



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

CAMILLA DO NASCIMENTO BARBOSA

**A APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DO
DOCUMENTÁRIO “PEGA-SE FACÇÃO”**

Caruaru
2019

CAMILLA DO NASCIMENTO BARBOSA

**A APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DO
DOCUMENTÁRIO “PEGA-SE FACÇÃO”**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Design da
Universidade Federal de Pernambuco,
como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Design.

Área de concentração: Design de
Produção

Orientador: Prof^o. Dr. Amanda Mansur Custódio Nogueira

Caruaru

2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

- B238a Barbosa, Camilla do Nascimento.
 A aplicação do design thinking no processo de produção do documentário “Pega-se
 Facção”. / Camilla do Nascimento Barbosa. - 2019.
 73 f. : 30 cm.
- Orientadora: Amanda Mansur Custódio Nogueira.
 Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
 Pernambuco, CAA, Design, 2019.
 Inclui Referências.
1. Design. 2. Documentário (Cinema) – Produção e direção. 3. Design thinking. I.
 Nogueira, Amanda Mansur Custódio (Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-429)

CAMILLA DO NASCIMENTO BARBOSA

**A APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DO
DOCUMENTÁRIO “PEGA-SE FACÇÃO”**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Design da Universidade Federal de
Pernambuco, como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em Design.

Aprovada em: 12/12/2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Amanda Mansur Custódio Nogueira (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dra. Daniela Nery Bracchi (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Diego Gouveia Moreira (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho, às minhas ancestrais, Vovó Chica e Vovó Terezinha (*in memoriam*), pelas suas lutas, bênçãos e sabedorias.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus e todas as suas representações, pela vida, pelos obstáculos e pelos aprendizados adquiridos pelo caminho.

Agradeço à Mainha e Painho pela educação, confiança, disponibilidade, pela vida e por acreditarem em todo o meu processo de aprendizado.

Agradeço à Vovô Barbosa e a Vovó Dé pelo apoio e por entenderem a ausência e a distância, mas principalmente por sempre estarem cuidando de mim.

Agradeço à todas as minhas professoras e professores, mas em especial a minha orientadora Amanda Mansur por ser paciente, me mostrar e incentivar a seguir novos caminhos sem deixar que eu perdesse minha essência.

Agradeço à todas as mulheres que lutaram (e continuam a lutar) para que mais mulheres possam ser cientistas, pesquisadoras, médicas, designers, donas de casa e o que elas quiserem ser.

Agradeço à Thais, Carol, Rafa, Brenda e Dani pela companhia e amizade. Agradeço em especial a Thais pela confiança necessária para que “Pega-se Facção” saísse dos papéis.

Agradeço à equipe do documentário, Sylara Silvério, Twany Moura, Amanda Rocha e Elisa Zi pelos ensinamentos técnicos; e as costureiras, Luciene, Micaele, Eduarda e tantas outras pelos ensinamentos para a vida.

Agradeço à PROAES e a PROPESQ pelos recursos financeiros necessários que contribuíram para a minha formação como bacharel em Design e com a continuidade da pesquisa científica nas áreas de Ciências Humanas, Sociais e na Arte.

Por fim, agradeço à minha astróloga Carol Leão pela suas palavras de incentivo, por ajudar no meu processo de conexão e por mostrar as diversas Camillas que sou e posso ser.

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo desenvolver a produção do documentário “Pega-se Facção”, sobre o trabalho das costureiras na Zona Rural de Caruaru. Para sua realização foi utilizada a metodologia do *design thinking* proposta por Tim Brown (2009), articulada aos métodos de produção audiovisual de Chris Rodrigues (2007). Foram ainda discutidas as relações entre design e cinema, identificando suas origens e contribuições e foram levantadas informações sobre questões técnicas e históricas quanto a produção audiovisual. Obteve como resultado a finalização do filme documental proposto através da aplicação e validação prática das metodologias base deste trabalho através da sua modificação para contemplar novas vertentes do design. Concluiu que a utilização da metodologia do *design thinking*, quando usada por designers com o propósito de inserir-se fora de suas áreas predominantes (gráfico, produto, moda), facilita a participação no desenvolvimento do projeto ao se articular com métodos complementares específicos e a participação de especialistas da área explorada.

Palavras-chave: Design. Design Thinking. Produção Audiovisual.

ABSTRACT

This paper reports on the development of the audio-visual production of the documentary *Pega-se Facção* recorded in the Rural Zone of Caruaru-PE. For its realization, the design thinking steps proposed by Tim Brown (2009) were used as research methodology, complemented by the tips of Chris Rodrigues (2007) referring to audio-visual production documents. During this work the relations between design and film were discussed, identifying their origins and contributions; the origins and controversies of design thinking; and information was raised on technical and historical issues regarding audio-visual production. As a result, the proposed documentary film concluded through the application and practical validation of the main methodologies of this paper report and through its modification to include new aspects of design. In conclusion, while using design thinking methods by designers in order to explore outside our predominant areas (such as, graphic, product and fashion), it facilitates the participation in the project to be linked with complementary methods and the contribution of specialist of the explored area.

Keywords: Design. Design Thinking. Audio-visual Production.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Abertura do filme <i>The Man with the Golden Arm</i> (1956)	15
Figura 2	Cenas do filme ... E o Vento Levou (1939)	16
Figura 3	Figurino realista do filme <i>Elizabeth</i> (1998)	18
Figura 4	Cenário 2001 - Uma Odisseia no Espaço (1968)	19
Figura 5	Categorias Audiovisuais	29
Figura 6	Cena do filme <i>Aquarius</i> (2016)	30
Figura 7	Cena do documentário <i>Rio Doce/CDU</i> (2013)	30
Figura 8	Telecurso de História	31
Figura 9	Comercial <i>Bloody Mary</i> – LunetteCup	32
Figura 10	Departamento e Funções	33
Figura 11	Fases da Produção	38
Figura 12	Processo de Design Thinking	42
Figura 13	Pasta compartilhada da produção no <i>Google Drive</i>	44
Figura 14	Desenvolvimento da placa Pega-se Facção	46
Figura 15	Fotos da Locação em Cachoeira Seca, Caruaru-PE	48
Figura 16	Teste dos equipamentos pela equipe técnica	51
Figura 17	Auxiliando a técnica de som	52
Figura 18	Filmagens na margem da BR-104 sentindo Toritama	53
Figura 19	Imagens decupadas e organizadas com direcionamento de montagem	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Funções e Atribuições da Equipe de Produção	33
Tabela 2	Funções e Atribuições da Equipe de Direção	34
Tabela 3	Funções e Atribuições da Equipe de Arte	35
Tabela 4	Funções e Atribuições da Equipe de Fotografia	35
Tabela 5	Funções e Atribuições da Equipe de Som	36
Tabela 6	Funções e Atribuições da Equipe de Finalização (Edição)	37
Tabela 7	Descrição das informações na planilha de produção por grupo	45
Tabela 8	Cronograma de Filmagens	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	DESIGN & CINEMA	14
2.1	A ORIGEM DO DESIGN NO CINEMA	14
2.2	CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN NO CINEMA	14
2.2.1	Criando identidades visuais memoráveis	15
2.2.2	Planejando e desenvolvendo ideias	16
2.2.3	Vestindo pessoas, dando vida a personagens	17
2.2.4	Construindo mundos	18
3	DESIGN THINKING	20
3.1	O PENSAMENTO DE DESIGN	20
3.2	UMA METODOLOGIA POLÊMICA, MAS DEMOCRÁTICA	23
4	PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	26
4.1	O QUE É PRODUÇÃO AUDIOVISUAL?	26
4.1.1	Origens	26
4.1.2	Tipos de produções	28
4.2	DEPARTAMENTO E FUNÇÕES	32
4.3	ETAPAS DE UMA PRODUÇÃO	37
4.3.1	Preparação & Pré-Produção	39
4.3.2	Filmagem & Desprodução	40
4.3.3	Finalização	41
5	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	42
5.1	METODOLOGIA DO PROJETO	42
5.2	INSPIRAÇÃO	43
5.3	IDEAÇÃO – PRÉ-PRODUÇÃO	43
5.3.1	Levantamento de Informações	44
5.3.1.1	Contatos	44
5.3.1.2	Materiais e Equipamentos	45
5.3.2	Identidade Visual	46
5.3.3	Orçamento Geral	46
5.3.4	Logística	47
5.3.5	Contratos, Solicitações e Reservas	48

5.3.6	Preparação para as filmagens	49
5.3.6.1	Visita técnica da equipe	49
5.3.6.2	Cronograma de filmagens	49
5.3.6.3	Autorizações de imagem	50
5.3.6.4	Retirada e teste de equipamentos	51
5.4	IMPLEMENTAÇÃO – PRODUÇÃO & PÓS-PRODUÇÃO	51
5.4.1	Sobre estar no set	51
5.4.2	Imprevistos e Resoluções	52
5.4.3	Desprodução	53
5.4.4	A segunda gravação	54
5.4.5	Encontrando uma narrativa	54
5.4.6	Exibição teste	55
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
	REFERÊNCIAS	57
	ANEXO A – ORÇAMENTO DE TRABALHO	59
	ANEXO B – ORÇAMENTO DE TRABALHO ATUALIZADO	62
	ANEXO C – CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	64
	AUDIOVISUAL	
	ANEXO D – SOLICITAÇÃO DE USO DE EQUIPAMENTOS	68
	ANEXO E – RECIBO DE LOCAÇÃO	69
	ANEXO F – AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM	70
	ANEXO G – AUTORIZAÇÃO DE USO DE LOCAÇÃO	71
	ANEXO H – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DE CRIANÇA/ADOLESCENTE	72
	ANEXO I - ORDEM DO DIA 18.02.2019	73

1 INTRODUÇÃO

Desde que a palavra design entrou no vocabulário popular, muito se tem discutido sobre quem realmente é designer ou faz design. Atualmente com a popularização de estratégias de Design, ou *design thinking*, no meio dos negócios essa discussão retornou forte e rígida discutido a banalização do ser designer, além de questionar a participação de designers fora do seu campo tradicional.

