mais do que uma produção ao mesmo tempo e essencialmente no caso de produções cujo maior interesse é o rendimento financeiro que o filme irá trazer. Estes, ou os projectos em questão, estão quase sempre ligados a grandes estúdios ou produtoras, assim como quando existem vários locais distintos de filmagens e tem de haver o máximo de controlo de todos esses locais. Veja-se o exemplo do filme “The Reader” (2008), em que teve um *line producer* que acompanhou a maior parte das filmagens, Arno Neubauer, e houve mais dois *line producers*, um em Nova Iorque, que foi Sabine Schenk, e outro na Polónia que foi o caso de Marianna Rowinska. Para além de que o filme possuiu quatro produtores e mais três coprodutores. Contudo no caso do filme “Cinema Paradiso” de 1988, só possuiu dois produtores, não teve *line producers* ou *co-producers* a trabalhar neste projecto.

Nesta equipa também se encontra o contabilista de produção, que controla os gastos, uma secretária de produção (ou muitas das vezes uma assistente de produtor), que coordena a comunicação por telefone entre as unidades e com o produtor e os assistentes de produção que fazem pequenas incumbências.¹²⁵

O *manager* de produção também faz parte da mesma, o coprodutor também poderá fazer parte, assim como o coordenador de produção, sendo este último, tal como o *line producer*, menos utilizado, a não ser nas grandes produções e maioritariamente nas produções comerciais. Como é o caso de por exemplo, “C’era una volta il West” de 1968, que só possui um produtor executivo, um produtor e um *manager* de produção, ou o caso do filme “Eternal Sunshine of the Spotless Mind” de 2004, em que também só se verificam os cargos de produtor, produtor executivo, produtor associado, e a equipa do *manager* de produção.

¹²⁵ Vid; David Bordwell e Kristin Thompson, 2008: 20.

3-Esquema Departamento de Produção



4- Fases em que cada elemento da equipa de produção e o realizador estão presentes:

	Desenvolvimento	Pré-Produção	Produção	Pós-Produção	Distribuição e Marketing	OBS.
Produtor						-
Realizador						-
Assistente de Produtor						Poderá iniciar o seu trabalho no final da fase de Desenvolvimento.
Contabilista de Produção						Dependendo do tipo de Produção o Contabilista de Produção pode ser dispensado logo no fim da Pós-Produção.
Assistente de Produção						O Assistente de Produção pode fazer parte das duas fases ou só de uma delas.
Produtor Executivo						O Produtor Executivo pode interferir e fazer parte de qualquer uma das fases para além das primeiras duas, contudo, como habitualmente os mesmos fazem parte de mais do que uma produção, apenas acompanham estas duas fases.
Produtor Associado						Sendo um título honorário o trabalho do mesmo pode ser feito em qualquer uma das fases.
Manager de Produção						Poderá iniciar o seu trabalho no final da fase de Desenvolvimento.
Line Producer						-
CoProdutor						Dependendo do tipo de CoProdutor poderá fazer parte de qualquer uma das fases.
Coordenador de Produção						Poderá iniciar o seu trabalho no final da fase de Desenvolvimento caso o <i>Manager</i> de Produção o faça.
Designer de Produção						Dependendo do tipo de Produção o Designer de Produção poderá terminar o seu trabalho na fase de Pós-Produção.

	Acompanha sempre esta fase, qualquer que seja o tipo de Produção
	Poderá fazer parte desta fase, dependendo do tipo de Produção

5- Entrevistas

Este questionário, assim como a informação dada por quem o preenche, tem como função suportar uma investigação de nível Académico feita por Inês Rebanda, aluna de último ano do Mestrado de Cinema e Audiovisual, com Especialização em Produção. Esta informação será utilizada sem qualquer tipo de distorção ou deslocação contextual, servirá apenas como apoio à Dissertação “A Força Criativa do Produtor Cinematográfico Português: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” escrita pela mesma, que agradece pela colaboração e apoio prestado.

Questionário

Nome: Patrícia Nogueira

1- Já alguma vez Produziu um filme que não tivesse Realizado? Porque é que o fez?