Diferente dos que criticam a “banalização” do design em seus países, a realidade no Brasil é diferente. Nosso design ainda não é nosso, estamos caminhando para desenvolvê-lo, mas enquanto isso não acontece, ainda somos alfabetizados por escolas de arquitetura alemães, educados por filosofias estrangeiras e produzimos e consumimos produtos com matéria-prima derivadas de produtos nada locais. Não apenas nós, designers, mas tantas outras profissões passaram pelo menos tipo de educação em nosso país, então por que não deixá-los explorar nossa metodologia e vice-versa.

Enquanto designers discutem sobre quais metodologias são aprovadas ou não e quem pode fazer. A comunidade de entretenimento, mas especificamente, o cinema está trabalhando com profissionais diversos e utilizando metodologias diferentes a cada novo projeto.

A partir desta discussão e da oportunidade de realizar uma atividade fora dos eixos tradicionais de design decidiu-se explorar outras áreas com o *design thinking*. A possibilidade de aplicar a metodologia que causa tanta polêmica entre os designers, desta vez numa área em que eles já atuam mas continuam fazendo o que fazem a séculos, incentivou a pergunta desta pesquisa: Como a metodologia do *design thinking* possibilita o planejamento e execução de uma produção audiovisual documental?

Logo, este trabalho teve como objetivo o desenvolvimento da produção do documentário “Pega-se Facção” projeto de graduação de Thais Regina Braga Leite, ganhador do prêmio Naíde Teodósio de Estudos de Gênero – Ano X na categoria de roteiro para documentário digital de curta. Utilizou-se a metodologia de *Design Thinking* proposta por Tim Brown e complementarmente foram utilizadas as informações do fazer técnico em produção audiovisual disponibilizado por Chris Rodrigues no livro O Cinema e a Produção (2007) para a realização do documentário desde a sua pré-produção à finalização.

O primeiro capítulo é dedicado as relações entre design e cinema. Nele discute-se a participação do design (estética) e do designer no cinema e as contribuições que ambos se proporcionaram no decorrer de séculos de companheirismo.

O segundo capítulo discute sobre *design thinking* e sua metodologia. Nesta seção debatemos sobre as origens do pensamento do design e as polêmicas que rodeiam esta nova metodologia, foi utilizando com aporte teórico Rafael Cardoso (2013-2014), Tim Brown (2009) e Deyan Sudjic (2010).

O terceiro capítulo desenvolve sobre produção audiovisual. Nele é abordado historicamente como surgiu o produtor, as categorias em que se enquadram diversas produções audiovisuais e identifica os departamentos e equipe que fazem parte, foram utilizada como referência as pesquisas de Flávia Cesarino Costa (2012) e Elizabeth Bastos Duarte (2007). Além disso, o capítulo também dispõe de um tópico dedicado a descrever as etapas de produções e ações pela equipe nelas utilizando como base os processos de produção de Chris Rodrigues (2007).

O quarto e último capítulo é dedicado ao desenvolvimento da produção do documentário. Traz o detalhamento da metodologia de *design thinking* apresentada por Tim Brown (2009), abordando o método exploratório, que foi dividido em etapas onde partiu da identificação da ideia, seguindo para o planejamento da produção onde foram divididas em etapas menores que resultaram na realização do projeto.

2 DESIGN & CINEMA

2.1 A ORIGEM DO DESIGN NO CINEMA

Filhos das transformações industriais e culturais do Século XIX o design, como produto da revolução industrial, e o cinema, como expressão artística, evoluíram juntos e adaptaram suas relações durante este processo.

Tratando-se de uma forma de entretenimento influenciada por outras formas de cultura, como o teatro, as projeções de lanterna mágica, o *vaudeville* e as atrações de feira, o cinema inicialmente documentava situações reais (COSTA, 2012), foi utilizando referências teatrais na sua construção narrativa e visual cinematográfica que o cinema se aproximou do design, em sua função estética.

O teórico Ricciotto Canudo para desmistificar a ideia de que o cinema era apenas um espetáculo para a massa e direcionado ao público de baixa condição, percebeu que ele já sintetizava todas as demais Belas Artes, como a música, artes cênicas, pintura, escultura, arquitetura e literatura (RIBEIRO, 2013).

Quando o cinema recebeu o título de Sétima Arte décadas depois do seu surgimento, a presença do design e de alguém que realizasse essa função já existiam e era notável a participação nas produções do cinema mudo, onde a *cenografia* se tornou importante para a narrativa, já que os recursos de áudio utilizados na época não possibilitavam explorar outros caminhos possíveis hoje (BORDWELL, 2016).

Segundo Polieri (1990), citado por Baptista (2008, pg. 113), pode-se definir cenografia como o “conjunto de elementos de pintura, técnicos e teóricos que permitem a criação de uma imagem, de construção bi ou tridimensional, colocada no lugar de uma ação particularmente espetacular”. Portanto, séculos de cenografia teatral foi o guia para os primeiros cenógrafos do cinema.

Como cita Claudia Couto em sua dissertação O Design do Filme (2004), George Méliès foi um primeiros realizadores a inovador com as possibilidades da nova tecnologia de cinema, sendo o primeiro a projetar visualmente seus filmes utilizando cenografia e figurino ao recriar situações inacessíveis ou criar mundos impossíveis, e utilizar alguns truques cinematográficos.

2.2 CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN NO CINEMA

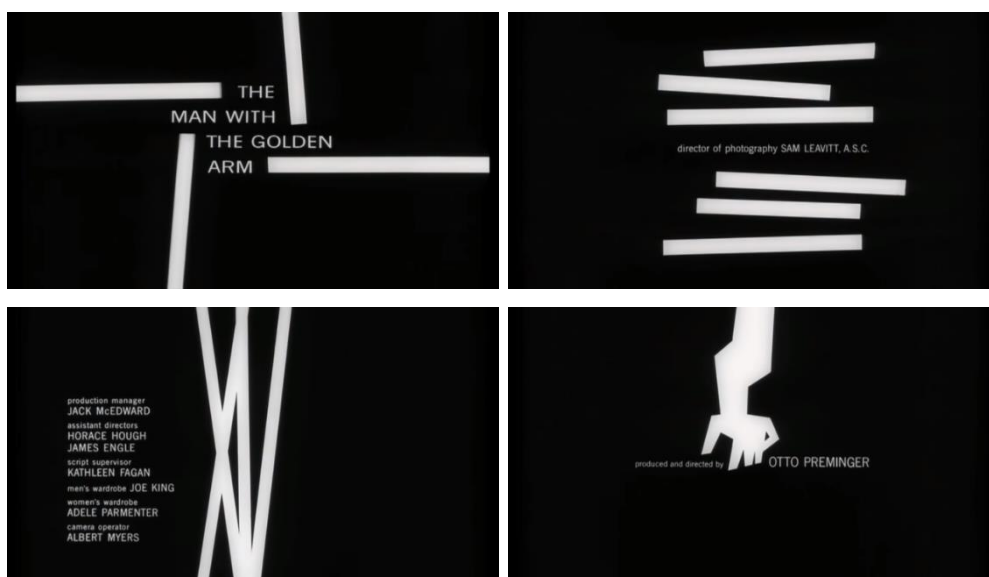
2.2.1 Criando identidades visuais memoráveis

Assim como a capa de um livro pode influenciar no nosso poder de compra, a identidade visual de um filme tem peso suficiente na nossa decisão de assisti-lo quando não temos acesso ao sinopses ou trailers naquele momento. Os cartazes e títulos sempre existiram para divulgação e identificação, porém cada um recebeu importância diferente durante o tempo, onde os créditos iniciais foram tardiamente pensados em serem desenvolvidos como participante do enredo do filme e ferramenta de marketing.

Segundo Saul Bass, o objetivo de qualquer título é apoiar o filme e através de seu desenvolvimento é possível condicionar os espectadores a terem uma relação emocional com o ele logo nos créditos iniciais. Bass foi um designer gráfico pioneiro na transformação de títulos e créditos feitos durante um período em que a tipografia, principalmente a ruim, como cita, dominavam as aberturas das produções.