Sim. Já trabalhei na Produção de longas-metragens de ficção porque era um trabalho bem remunerado e já fui produtora de filmes que não realizei sobretudo porque os realizadores eram pessoas das minhas relações e me pediram para assumir essa função.

2- Como é que define o seu trabalho relativamente à Produção: é um trabalho mais criativo ou de âmbito mais financeiro? Quer explicar porquê?

O trabalho de Produção é sobretudo de âmbito logístico e financeiro. Há algumas decisões, relativamente à economia de Produção, em que exige alguma criatividade na forma como se resolvem problemas ou se encontram soluções para contornar constrangimentos financeiros, mas considero que o trabalho de Produção de forma geral tem pouco de criativo.

3- Sente que tem influência criativa nos filmes que Produz?

Depende dos realizadores e da relação estabelecida com eles durante o processo. Já trabalhei em filmes em que não tive qualquer contribuição criativa, normalmente em filmes com equipas muito numerosas, mas em documentários ou filmes com equipas pequenas sinto que a minha opinião é ouvida. Há até um caso, de um realizador amigo, em que contribuo de forma determinante para o resultado final, porque ele confia em mim e no meu ponto de vista, mas parece-me que é uma exceção.

4- Sente ou já sentiu, como Produtor, que queria ter alguma influência criativa e foi impedido de o fazer ou não foi ouvido? Em que contexto?

Normalmente nas longas-metragens com equipas numerosas as funções estão bem definidas e todos sabem qual é o seu papel à partida, o que não permite que se crie esse tipo de expectativas. Nos filmes com equipas reduzidas nunca senti que a minha opinião fosse desvalorizada, embora tenha consciência de que, no modelo de Produção Europeia, a palavra final pertence ao realizador que é o autor do filme.

5- Quando faz a Produção de um filme sem o Realizar, sente-se criativamente menos activo?

Completamente. Existem pessoas que gostam muito de produzir e não trocam essa função por

nada. Não é o meu caso. A função que gosto de assumir é a realização e a produção é o trabalho que tenho de fazer por obrigação.

6- Para si quem tem mais influência nas decisões criativas o Produtor ou o Realizador? Porquê?

No modelo de Produção Europeu o realizador é o “dono” do filme. Apesar do Produtor ter uma palavra a dizer a decisão final cabe ao realizador.

Nos EUA o modelo é diferente e o Produtor tem um papel activo e em muitos casos até lhe cabe a decisão final.

7- Porque é que acha que em Portugal a maior parte dos Realizadores são também Produtores ou intitulam-se como tal?

Ao longo dos anos os Realizadores foram sentindo que precisavam de ter controlo sobre o orçamento do filme, porque muitas vezes não podiam tomar determinadas opções estéticas por constrangimentos orçamentais. Muitos foram constituindo empresas Produtoras e dessa forma, embora chamem muitas vezes um produtor associado para os apoiarem nas fases de rodagem, acabam por dominar completamente as opções financeiras do filme.

8- Já fez Produção fora de Portugal? Quais as maiores diferenças que sentiu?

Nunca produzi fora de Portugal. Trabalhei numa longa-metragem brasileira mas a rodagem decorreu em Portugal e o realizador aproximava-se muito do modelo de produção europeu.

9- Porque é que o trabalho do Produtor é o mais difícil de detectar no ecrã?

O trabalho de Produção embora seja importantíssimo, porque permite que o filme seja feito, não se vê. Todas as decisões logísticas que permitem a realização do filme muitas vezes não são detectadas, apesar de cada decisão estética depender do cabimento orçamental e de opções de Produção que se vão tomando ao longo do filme.

10- Como é que se identifica o trabalho de um Produtor só a partir da visualização de um filme?

Tal como foi respondido, difícil detectar esse trabalho. Muitas vezes consegue perceber-se esse trabalho em cenas mais complicadas e que exigem mais procedimentos logísticos, como filmar em locais de difícil acesso, cenas com muita figuração ou que exijam efeitos especiais.

11- Acha que o ensino Nacional dispõe dos meios necessários para a formação de Produtores? Porquê?

Penso que a Produção se aprende fazendo. A melhor forma de se ter consciência das dificuldades é estando em contacto com elas. Depois depende também da personalidade de cada pessoa. Algumas pessoas são “desenrascadas” por natureza o que o ajuda muito no trabalho de produção. Também a facilidade de comunicação, empatia, capacidade de organização e orientação de equipas são características de personalidade importantes para quem quer fazer produção.

12- Como é que define o posicionamento actual do Produtor Cinematográfico Português?

Neste momento é difícil responder a esta pergunta porque entendo que estamos a assistir a uma mudança de paradigma. Até agora o Cinema Português financiava-se quase

exclusivamente de subsídios públicos. No último ano, com a crise económica, assistimos a uma estagnação da Produção Nacional e este ano, apesar da nova Lei do Cinema estar aprovada, ainda não houve qualquer concurso que permita arrancar com Produções.

Parece-me que o Cinema Português terá de encontrar novas formas de financiamento e que os Produtores terão uma palavra a dizer nesta nova dinâmica.

Este questionário, assim como a informação dada por quem o preenche, tem como função suportar uma investigação de nível Académico feita por Inês Rebanda, aluna de último ano do Mestrado de Cinema e Audiovisual, com Especialização em Produção. Esta informação será utilizada sem qualquer tipo de distorção ou deslocação contextual, servirá apenas como apoio à Dissertação “A Força Criativa do Produtor Cinematográfico Português: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” escrita pela mesma, que agradece pela colaboração e apoio prestado.

Questionário

Nome: Patrício André da Palma Faisca

- 1- Já alguma vez Produziu um filme que não tivesse Realizado? Porque é que o fez?**
- 2- Como é que define o seu trabalho relativamente à Produção: é um trabalho mais criativo ou de âmbito mais financeiro? Quer explicar porquê?**
- 3- Sente que tem influência criativa nos filmes que Produz?**
- 4- Sente ou já sentiu, como Produtor, que queria ter alguma influência criativa e foi impedido de o fazer ou não foi ouvido? Em que contexto?**
- 5- Quando faz a Produção de um filme sem o Realizar, sente-se criativamente menos activo?**
- 6- Para si quem tem mais influência nas decisões criativas o Produtor ou o Realizador? Porquê?**
- 7- Porque é que acha que em Portugal a maior parte dos Realizadores são também Produtores ou intitulam-se como tal?**
- 8- Já fez Produção fora de Portugal? Quais as maiores diferenças que sentiu?**
- 9- Porque é que o trabalho do Produtor é o mais difícil de detectar no ecrã?**
- 10- Como é que se identifica o trabalho de um Produtor só a partir da visualização de um filme?**
- 11- Acha que o ensino Nacional dispõe dos meios necessários para a formação de Produtores? Porquê?**
- 12- Como é que define o posicionamento actual do Produtor Cinematográfico Português?**

Respostas:

1 - Sim, fiz acreditando acima de tudo no projecto e nas capacidades de quem estava a realizá-lo.

2 - Quando os orçamentos são baixos, o trabalho do produtor tem de ser extremamente criativo. Há que ter uma incrível capacidade de adaptação e improvisação e saber tirar partido dos recursos que se tem.

3 - Sim.

4- Nunca fui impedido de influenciar criativamente com quem já produzi trabalhos.

5 - Sim.

6 - Para mim é o Realizador, é ele o principal responsável por grande parte da visão do filme.

7 - Porque os orçamentos são baixos e a mesma pessoa tem muitas das vezes de assumir vários papéis.

8 - Não

9 - Porque é todo feito quando a câmara não está a filmar.

10 - Através do valor de produção, que é traduzido na qualidade do elenco, do guarda-roupa, dos cenários, do design de produção, etc.

11 - Não sei, a minha formação na área não é de origem académica, mas prática.

12 - Sem fundos para trabalhar.