Em sua carreira de designer e cineasta, desenvolveu identidades para filmes de diretores icônicos como Alfred Hitchcock em *Vertigo* (1958) e *Pyscho* (1960), e Martin Scorsese em *Goodfellas* (1990), mas foi através do convite do diretor Otto Preminger para criar a abertura de seu filme *The Man with the Golden Arm* (1955) que tudo se iniciou. Saul Bass identificou a importância que “um singelo elemento visual, bom, ruim ou indiferente pode se tornar o discurso para um filme”.

Figura 1: Abertura do filme *The Man with the Golden Arm* (1956)



2.2.2 Planejando e desenvolvendo ideias

As ambientações cada vez mais complexas que vemos nos filmes atuais só foram possíveis de chegar às telas dos cinemas e dos *streamings* devido ao planejamento igualmente trabalhoso pelos departamentos de produção (realização) e Arte.

Segundo Michael Rabiger (2003), o trabalho do designer de produção é planejar a estética do filme e projetar maneiras de justificar visualmente personagens e suas realidades, dificuldades e sentimentos. Ele realiza essas atividades junto a equipe de arte, onde desenvolve caracterizações, cenários, interiores e combinações de cores que materializarão as ideias pensadas pelo diretor. Claudio Yutaka Suetu (2010), complementa que em alguns casos, o designer de produção pode co-dirigir algumas cenas. O designer de produção é portanto, o topo do departamento de arte.

A primeira utilização do termo *production design* surgiu com o filme ... E o Vento Levou (1939), romance adaptado no livro de Margaret Mitchell, onde retrata a vida da adolescente Scarlett O'Hara que vive cercada por pretendentes, mas está apaixonada pelo noivo de sua prima. Entretanto uma guerra eclode após onze estados do sul decidirem se separar dos demais para formar uma confederação.

Figura 2: Cenas do filme ... E o vento Levou (1939)



A complexidade do roteiro e dificuldades com a equipe, o filme passou pela mão de diversos diretores, para sua realização resultou com que o diretor de arte William Cameron Menzies extrapolasse sua função “ao elaborar detalhadamente toda a visualidade do filme, mantendo sua unidade através de uma filmagem atribulada e várias trocas de diretores”. Logo, o produtor decidiu dar-lhe esta titulação (COUTO, 2004).

Por se tratar de um termo recente a ser utilizado pelas produções brasileiras, muitas vezes comparados aos Diretores de Arte apesar de ambos realizarem funções diferentes, mas podendo atuar na mesma área dependendo da experiência adquirida por eles. Na prática enquanto o designer de produção examina com diretor e diretor de fotografia o roteiro e determinam as especificações e particularidades do mundo a ser criado para aquele projeto, o diretor de arte e sua equipe planejam e desenvolvem todo o design material responsável por materializar as ideias previamente discutidas pelo chefe do departamento de arte, o designer de produção.

2.2.3 Vestindo pessoas, dando vida a personagens

A maneira como nos vestimos fala muito sobre nós, nossas preferências e grupos sociais, da mesma maneira que para pessoas reais o vestir carrega uma significância, para que personagens ficcionais pareçam reais também é necessário vesti-los pensando em todas as interferências sociais, culturais que ele poderia ter como bagagem.

Segundo Rabiger (2003), o profissional responsável por codificar através da indumentária a personalidade e humor de cada personagem representando sua autoimagem e intenções no mundo é o *costume designer*, ou figurinista. Esse profissional, emprestado do teatro, não está limitado a confeccionar vestuários exclusivamente com o intuito de vestir.

Num filme o vestuário não é jamais um elemento artístico isolado. Deve-se considerá-lo em relação a uma certo estilo de direção, cujo efeito pode aumentar ou diminuir. Ele se destacará dos diferentes cenários para pôr em evidência gestos e atitudes do personagem. (...) Por harmonia ou por contraste, deixará sua marca no grupamento do atores e no conjunto de um plano (EISNER, 1949, apud MARTIN, 2013).

Figurinistas conhecem linguagens visuais e técnicas das áreas de moda, cinema e cultura que os possibilitam o desenvolvimento de caracterizações adequadas a proposta do filme. É imprescindível, por exemplo, que conheçam profundamente teoria das cores e sua relação com os equipamentos de filmagem, para saberem identificar que tons mais claros ou mais escuros podem não ficar coerentes com a estética proposta e fazer o personagem desaparecer durante a rodagem. Ainda devem conhecer de materiais, pois alguns materiais utilizados para vestir em contato com outras superfícies do set podem causar ruídos não planejados pela equipe de som (RABIGER, 2003).

Figura 3: Figurino realista do filme *Elizabeth* (1998)



Segundo Marcel Martin (2013) pode-se dividir em três os tipos de vestuários de cinema, sendo eles: *realistas*, nos quais retratam a realidade histórica desenvolvidos a partir da pesquisa imagética com documentos da época, figura 3; *pararealistas*, onde se inspiram na moda da época, mas a estilizam desenvolvendo uma elegância atemporal; e os *simbólicos*, onde o vestuário tem a missão de traduzir simbolicamente tipos sociais ou estados da alma.

2.2.4 Construindo mundos

Quando discutimos sobre paisagens no cinema, percebemos que elas retratam uma variedade de possibilidades, sejam elas reproduzindo a nossa realidade ou criando imaginárias. Numa produção o cenário, quer sejam de interiores ou de exteriores, tem mais importância do que no teatro, pois no cinema o realismo é uma exigência da ambientação (MARTIN, 2013).

O *set designer* ou cenógrafo, segundo Catherine Kellison (2006), é o profissional responsável por projetar ambientações nas quais os filmes serão rodados. Esse profissional, com o Designer de Produção, cria plantas e modelos de ambientações, supervisiona a construção de sets, chãos, telhados ou peças móveis.

Figura 4: Cenário 2001 - Uma Odisseia no Espaço (1968)



Em 2001: Uma Odisseia no Espaço filme dirigido por Stanley Kubrick retrata a viagem de uma tripulação, menos dois astronautas, em estado de hibernação que seguem em missão espacial para os confins do sistema solar acompanhando o sinal emitido por um objeto desconhecido que apareceu na lua em 2001. Segundo Couto (2004), o design de produção deste filme revolucionou as produções de ficção científica utilizando a tecnologia para criar ambientes nada familiares a vida na Terra, muito menos de maneira fantasiosa como os filmes do gênero lançados anteriormente. Após 51 anos de seu lançamento o filme continua a se referenciar.

A autora ainda identifica que por ser o componente mais vivível do conjunto visual do filme e que o delimita e define o espaço de ação, o cenários é uma espécie de “âncora” para os outros elementos numa produção.

3 DESIGN THINKING

3.1 O PENSAMENTO DE DESIGN

A inexistência de objetos que facilitassem as atividades impossíveis do corpo humano realizar ou usufruir motivou aos povos antepassados o desenvolvimento de diferentes artefatos móveis que através do saber artesanal e artístico evoluíram junto às suas civilizações. Segundo Rafael Cardoso, em seu livro *Uma Introdução à História do Design* (2004), o processo de mudança em que o indivíduo desenvolve e executa o artefato, para o momento em que este separa nitidamente o projetar do fabricar é um dos marcos na caracterização do design. Logo, “o designer se limita a projetar o objeto para ser fabricado por outras mãos, ou de preferência, por meios mecânicos.”.

Entretanto, a definição de design não é tão simples ou direta e continua a passar por intensas discussões. A maneira em que esta transição nem um pouco simples ou uniforme ocorreu dificulta a aplicação de sua definição de maneira tradicional já que regiões geográficas passaram pelo processo em momentos diferenciados.

O emprego da palavra permaneceu infrequente até o início do século 19, quando surgem primeiramente na Inglaterra e logo depois em outros países europeus um número considerável de trabalhadores que já se intitulavam designers, ligados principalmente mas não exclusivamente à confecção de padrões ornamentais na indústria têxtil (DENIS, 1996, p. 62 apud CARDOSO, 2004, p. 16).

De maneira etimológica define-se o termo *design* de duas maneiras: a primeira, em inglês, referindo-se a ideia de plano ou configuração sendo não apenas aplicado a objetos fabricados pelo homem, mas também pelo universo; e a segunda, de origem latina, *designare*, é um verbo que abrange tanto o sentido de designar quando o de desenhar. Através de suas definições percebe-se que o design é ambíguo, uma contínua tensão dinâmica entre seu abstracionismo e sua concreticidade, entre a emoção e a razão. (CARDOSO, 2004)

Enquanto Rafael Cardoso retoma as discussões sobre as origens e definições de *design*, o CEO da empresa IDEO, empresa que originou estratégias de design fundamentadas em inovações humano centradas, Tim Brown em seu livro *Change by*

Design (2009) sugere aos designers contemporâneos e outros profissionais que explorem e retomem esta ambiguidade que o design tem enraizado em seu conceito, mais especificamente o seu abstracionismo e a sua emoção, através da abordagem proposta por ele conhecida como *Design Thinking*.

O Design Thinking depende na nossa habilidade de ser intuitivo, de reconhecer padrões, de construir ideias que são emocionalmente significativas e também funcionais, de nos expressarmos na mídia além de palavras ou símbolos. (Tradução livre, BROWN, 2009, p. 14)

Naturalmente produto do sistema industrial, o design durante a revolução industrial foi peça chave na transformação do consumo pela sociedade. Seus produtos gerados a partir do reflexo de inovações tecnológicas recorrentes resultaram em artefatos com grande valor agregado em diversos momentos da história, contudo esta ascensão desenvolveu uma cultura extremamente consumista, vista negativamente pelo alto nível de obsolescência e desperdício de seus produtos hoje enraizando-se em nossa rotina criativa e transformando os designers conhecidos inicialmente como “reformadores sociais e idealistas” em meros “carismáticos vendedores de panaceias”. Entretanto, a revolução na comunicação acendida pela Internet possibilitou a aproximação de diferentes grupos “dando-lhes oportunidade de compartilharem perspectivas e criarem novas ideias como nunca pensado antes” (SUDJIC, 2008; BUNGARTEN, 2013; BROWN, 2009).

Reflexo dos valores emocionais e culturais de uma sociedade, o design retoma ao seu processo desta vez seguindo o fluxo inovador no qual está inserido. Enquanto Deyan Sudjic aponta em seu livro *A Linguagem das Coisas* (2008) que a linguagem do design está em constante evolução e modificação, Tim Brown (2009) justifica que a inovação é a chave de acesso para o novo design e que não estamos mais limitados a projetar produtos e sim, tarefas centradas no usuário que incluam novos tipos de processos, interações, formas de entretenimento e maneira de comunicação e colaboração. Por fim, Rafael Cardoso liga a ideia dos dois autores citados anteriormente com a citação retirada do livro *Design para um Mundo Complexo* (2013):

O design é um campo de possibilidades imensas no mundo complexo em que vivemos. Por ser uma área voltada, historicamente, para o planejamento de

interfaces e para a otimização de interstícios, ela tende a se ampliar à medida que o sistema se torna mais complexo e à medida que aumenta, por conseguinte, o número de instâncias de inter-relação entre suas partes. (...) Em seu sentido mais elevado e ambicioso, o design deve ser concebido como um campo ampliado que se abre para diversas outras áreas, algumas mais próximas, outras mais distantes. Nesse sentido, o designer pode sim ser artista, ou artesão, arquiteto, engenheiro, estilista, marqueteiro, publicitário ou uma infinidade de outras coisas. A grande importância do design reside hoje, precisamente em sua capacidade de construir pontes e forjar relações num mundo cada vez mais esfacelado pela especialização e fragmentação de saberes. (CARDOSO, 2013, p. 128)

É através dos conceitos de transdisciplinaridade e transversalidade, propostos pela autora Vera Bungarten (2013), que podemos compreender porque o design é uma disciplina abrangente e como consequentemente este profissional não está preso as limitações e classificações do que é ou deixa de ser. Segundo Licínio de Almeida (2010), citado por Bungarten (2013, pg.4), entende-se por transdisciplinaridade “a construção do conhecimento pelo reconhecimento de pontos de convergência entre as várias áreas e a sua abordagem conjunta”, enquanto que a transversalidade “proporciona novos espaços de construção e circulação de saberes onde a hierarquização já não será a estrutura básica, e onde situações até então insuspeitas poderão emergir.” O design é jovem, portanto encontra-se em fase de aprendizado e experimentação, e também híbrido em sua essência onde opera na junção entre corpo e informação, entre artefato, usuário e sistema. (CARDOSO, 2013. p.130).

Portanto como identificado por Brown (2009), um grupo interdisciplinar, diversos campos de formação e prática, de *design thinkers* estão mais aptos a enfrentar problemáticas de design mais complexas já que estes contribuirão de maneira igualitária no projeto sendo todos responsáveis pelas ideias geradas.

As ações de cada um juntam-se às ações de outros para formar movimentos que estão além da capacidade individual de qualquer uma de suas partes componentes. Não é responsabilidade dos designers salvar o mundo, como clamavam as vozes proféticas dos anos 1960 e 1970, até porque a crescente complexidade dos problemas demanda soluções coletivas. (CARDOSO, 2013, p. 22)

Brown (2009) justifica que apesar de usar a inovação como principal guia de desenvolvimento de design, o *design thinking* não nega as antigas metodologias da área, sendo originário de um apanhado de habilidades desenvolvidas durante décadas na busca de interligar as necessidades humanas com os recursos técnicos em diferentes problemáticas onde almejam à procura de desenvolver “novos produtos que equilibrem a necessidade individual e social; novas ideias que enfrentem problemas globais de saúde, pobreza e educação; novas estratégias que resultem em diferenças que sejam importantes, tenham propósito e envolvam todas as pessoas afetadas por elas.”

Percorrendo todo o pensamento construído sobre *design thinking* e suas aplicações, compreendemos que o pensamento de design busca inovar em suas maneiras de aplicação, resolução de problemas e desenvolvimento de ideias além das tradicionalmente delimitadas ao design(er) adaptando métodos clássicos de maneira inovadora para problemas da atualidade ao inserir personagens de áreas de conhecimento diversas além dele, não excluindo de maneira alguma a sua importância no processo.

3.2 UMA METODOLOGIA POLÊMICA, MAS DEMOCRÁTICA

Por se tratar de uma metodologia recente em comparação a outras metodologias de design é crescente a quantidade de profissionais que criticam o *design thinking* sugerido por Tim Brown (2009), alguns se embasam na facilidade de acesso por não designers, enquanto outros acreditam ser demasiadamente superficial para a resolução de problemas mais complexos.

Sendo um método centrado no usuário que busca não apenas resolver problemas de maneira convencional, mas com a intensa participação do ser humano no processo, o *design thinking* se torna democrático ao “colocar suas ferramentas nas mãos de pessoas que nunca pensaram em si como designers para que possam aplica-los em uma vasta gama de problemas” (BROWN, 2009, pg.14). Interpretando literalmente esse trecho em que Tim Brown diz que “qualquer pessoa poder ser designer” não sentimos confiança e segurança alguma nessa metodologia, porém este conceito apresenta algumas problemáticas identificadas por *design thinkers* na prática.

Assim como existem exemplos de baixa e alta qualidade de *design thinking*, também existem em outras áreas do design. Um dos fatores deste problema é o “teatro da inovação” percebido por Michael Hendrix, sócio da IDEO e líder do seu escritório de Cambridge em Massachusetts, em entrevista dada para o site FAST COMPANY, onde percebeu que “empresas precisam ser criativas e inovadoras e por estarem procurando uma maneira rápida de alcançar esses objetivos, pulam etapas”. (SCHWAB, 2018 apud SEGRAN, 2018)

Intencionados em seguir as tendências do mundo dos negócios, os empresários e investidores estão em larga quantidade no processo de design e desenvolvimento de ideias de suas empresas, devido a isso os designers e os criativos vêm-se numa imersão tão prolongada explicando os processos para a equipe financeira que perdem o foco para a criação e resolução dos problemas. Por se tratar de uma metodologia exploratória em que uma de suas fases sugere testes com usuários, há uma considerável “perda de tempo” que na prática para investidores e empresários torna-se caro demais. Logo, designers e criativos acabam realizando produtos medíocres devido aos bloqueios gerados por pessoas que não entendem seu processo criativo (ERSOY, 2018; BROWN, 2009).

Como resolução deste problema, Lilian Ayla Ersoy (2018) e Tim Brown (2009) sugerem que a equipe financeira pratique a confiança em seus criativos e que os criativos trabalhem com profissionais profundamente comprometidos e incluam experts em comunicação, design da interação, design gráfico e outras áreas. É importante também ter como supervisor um designer ou outro criativo que saiba filtrar as distrações da equipe os direcionando. Logo, a democratização da maneira de trabalho do designer, seja ele aplicando as estratégias de *design thinking* ou outras metodologias de design, facilita a dinâmica de trabalho entre os experts.

Hendrix (2018) e Brown (2009) concordam que é necessário um equilíbrio entre o seguir a metodologia e segui-la rigidamente. Os perigos de tornar uma metodologia “aberta, compreensiva e interativa” em algo ditatorial coloca em risco o projeto possibilitando sua falha, portanto é imprescindível seguir o processo criativo respeitando colegas e outros profissionais durante a etapa de maturação necessária.

Assim como qualquer processo de inovação, quando direcionado para criação de maneira metodológica, que é novo e ainda está em fases de experimentação ocorrerão acertos, erros e insegurança numa primeira utilização. Isto é certo, mas cabe a nós testarmos estes métodos e aplica-los com o apoio de outras metodologias

de projeto que acreditamos ser adequadas quando necessário. Hendrix (2018) conclui então que é necessário discutir os resultados do *design thinking* independentemente de sua qualidade para que o método aprimore-se.

4 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

4.1 O QUE É PRODUÇÃO AUDIOVISUAL?

A indústria audiovisual utiliza-se do termo “produção” para definir diferentes etapas numa projeto cinematográfico, entretanto a amplitude de definições pode causar dúvidas àqueles com pouco ou nenhum conhecimento das etapas em que o filme se encontra ou que são necessárias para sua realização. De maneira geral podemos definir como Produção Audiovisual as etapas de realização de uma ideia que utiliza som e imagem em conjunto para comunicar, informar, entreter e refletir.