Este questionário, assim como a informação dada por quem o preenche, tem como função suportar uma investigação de nível Académico feita por Inês Rebanda, aluna de último ano do Mestrado de Cinema e Audiovisual, com Especialização em Produção. Esta informação será utilizada sem qualquer tipo de distorção ou deslocação contextual, servirá apenas como apoio à Dissertação “A Força Criativa do Produtor Cinematográfico Português: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” escrita pela mesma, que agradece pela colaboração e apoio prestado.

Questionário

Nome: José Alberto Pinheiro (Vigília Filmes)

1- Já alguma vez Produziu um filme que não tivesse Realizado? Porque é que o fez?

Sim. Por acreditar na ideia e no talento do realizador.

2- Como é que define o seu trabalho relativamente à Produção: é um trabalho mais criativo ou de âmbito mais financeiro? Quer explicar porquê?

É sobretudo um trabalho de gestão global, financeira, técnica e artística. A criatividade aqui pode entrar em muitos campos, nomeadamente na organização do próprio projeto. Existe por vezes uma confusão generalizada entre produção e mero secretariado...

3- Sente que tem influência criativa nos filmes que Produz?

Sim, até determinado ponto. Creio que existe sempre espaço para input criativo, mas acredito na soberania do realizador. Se queremos ditar o curso criativo de um filme, devemos considerar seriamente realizar os nossos próprios filmes.

4- Sente ou já sentiu, como Produtor, que queria ter alguma influência criativa e foi impedido de o fazer ou não foi ouvido? Em que contexto?

Nunca.

5- Quando faz a Produção de um filme sem o Realizar, sente-se criativamente menos activo?

Penso que não são funções comparáveis a esse nível. Cada uma tem a sua especificidade.

6- Para si quem tem mais influência nas decisões criativas o Produtor ou o Realizador? Porquê?

O realizador, porque se não acreditamos na sua visão e temos dificuldade em gerir o enquadramento de cada função, não deveríamos estar a produzir o seu filme.

7- Porque é que acha que em Portugal a maior parte dos Realizadores são também Produtores ou intitulam-se como tal?

Não creio que seja um caso de natureza local, mas algo que embora se verifique com grandes nomes do meio, acontece sempre com mais frequência em países em que a indústria é inexistente. A circunstância assim o proporciona.

8- Já fez Produção fora de Portugal? Quais as maiores diferenças que sentiu?

Apenas num pequeno projeto independente. As condições financeiras.

9- Porque é que o trabalho do Produtor é o mais difícil de detectar no ecrã?

Penso que esta é uma falsa questão. Para o público em geral, pouco interessa quem produziu, e na maior parte dos casos, o mesmo se passa com a realização. O grande público fala sempre de um filme do Tom Cruise, da Jodie Foster, etc... com exceção de nomes como Spielberg ou Almodovar, por exemplo. Quem “presta atenção” à equipa, são à partida os cineastas e cinéfilos convictos, e esses, mesmo com conhecimentos mínimos na área da produção cinematográfica, podem facilmente constatar um bom ou um mau trabalho de produção.

10- Como é que se identifica o trabalho de um Produtor só a partir da visualização de um filme?

Tendo o *background knowledge* necessário, a partir da análise dos valores de produção envolvidos.

11- Acha que o ensino Nacional dispõe dos meios necessários para a formação de Produtores? Porquê?

Sim, no seu devido contexto. Porque dispomos atualmente de instituições de ensino capazes.

12- Como é que define o posicionamento actual do Produtor Cinematográfico Português?

Um posicionamento de risco... suicida, mas potencialmente gratificante.

Este questionário, assim como a informação dada por quem o preenche, tem como função suportar uma investigação de nível Académico feita por Inês Rebanda, aluna de último ano do Mestrado de Cinema e Audiovisual, com Especialização em Produção. Esta informação será utilizada sem qualquer tipo de distorção ou deslocação contextual, servirá apenas como apoio à Dissertação “A Força Criativa do Produtor Cinematográfico Português: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” escrita pela mesma, que agradece pela colaboração e apoio prestado.