Chris Rodrigues em seu livro *O Cinema e a Produção* (2007) instrui o leitor no processo de realização de um filme desde a ideia inicial a sua distribuição. Em um dos capítulos, onde desenvolve sobre as relações da produção e direção, ele escreve sobre o processo de produção, definindo a palavra e as funções desta na cadeia produtiva de um filme.

De maneira geral, produção é o período que envolve a filmagem propriamente dita, ou seja, as filmagens em termos fotográficos e a captação do som das cenas descritas no roteiro, envolvendo os atores principais sobre a supervisão do diretor. [...] De maneira mais específica, a produção de um filme é o conjunto de fases que envolvem sua preparação, passando pela filmagem propriamente dita e sua finalização até a primeira cópia do negativo aprovado. [...] Finalmente, chamamos de produção o departamento de execução do filme, que tem como função principal dar suporte ao diretor na execução do seu trabalho (RODRIGUES, 2007, p. 67-68).

Uma produção audiovisual independente do formato no qual está sendo realizada passa pelos estágios de desenvolvimento, preparação, pré-produção, filmagem (ou produção) e finalização (ou pós-produção), e tem o departamento de produção como responsável por fiscalizar o cumprimento destas atividades por todos membros da equipe e associados.

4.1.1 Origens

Historicamente o método de produção audiovisual que utiliza-se hoje foi criado devido à grande demanda de filmes causada pela expansão dos *nickelodeons*, sessões realizadas em grandes espaços com o custo de cinco centavos de dólar ou um níquel, que foram adotados pela população de baixo poder aquisitivo habitantes de bairros operários nos Estados Unidos (SKLAR, 1978, p.30 apud COSTA, 2012, p. 27). A democratização do cinema, já que as classes mais altas frequentavam sessões nos teatros, cafés e vaudevilles, marcou o início de uma grande atividade cinematográfica industrial, período em que “o cinema testemunhou uma série de reorganizações sucessivas em produção, distribuição e exibição” (COSTA, 2012).

As companhias dividiram-se entre os diferentes setores da produção e organizaram-se industrialmente, adotando uma estrutura hierárquica centralizada. Essa especialização substituiu o “sistema colaborativo” do período vaudeville no qual empresas [...] produziam num sistema de parceria, em que dois realizadores dividiam o trabalho de operação de máquinas e de confecção de filmes (o que torna a discussão da autoria uma tarefa particularmente complicada). (MUSSER, 1991 apud COSTA, 2012, p. 27).

Flávia Cesarino Costa (2012) identifica que durante a segunda década do século XX, conhecida como o período do cinema de transição, onde o cinema começou a se organizar de maneira industrial, estabeleceu-se as várias etapas de produção e exibição que originariam algumas das principais fases da produção audiovisual atual, transformando-se na primeira mídia de massa da história.

De maneira oposta a primeira década, conhecida como cinema de atrações, com exibições realizadas de maneira burlesca, circense e teatral, onde a performance e forma narrativa eram construídas pelo o *showman*-exibidor, o cinema de transição começa a produzir filmes mais longos durando cerca de 15 minutos, usam mais planos e contam histórias mais complexas. Mais uma vez o processo de produzir filmes vai se padronizando devido a necessidade de satisfazer a crescente demanda de exibidores (COSTA, 2012, p. 28-29).

Ainda neste período, empresas foram criadas e tinham reconhecimento mundial, onde as europeias dominavam o mercado, em particular a indústria francesa, seguida pela Itália e Dinamarca. Os estúdios Pathé, já tinha o reconhecimento que tem, em 1907, pois devido ao pequeno território francês foi forçada a expandir-se pelo mundo. Tinham três estúdios na França, supervisionados pelo diretor Ferdinand

Zecca, a empresa controlava todos o processo de produção, distribuição e exibição de seus filmes com grande variedade de gêneros (COSTA, 2012, p. 38).

Nos Estados Unidos, as empresas concorriam entre si e com filmes internacionais para ter sua parcela no mercado americano. Em 1908, as produtoras Edison e a Biograph criaram a MPPC, *Motion Picture Patents Company*, onde tentaram controlar o mercado norte-americano limitando e impedindo de outras empresas locais e estrangeiras unirem-se ao grupo, com o objetivo de assegurar um maior mercado para os filmes americanos. A MPPC padronizou os preços a serem cobrados por cada rolo de filme, regularizou lançamentos, assegurou que seus cinemas estavam dentro das leis e devido as pressões de autoridades políticas e religiosas e estimulou o preconceito contra filmes estrangeiros. Faziam parte desta companhia as empresas Vitagraph, Selig, Essanay, Lubin e Kalem, e as estrangeiras com sedes nos EUA, Méliès da Pathé e do importador de filmes europeus, George Kleine. (PEARSON, 1996, p. 25 apud COSTA, 2012 p. 40)

Apesar da fundação da MPPC e da seleta quantidade de distribuidores que faziam parte da companhia, houveram produtores independentes que começaram a distribuir seus filmes para os “excluídos”. Carl Laemmle, um destes distribuidores, fundou a *Independent Moving Pictures Company* (IMP) em 1909, em pouco tempo se tornaria um dos estúdios mais reconhecidos de Hollywood, a Universal.

Com criação de empresas e distribuidoras, as novas formas de pensar as imagens do cinema, a divisão de trabalho e especialização das funções, surgem os diretores, roteiristas, responsáveis pela iluminação, encarregadas do vestuário, cenógrafos, maquiadores e para que tudo funciona-se bem exigiu-se a racionalização do processo, supervisionado pelo produtor (IDEM, 2012).

O conceito do que é ser um produtor foi pela primeira vez definido por Thomas H. Ince, que introduziu em Hollywood o conceito de produtor criativo: o homem que conhece o suficiente de filmes para poder planejar, executar e supervisionar todas as etapas desenvolvidas pelos outros. (RODRIGUES, 2007, p. 69).

4.1.2 Tipos de produções

As produções audiovisuais não se limitam apenas a filmes longa-metragem de ficção. Existe no mercado audiovisual a possibilidade de aplicar a técnica e a linguagem cinematográfica para uma variedade de filmes além dos de gênero com diversas propostas de utilização.

Elizabeth Bastos Duarte (2007) simplifica os formatos das produções audiovisuais em categorias, apesar de aplicá-las às produções televisivas pode-se identificar as sua utilização em outros suportes audiovisuais, entre as seguintes categorias: entretenimento, informação, educacional e publicidade.

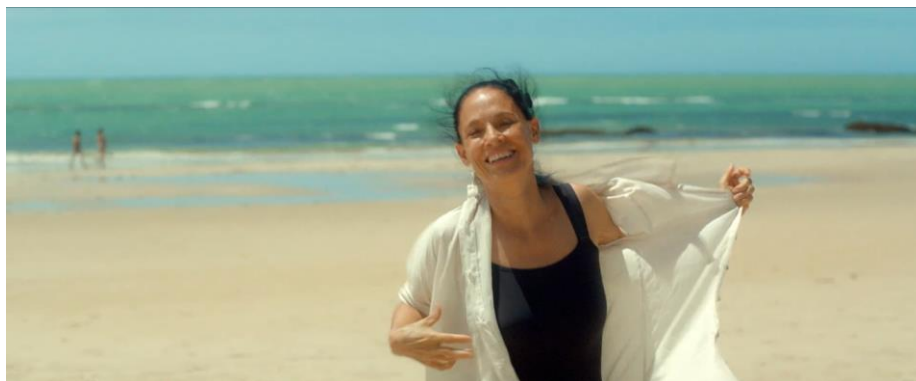
Figura 5: Categorias Audiovisuais

ENTRETENIMENTO Passatempo, entreter. Filmes, reality shows, programas de auditório, etc.	INFORMAÇÃO Personagens e acontecimentos reais. Jornais, documentários, debates
EDUCACIONAL Educar e instruir. Vídeo-aulas	PUBLICIDADE Venda, persuasão e divulgação de produtos ou serviços. Chamadas televisivas, filmes comerciais, propagandas políticas, etc.

Fonte: Comunicação Audiovisual – Elizabeth Bastos Duarte (2007)

A categoria de entretenimento é a mais variada entre as demais, fazem parte dela produções televisivas, cinematográficas e digitais. Alguns dos formatos comuns são os filmes, minisséries, webséries, *reality-shows*, novelas, animações, música, *talk shows*, programas de culinária, esportes, infantis e entres outros.

Figura 6: Cena do filme Aquarius (2016)



Como exemplo para categoria, utilizou-se um dos *frames* do filme *Aquarius* (2016) do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho. O cinema pernambucano tem recebido notória fama dentro e fora do país, onde o diretor é um dos nomes que explora nossa identidade através da narrativa fílmica local.

A *categoria de informação* abrange formatos que tem como personagem as pessoas reais, e como cenário suas casas, cidade e demais locais que frequentam diariamente. Ainda nesta categoria são noticiados acontecimentos naturais, políticos e religiosos. Alguns formatos comuns desta categoria são o debate, documentários, entrevistas e telejornais.

Figura 7: Cena do documentário Rio Doce/CDU (2013)



Exemplificando a categoria de informação, utilizou-se outra produção pernambucana, desta vez o filme documentário *Rio Doce/CDU* da realizadora Adelina Pontual. Este documentário conta com entrevistas de passageiros e funcionários da linha de ônibus mais conhecida da região metropolitana do Recife sendo montada com imagens do percurso original do transporte em sua narrativa.

A *categoria de educação* abrange materiais audiovisuais com o objetivo de educar e instruir. A produção educacional mais conhecida entre os brasileiros é o programa Telecurso 2000, lançado em 1978 e considerado o maior projeto de educação a distância, sendo um conjunto de teleaulas produzidas em parceria com a Fundação Roberto Marinho, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e a Federação do Estado de São Paulo (Fiesp), o projeto continua a servir como material de apoio e ensino para diversos alunos pelo Brasil a mais de 20 anos (MENEZES, 2001).

Figura 8: Telecurso de História



Fonte: Canal Telecurso

O material audiovisual das aulas desenvolvidas pelo programa contam com conteúdo educacional explicado e dramatizado por atores, além da participação do público em algumas matérias específicas. Na produção é possível identificar que utilizam da equipe de arte para facilitar na contextualização da aula, seja na caracterização de personagens (para o curso de história) ou apresentação gráfica de fórmulas matemáticas (para os cursos de exatas).

Além do Telecurso, que iniciou sua popularidade devido a facilidade de acesso, através da compra das fitas e livros em bancas de jornais, com o crescimento do ensino à distância (EaD) de maneira online novas matérias audiovisuais informativos estão sendo desenvolvidos.

A *categoria de publicidade* abrange todo tipo de material utilizado para a venda, persuasão e divulgação de produtos ou serviços. Alguns formatos comuns são as chamadas televisivas, filmes comerciais ou publicitários, político, sorteio e telecompra.

Figura 9: Comercial *BloodyMary* – LunetteCup



Fonte: Canal LunetteCup

Na figura 8, vemos o filme comercial do coletor menstrual da marca *Lunette*. No filme de trinta e nove segundos mulheres de um bar bebem um drink azul em uma taça de *Martini* enquanto uma nova personagem entra em cena e, diferente das outras, pede o drink *Bloody Mary* que é feito a partir de suco de tomate dando-lhe a tonalidade vermelha. Esta publicidade além de vender indiretamente seu coletor menstrual, critica outras publicidades que utilizam a tonalidade azulada para representar o sangue menstrual em seus produtos, tornando-se ao mesmo tempo persuasiva e política.

Por fim, além das quatro categorias principais já relatadas, podemos identificar outros filmes audiovisuais direcionados exclusivamente para religião, eventos, redes sociais e etc. Por vivermos em um período de rápidas mudanças, onde novos locais frequentados pelos usuários precisam ser alcançados, as produções audiovisuais encontram espaço na internet, em celulares e computadores e estão cada vez mais interativas.

4.2 DEPARTAMENTO E FUNÇÕES

A realização de qualquer obra audiovisual necessita de uma equipe técnica qualificada e experiente. Estes profissionais se reunirão em departamentos específicos para trabalharem em diferentes etapas da produção, porém é em conjunto com outros departamentos e possíveis auxiliares que será possível o filme acontecer. Vejamos então, como Rodrigues (2007) define a equipe técnica e suas funções em cada departamento.

Figura 10: Departamento e Funções

PRODUÇÃO Administra as burocracias e filmagens	DIREÇÃO Planeja o visual e o artístico do filme	ARTE Desenvolve a visão estética das ideias do diretor
FOTOGRAFIA Torna as ideias visuais do diretor reais	SOM Capta e desenvolve sons para ilustrar o filme	EDIÇÃO Transforma o material de fotografia e do som no filme

Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.2.1 Produção

Apesar de serem responsáveis pela parte administrativa de uma produção, exige-se desta equipe “um elevado senso artístico, contribuindo com sugestões e soluções de problemas em que esse sentido é extremamente necessário” (RODRIGUES, 2007).

Tabela 1: Funções e Atribuições da Equipe de Produção

Função	Atribuição
Produtor Executivo	Capta recursos financeiros e monta o projeto do filme.
Diretor de Produção	Administra, organiza e controla a realização do filme, desde seus custos ao gerenciamento.
Produtor	Produz os meios para a realização do filme.
Produtor de Elenco	Administra a seleção, contratação e cronograma de trabalho dos atores

Produtor de Platô	Representa o diretor de produção no set de filmagem.
Produtor de Pós-Produção	Organiza o andamento da finalização do filme.
Fotógrafo de Still	Fotografa imagens para a divulgação

Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.2.2 Direção

São responsáveis pela parte visual e artística do filme. O diretor conjuntamente ao produtor, é responsável pelo “clima, ritmo de ação, ambientação e contexto dramático dos atores” e para que sua função seja realizada conta com a habilidade de diversos profissionais. (RODRIGUES, 2007).

Tabela 2: Funções e Atribuições da Equipe de Direção

Função	Atribuição
1º Assistente de Direção	Assessora o diretor, informando a equipe técnica sobre a visão do diretor como a sua. Administra os recursos de produção no set.
Diretor de Dublês	Arranja e coordena o trabalho dos dublês.
Continuista	Assessora o diretor na continuidade dos planos, movimentos, figurinos, cenografia e etc.
Téc. de Efeitos Especiais	Assessora o diretor na execução de efeitos mecânicos (incêndios, tiros, bombas, etc.).
Téc. de Efeitos Visuais	Dirige os atores em set ao contracenarem com objetos adicionados digitalmente na edição

Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.2.3 Arte

Departamento responsável pela visão estética das ideias do diretor para o filme. Segundo Vincent LoBrutto (2002), esta equipe utiliza-se de criatividade, técnica, ilusão e realidade aplicadas a restrições financeiras para materializar as ideias criativas propostas.

Tabela 3: Funções e Atribuições da Equipe de Arte

Função	Atribuição
Designer de Produção	Responsável pelo visual e ambientação do filme. Fiscaliza os profissionais de arte.
Diretor de Arte	Executa o desenho e ambientação dos cenários.
Figurista	Planeja o vestuário dos atores de acordo com o roteiro e as ideias propostas
Cenógrafo	Cria a planta baixa do cenário
Cenotécnico	Constrói o cenário
Cabeleireiro	Cuida dos penteados e perucas
Maquiador	Responsável pela aparência simples ou complexa (efeitos) nos atores

Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.2.4 Fotografia

Departamento responsável por tornar as ideias visuais do diretor em realidade através da utilização de equipamentos de filmagem, fotografia e iluminação.

Tabela 4: Funções e Atribuições da Equipe de Fotografia

Função	Atribuição
---------------	-------------------

Diretor de Fotografia	Responsável pela iluminação, clima dramático, escolha de ângulos, movimentação e enquadramentos da câmera.
1º Assistente de Câmera	Responsável pelo foco, mudança de lentes, filtros e supervisão dos outros assistentes.
Camerman	Responsável pelos enquadramentos e planos, executa efeitos especiais de câmera.
Eletricista-Chefe	Seleciona, direciona e posiciona os equipamentos para iluminação das cenas.
Maquinista-Chefe	Seleciona, monta e movimenta equipamentos
Video Assist	Opera o monitor acoplado à câmera
Geradorista	Responsável pela operação, voltagem correta, ligação e alimentação de cabos.

Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.2.5 Som

O departamento de som é responsável por captar e desenvolver os sons que iram ilustrar junto as imagens a narrativa do filme.

Tabela 5: Funções e Atribuições da Equipe de Som

Função	Atribuição
Desenhista de Som	Responsável pela qualidade de captação, gravação de ruídos e mixagem dos sons.
Microfonista	Posiciona o microfone o mais próximo possível do ator sem interferir no enquadramento da câmera.
Téc. de captação de som	Responsável pela gravação <i>in loco</i> dos diálogos, ruídos ambientes e <i>playbacks</i> .

Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.2.6 Finalização (Edição)

O departamento de finalização (ou edição) é responsável por reunir todo material de imagem e som captado por seus específicos departamentos e uni-los. É o último departamento em contato com o material bruto antes do filme aprovado e encaminhado para a distribuição e divulgação.

Tabela 6: Funções e Atribuições da Equipe de Finalização (Edição)

Função	Atribuição
Diretor de Dublagens	Supervisiona e dirige dublagens dos filmagens.
Diretor musical	Cria e grava música em sincronia com as cenas do filme
Dubladores	Profissionais que disponibilizam sua voz para personagens
Editor de Som	Cuida do sincronismo das cenas, diálogos, ruídos e música, acompanhando a mixagem da trilha sonora.
Editor de imagens	Responsável pela edição das cenas finalizadas
Sonoplastia	Insere ruídos e música de arquivo
Téc. em gravação de ruídos	Grava sons de efeitos obtidos durante as filmagens e cria sons adequados à cena.