Questionário

Nome: Andreia Lopes Lucas

1- Já alguma vez Produziu um filme que não tivesse Realizado? Porque é que o fez?

Não realizei nenhum filme que produzi. Dediquei-me sempre à produção e por isso não haveria o porque de realizar também.

2- Como é que define o seu trabalho relativamente à Produção: é um trabalho mais criativo ou de âmbito mais financeiro? Quer explicar porquê?

Mais de coordenar todo o trabalho e gerir financeiramente os projectos. O processo criativo será mesmo aquele que faz parte da forma como conseguimos apoios e patrocínios.

3- Sente que tem influência criativa nos filmes que Produz?

A produção tem a tendência para limitar a criatividade. Os baixos orçamentos e todas as dificuldade inerentes às produções fazem com que a criatividade seja posta em causa. Nunca queremos descurar a boa qualidade do produto final, mas por vezes sim, influenciámos a criatividade.

4- Sente ou já sentiu, como Produtor, que queria ter alguma influência criativa e foi impedido de o fazer ou não foi ouvido? Em que contexto?

Nem por isso, pois a produção para além de poder limitar como disse acima, está no escritório e no terreno para produzir algo que é criado e está a ser realizado por alguém, por isso a menos que nos seja pedido, não temos porque forçar o nosso ponto de vista. Sendo que também defendo a postura de quem o faça por perceber que o produto pode ajudar a ficar melhor se for corrigido.

5- Quando faz a Produção de um filme sem o Realizar, sente-se criativamente menos activo?

Em todos os filmes que produzi havia realizador e sinceramente não percebo como poderá haver um filme a ser rodado sem alguém que o comande e que oriente o fim do trabalho.

6- Para si quem tem mais influência nas decisões criativas o Produtor ou o Realizador? Porquê?

Sem dúvida do realizador, cada um tem as suas funções, mais uma vez defendo que o produtor – produz o realizador – realiza.

7- Porque é que acha que em Portugal a maior parte dos Realizadores são também Produtores ou intitulam-se como tal?

Só vejo duas formas, ou são demasiado perfeccionistas e não confiam as suas produções a ninguém, pois não há quem faça tão bem como nós mesmos, ou porque a falta de orçamento assim o dita.

8- Já fez Produção fora de Portugal? Quais as maiores diferenças que sentiu?

Não fiz nenhuma, não chegou acontecer, mas como em tudo, a forma de trabalhar fora de Portugal é diferente. Brasil – tudo mais natural e sem stress. Mas é como digo, culturalmente somos diferentes, isso influencia todo o processo de trabalho.

9- Porque é que o trabalho do Produtor é o mais difícil de detectar no ecrã?

Porque só se vê tecnicamente, só o olho conhecedor deste mundo audiovisual é que detecta bons produtores. Aparentemente salta à vista o elenco, a música, os cenários e quanto muito o guarda-roupa, entre outros, nunca o trabalho do produtor.

10- Como é que se identifica o trabalho de um Produtor só a partir da visualização de um filme?

Quando se vê um filme e tudo está no tempo certo, no local certo e se vê se tudo de uma forma correcta, quando os cenários naturais são grandiosos, quando o elenco é do melhor, quando se olha e se vê que em todos os departamentos não há falhas apontar. Significa para mim que o produtor teve grandes cuidados.

11- Acha que o ensino Nacional dispõe dos meios necessários para a formação de Produtores? Porquê?

A base sim, mas a prática vem sem dúvida no mundo real. Há muito que aprender que ainda não é explorado nas escolas, mas sem culpa das mesmas, não há condições, nem tempo para o fazer. Ainda assim defendo que há boas escolas a fazer-lo de uma forma exemplar.

12- Como é que define o posicionamento actual do Produtor Cinematográfico Português?

Em Portugal ainda são poucos os que são conhecidos, os que são reconhecidos, não é pela melhor fama, ou por falta conduta profissional ou por dívidas financeiras, o que deixa muito a desejar. Como anterior já vimos, “lá fora”, os poucos dos nossos filmes que lá chegam, quem brilha é o próprio realizador, quanto muito os actores, mas nunca o produtor.