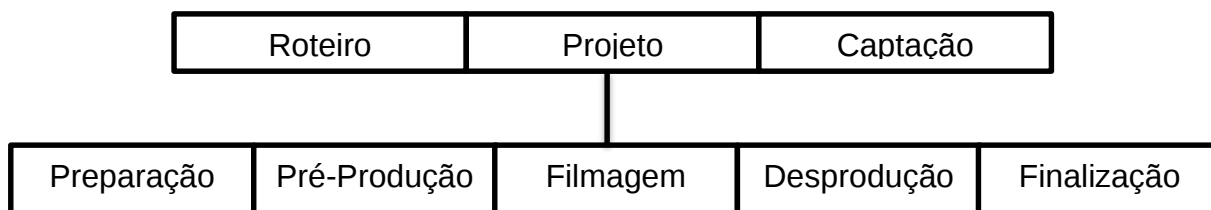
Fonte: O Cinema e a Produção – Chris Rodrigues (2007)

4.3 ETAPAS DE UMA PRODUÇÃO

Como mencionado por Rodrigues (2007), a palavra “produção” tem como definição as etapas de planejamento e realização do produto audiovisual iniciando-se

da ideia até sua finalização e distribuição. Neste tópico descreveremos as fases de produção e a interação do produtor em cada uma delas.

Figura 11: Fases da Produção



Fonte: O Cinema e a Produção (2007)

Inicia-se a realização de um produção com a seleção do roteiro pelo produtor. O roteiro é o filme em forma de texto. Syd Field (2001) define roteiro como uma “história contada em imagens e descrições, localizada no contexto da estrutura dramática” que precisa apresentar início, meio e fim. Ainda que possa ser alterado no decorrer da produção, o roteiro é necessário para qualquer tipo de produto audiovisual, pois é a partir dele e das ideias do diretor que os departamentos se organizaram.

Sérgio J. Puccini Soares (2007) identifica em sua tese uma ruptura da primeira etapa no processo de produção e realização do filme de ficção quando comparado ao documentário. Neste caso não é obrigatória a escrita de um roteiro no período de pré-produção do filme, pois será resultado de um “árido trabalho de montagem [...] que será feita a partir de muito material filmado”. Logo, pode-se dizer que no processo de produção de um documentário, substituímos o roteiro pelo argumento, resumo da ideia ou temática, pois através dele também podemos verificar a viabilidade de um projeto em todas as suas etapas.

Definido o roteiro (ou argumento) o projeto do filme é preparado pelo produtor para encaminhamento à investidores ou editais de financiamento público, como ANCINE e FUNCULTURA ou privado, como Itaú Cultural onde tentará a captação de recursos para sua realização. O projeto do filme precisa apresentar informações como apresentação, justificativa, sinopse do roteiro, roteiro literário, análise técnica, decupagem diversas, currículos da produtora, dos produtores, diretores e equipe principal, documentos legais da empresa e um orçamento preventivo do custo do projeto para que possa vender à investidores títulos no valor orçamentado possibilitando a realização do filme (RODRIGUES, 2007).

4.3.1 Preparação & Pré-Produção

Segundo Rodrigues (2017), cada filme é particular, o processo de produção e duração em cada fase irá depender de diversos fatores como orçamento, disponibilidade de atores e da equipe, tempo de confecção de arte e figurino, definição de local, entre outros. Portanto, a fase de preparação é a etapa crucial para que uma produção saia como planejado. Nesta fase, o produtor faz um levantamento detalhado de tudo o que é necessário para a realização do filme de acordo com a visão criativa do diretor. A fase de preparação envolve as seguintes etapas:

- a) Definição da administração da produção onde se baseará o departamento de produção, responsável pela administração, logística, tática e custos de filmagem.
- b) Definição das locações, importantes para quem a ambientação da ideia do diretor seja possível, já que ele narra através de planos. Nesta etapa são contratados a equipe para dar seguimento a produção, sendo eles o produtor executivo, diretor de produção, 1º assistente de direção e produção e o coordenador de produção.
- c) Decupagem de direção, onde o diretor definirá os planos, lentes, movimentos de câmera e de atores.
- d) Roteiro técnico, realizado pelo diretor, é um roteiro numerado com planos e indicações básicas da decupagem de direção.
- e) Análise técnica de direção, realizada pelo 1º assistente de direção com a ajuda do diretor de produção, aqui reuniram todas as informações direcionadas pelo diretor para a realização do filme, ou seja, tipo de locação, características dos autores. Divide-se em: geral, de cenas e de departamentos.
- f) Definir cronogramas, divididos em dois: o físico, aquele com as datas de todas as etapas de realização do filme, e o analítico, que determina os dias e o que vai filmar em cada.
- g) Decupagens diversas, é a etapa em que cada departamento irá detalhar as necessidades por sua parte para a realização do filme. São realizadas as seguintes decupagens:

- i. Decupagem de produção – detalhe das providências para solucionar, solicitadas pelos chefes de departamento (direção, produção, fotografia, arte, som e montagem) após análise técnica.
 - ii. Decupagem dos departamentos – o que cada departamento precisa para realizar a demanda criativa do diretor
 - iii. Decupagem técnica de produção do filme – especificações globais do filme: quantidade de cenas diurnas e noturnas, atores e figuração, equipamentos. Realizado pelo diretor de produção.
 - iv. Decupagem da equipe técnica – definição de todos os membros da equipe técnica e do tempo necessário para contrata-los em cada fase, de acordo com a necessidade de cada chefe de departamentos.
- h) Definição do orçamento definitivo, baseado nas informações adquiridas com as análises técnicas, cronogramas e decupagens. Contém duas versões a detalhada e a consolidada.

A fase seguinte a preparação é conhecida como pré-produção. Nesta fase, o produtor é responsável pela contratação de tudo que foi definindo na fase anterior para que os departamentos realizem seus trabalhos conforme definido com o diretor e os chefes de departamentos. Este profissional, também fiscaliza as burocracias, os contratos, os pagamentos, averigua o cumprimento das normas sindicais, compra materiais e tantas outras etapas quanto necessárias para a realização do filme.

Apesar de serem divididas em dois processos, preparação e pré-produção, na prática alguns produtores consideram as duas etapas como uma, a pré-produção. Sabendo que com a definição das necessidades na fase de preparação, a resolução pode acontecer logo em seguida não respeitando necessariamente uma pausa entre as duas ações, principalmente quando os prazos para a realização são curtos.

4.3.2 Filmagem & Desprodução

A etapa de filmagem, ou produção, é o processo no qual todos os departamentos já estão com seus materiais revisados pela equipe de produção e os chefes de departamento, as autorizações já foram feitas e demais necessidades para que a rodagem do filme ocorra com o mínimo de imprevistos foram resolvidas. Nesta etapa o produtor está em presente na locação e se comunica com os demais

produtores, produtor executivo e diretor de produção, além dos demais departamentos diretamente quando há uma necessidade.

Segundo Chris Rodrigues (2007), durante as filmagens é função do produtor verificar as necessidades da ordem do dia anteriormente ao início das filmagens, enviar a gravação do dia diretamente para o laboratório ou ilha de edição, relatar a administração as atividades, erros e atrasados do dia, fiscalizar e evitar que despesas sejam realizadas sem autorização e quando realizadas pedir notas fiscais, estar preparado com autorizações, cumprir e fazer com que cumpram as ordens do dia e manter a locação do mesmo estado em que a encontrou.

A desprodução é a etapa em que os itens são devolvidos após as filmagens e aprovadas pelo diretor. Boa parte da equipe já foi liberada nesta etapa, restando apenas as pessoas com equipamentos a serem devolvidos. Nesta etapa checa-se todos os itens alugados e emprestados, lava-se e passa-se roupas emprestadas e por último destinam-se os itens comprados e enviam-se cartas de agradecimento pelos materiais emprestados.

4.3.3 Finalização

Após a realização de todas as etapas de pré e produção, chegamos a finalização, também conhecida como pós-produção. Durante esta fase, o produtor após dispensar os demais profissionais da etapa de produção, interage com novos profissionais e departamentos responsáveis pela edição, montagem e logística de distribuição do filme.

Segundo SOARES (2007) esta é a fase em que o documentário se “resolve”. Logo após a captura de uma grande quantidade de material de filmagem, esta etapa pede a escrita de um roteiro que direcionará a montagem. Deve ser realizado pelo montador ou editor do filme, acompanhado pelo diretor.

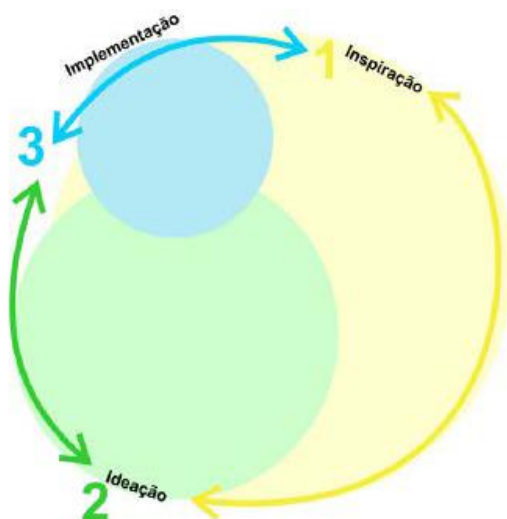
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 METODOLOGIA DO PROJETO

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do projeto foi a proposta por Tim Brown (2009), conhecida como *Design Thinking*, este método simplifica e democratiza o processo de resolução de problemas utilizado por designers em diferentes fases de aprendizado e experiências profissionais, possibilitando sua aplicação em situações e ambientes além das áreas exploradas tradicionalmente pelo Design, focando sobretudo no usuário.