Questionário:

Nome da Universidade: Instituto Politécnico de Tomar / Escola Superior de Tecnologia de Abrantes

1- A Universidade a que pertence possui Especialização em Produção Cinematográfica? Porque é que optaram por isso? Não possui Especialização em Produção Cinematográfica. Foi decidido no início do curso não criar perfis, por forma a poder

dar azo à maior abertura possível em termos de percurso dos alunos. Tivemos também em conta que que em Licenciaturas mais curtas (3 anos) o processo de determinação de perfis exigiria processo acelerado de maturidade difícil de concretizar e com consequências pedagógicas nem sempre positivas, sendo mais concretizável na sequência do processo de aprendizagem, ao nível do Mestrado.

2- **Quais são as cadeiras que a vossa Faculdade fornece aos alunos que estejam interessados em se especializar em Produção?** As Unidades Curriculares ligadas a Produção são Projeto I, II, III e Projeto Final, bem como a U.C. de Estágio.

3- **Alguma dessas cadeiras é opcional? Se sim, existe algum tipo de orientação aos alunos na escolha das cadeiras opcionais?** Sim, a U.C. de Estágio.

4- **Os Produtores necessitam de ter conhecimentos, tanto da teoria como da prática, de todas as funções exercidas numa Produção Cinematográfica, desde edição, argumento, operação de câmara, etc. mas também de gestão, contabilidade, recursos humanos, legislação, etc. A sua Universidade faculta esses conhecimentos? De que forma?** Sim, temos também a Unidade Curricular de Legislação, que complementam a formação leccionada nas várias U.C. de Projeto, sendo possível ao aluno poder frequentar outras U.C. nos cursos de Gestão, ou Recursos Humanos, deste Instituto Politécnico. Existe ainda a possibilidade de o aluno aproveitar o Erasmus como consolidação de um percurso diferenciado e alternativo, em que constrói uma formação mais especializada.

5- **Como é que descreveria a educação dada pela vossa Universidade aos futuros Produtores: mais criativa ou mais financeira?** Qual o propósito dessa opção? É uma opção mais criativa, que permita que se possam assumir papéis diferenciados, próxima de um cinema independente que é realizado com poucos recursos.

6- **Acha que todas as competências que um Produtor deve possuir são possíveis de ser aprendidas?** Não, muitas dessas competências apenas conseguem ser adquiridas pela prática e nomeadamente aptidões sociais e de conhecimento do meio que surgem pela experiência (daí a nossa ênfase no próprio processo de Estágio integrado na componente curricular).

7- **Para a vossa faculdade quais são as principais competências que um Produtor deve ter?** Aptidões sociais, capacidade de gestão e organização, iniciativa e criatividade, conhecimento sobre procedimentos, domínio da legislação, conhecimento do meio, capacidade de saber captar e atrair financiamento.

8- **Acha que os alunos especializados em Produção saem bem preparados para o mercado de trabalho? Porquê?** Uma especialização é suposto conferir uma melhor preparação para um tipo de trabalho determinado. Como em várias outras especializações em Cinema, muito advém da experiência, mas o correcto conhecimento de algumas questões é preponderante para o sucesso dos alunos especializados em Produção. Ainda assim, tal como com a Realização, é importante que o Produtor tenha um conhecimento das várias tarefas que compõem a concretização de um filme, para que perceba os demais elementos da equipa e poder ter com eles um diálogo profícuo.

9- **Existem futuras alterações ou melhoramentos planeadas para a vossa Especialização em Produção?** Se sim, poderia dizer quais? Neste momento não temos planeado ainda essa Especialização.

10- **Como é que define o posicionamento actual do Produtor Cinematográfico Português?** Um lugar um pouco ingrato, nem sempre reconhecido publicamente, por vezes conflitual na sua relação com a ideia de autor, mas que pela capacidade de alguns nomes mais recentes demonstra a capacidade e a importância de um produtor para o sucesso e boa concretização de um filme e mesmo de um percurso cinematográfico.

11- **Segundo a vossa página web, entre as saídas profissionais encontram-se os cargos de “Director de Produção”. Pode explicar em que consistem este cargo e que funções exercem os profissionais desta área? Porque é que possuem apenas esta saída profissional no que diz respeito à área de Produção?** A indicação não procurou ser exaustiva e o que estava presente era a capacidade de poder coordenar o processo de Produção como um todo.

Este questionário, assim como a informação dada por quem o preenche, tem como função suportar uma investigação de nível Académico feita por Inês Rebanda, aluna de último ano do Mestrado de Cinema e Audiovisual, com Especialização em Produção. Esta informação será utilizada sem qualquer tipo de distorção ou deslocação contextual, servirá apenas como apoio à Dissertação “A Força Criativa do Produtor Cinematográfico Português: Os Desafios do Reconhecimento Artístico” escrita pela mesma, que agradece pela colaboração e apoio prestado.

Questionário:

Nome da Universidade: Escola Superior de Música, Artes e Espetáculo (ESMAE) / Instituto Politécnico do Porto (IPP)

1- **A Universidade a que pertence possui Especialização em Produção Cinematográfica? Porque é que optaram por isso?**

No Departamento de Artes e Imagem (DAI) da ESMAE no âmbito do Mestrado profissionalizante em Comunicação Audiovisual a área de Produção foi considerada como muito importante para a formação de profissionais na área de Produção, que possam desenvolver e produzir projetos cinematográficos e audiovisuais.

2- **Quais são as cadeiras que a vossa Faculdade fornece aos alunos que estejam interessados em se especializar em Produção?**

Temos cadeiras de produção na licenciatura e no mestrado.

3- **Alguma dessas cadeiras é opcional? Se sim, existe algum tipo de orientação aos alunos na escolha das cadeiras opcionais?**

As cadeiras de produção são obrigatórias.

4- Os Produtores necessitam de ter conhecimentos, tanto da teoria como da prática, de todas as funções exercidas numa Produção Cinematográfica, desde edição, argumento, operação de câmara, etc. mas também de gestão, contabilidade, recursos humanos, legislação, etc. A sua Universidade faculta esses conhecimentos? De que forma?

Os alunos que frequentam a licenciatura em TCAV (como o curso é de banda larga têm um pouco de formação em todas as áreas), no mestrado pressupõem-se que os alunos já tenham alguma formação de base a qual é complementada em Especialização Avançada.

5- Como é que descreveria a educação dada pela vossa Universidade aos futuros Produtores: mais criativa ou mais financeira? Qual o propósito dessa opção?

A opção é mais criativa, essa opção deve-se ao facto de estarmos inseridos numa escola de artes.

6- Acha que todas as competências que um Produtor deve possuir são possíveis de ser aprendidas?

No caso da formação que lecionamos sim, porque tem uma componente teórica com uma forte acentuação na prática.

7- Para a vossa faculdade quais são as principais competências que um Produtor deve ter?

Capacidade criativa para seleccionar e desenvolver novas ideias e projetos;

Capacidade de organização;

Conhecimento profundo do processo de produção;

Conhecimento do mercado e da legislação

8- Acha que os alunos especializados em Produção saem bem preparados para o mercado de trabalho? Porquê?

Considero que sim, por se tratar de um mestrado prático profissionalizante, no âmbito do qual os mestrandos têm que produzir projetos de acordo com modelos profissionais.

9- Existem futuras alterações ou melhoramentos planeadas para a vossa Especialização em Produção? Se sim, poderia dizer quais?

Em todas as edições do mestrado fazemos uma avaliação do modo como funcionou o curso numa perspectiva de melhorar. Pretendemos acentuar ainda mais a ligação aos profissionais e aprofundar o conhecimento da produção e co-produção internacional.

10- Como é que define o posicionamento actual do Produtor Cinematográfico Português?

Considero que está cada vez mais reconhecido o seu papel fundamental nom processo de produção de um filme.

FOGO & PRATA (DVD da Curta-metragem):