Segundo Brown (2009), o processo de design thinking é exploratório e apresenta um passo-a-passo de pilares sobrepostos com pontos de partida e pontos de referência pelo trajeto do projeto. Brown identifica-os como “Os três pilares de Inovação”: *Inspiração*, problema ou oportunidade que motiva a procura por soluções; *Ideação*, o processo de geração, desenvolvimento e teste de ideias; e *Implementação*, o trajeto que inicia-se da sala de projetos até o mercado ou consumidor final. Um projeto utilizando esta metodologia pode voltar por estes pilares diversas vezes enquanto a equipe refina suas ideias e explora novas direções.

Figura 12: Processo de Design Thinking



Fonte: Adaptado de Brown (2009) por DEMILIS, FIALHO e REIS (2016)

A fase de *inspiração* divide-se em três etapas: *insight*, caracterizada pelo processo de observação da ação e interação de pessoas com o mundo; *observação*,

resultado da etapa de *insight*, auxilia na delimitação prévia de possíveis ideias; e a *empatia*, etapa final de observação, coloca o designer na “pele” do usuário entendendo-o através dos processos funcionais, cognitivos e emocionais de sua relação com o produto e o meio, para enfim definir o problema ou ideia a ser projetada. São utilizadas como suporte as técnicas de *brainstorming*, *visual thinking* e pensamento integrativo para sintetização e seleção das ideias e possibilidades de ação identificadas durante a etapa.

Nas fases de *ideação* e *implementação* é utilizado como suporte a *prototipação*. Enquanto na *ideação*, prototipar serve para certificar que as ideias apresentam funcionalidade e emoção, na etapa de *implementação* esta atividade determina entre os projetistas se há ou não aceitação suficiente do produto, serviço, experiência ou sistema de organização definindo sua aplicação. Quando prototipando coisas não tangíveis é possível utilizar outros meios como o *storyboards*, ou técnicas de teste de usabilidade com usuários.

Os processos propostos por essa metodologia possibilitam ao designer uma base segura para o desenvolvimento de projetos de *codesign*, onde há a participação de design e outras áreas, visto que as etapas compartilhadas com outros usuários no projeto abre margem para a aplicação de diferentes percepções científicas e técnicas do fazer. Logo, utilizou-se como metodologia complementar os processos de produção audiovisual sugeridos por Chris Rodrigues em *O Cinema e a Produção* (2007).

5.2 INSPIRAÇÃO

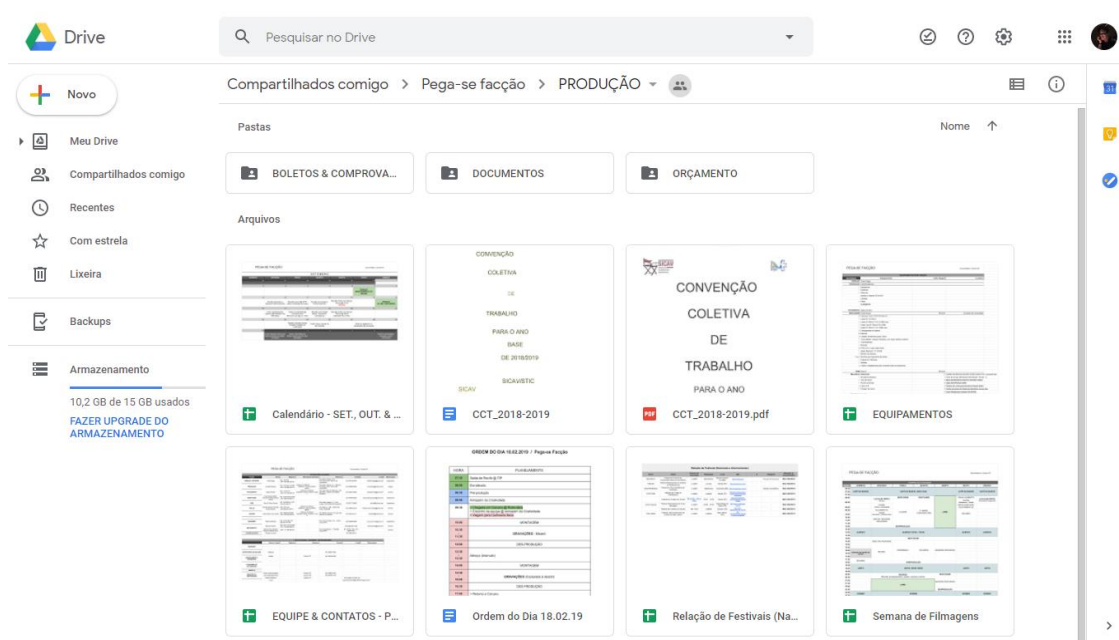
Produzir o documentário “Pega-se Facção” com argumento e direção de Thais Regina Braga Leite, sendo seu projeto de graduação em Design e ganhador do prêmio Naíde Teodósio de Estudos de Gênero – Ano X na categoria roteiro para documentário digital de curta. As limitações do orçamento disponibilizado para a realização do documentário e a necessidade de alguém para produzi-lo fez surgir a oportunidade de aplicar o processo de Design Thinking na realização do filme.

5.3 IDEACÃO – PRÉ-PRODUÇÃO

Iniciamos a primeira fase de realização do documentário com a reunião entre produção e direção. Nesta etapa foram apresentados pela direção o argumento do documentário, o formato, as atrizes sociais (entrevistadas), a locação, a equipe previamente selecionada, o orçamento disponível e os prazos para finalização. Sendo a proposta do documentário relatar as realidades familiares, financeiras e de saúde das costureiras de facção da zona rural de Caruaru-PE.

Expostas as informações sobre o documentário, iniciou-se o processo de produção do filme. Para segurança e facilidade de comunicação entre produção e os demais departamentos foi criada uma pasta compartilhada no *Google Drive*. Todos os documentos, orçamentos, planejamentos e materiais técnicos ficaram disponíveis online facilitando a comunicação entre a equipe de Recife com a de Caruaru.

Figura 13: Pasta compartilhada da produção no *Google Drive*



5.3.1 Levantamento de informações

5.3.1.1 Contatos

Para o planejamento da produção foi necessário realizar o levantamento das informações da equipe, das entrevistadas, apoios e possíveis patrocinadores e foi gerado uma planilha com as informações específicas para cada grupo. Estas informações serviram para manter o contato entre produção e demais departamentos.

Tabela 7: Descrição das informações na planilha de produção por grupo

Grupo	Função	Nome	Outras Informações
Equipe	Direção	Thais Braga	RGs e CPFs, informações bancárias, endereço, telefone, email e observações (tipo de dieta).
	Produção	Camilla Barbosa	
	Dir. de Fotografia e Operadora de Câmera	Sylara Silvério	
	Logger	Twany Moura	
	Técnica de Som	Elisa Zi	
	Fotografa de Stills	Amanda Rocha	
Entrevistadas	Costureiras	Micaele	RGs e CPFs, endereço, telefone e disponibilidade de gravação.
		Luciene	
		Eduarda	
		Rosângela	
Apoios e Patrocinadores		Nome da empresa, nome do responsável, função, telefone e e-mail.	

Fonte: A autora

5.3.1.2 Materiais e Equipamentos

Por se tratar da produção de um documentário de baixo orçamento alguns departamentos e funções comuns na realização de filmes de ficção foram excluídos do processo por não serem necessário. No entanto, a equipe realizou funções adjacentes além da sua principal função e a quantidade de materiais e equipamentos foi reduzida.

A *produção* e *direção* utilizaram materiais próprios, como internet, notebook, impressora e telefones para o planejamento do filme.

A *fotografia* e o *som* utilizaram equipamentos disponibilizados entre a parceria UFPE e Armazém da Criatividade, unidade avançada do Porto Digital em Caruaru, onde foi disponibilizado uma lista para selecionarem o que precisavam antes de fazer

a solicitação. Além de utilizarem outros materiais terceirizados por profissionais e empresas da área específica. Unidades de armazenamento, pilhas, baterias, extensões e alguns tripés foram comprados para a produção. Já *fotografia de stils* utilizou câmera e cartões de memória próprios.

5.3.2 Identidade Visual

Com o título já definido antes da conquista do edital, sugerimos a designer Danielly Melo o desenvolvimento de uma placa utilizada tradicionalmente pelas costureiras de facção em suas casas, já que na localização onde filmaríamos não havia nenhuma.

Figura 14: Desenvolvimento da placa Pega-se Facção



Fonte: Disponibilizado por Danielly Melo

A placa foi desenvolvida com os dizeres tradicional das costureiras, e título do documentário, em *lettering* utilizando a tipografia vernacular sobre papel madeira/kraft. Posteriormente essa identidade visual foi transformada em animação pela designer e animadora Isabela Fernandes para utilização na abertura do documentário.

5.3.3 Orçamento Geral

O orçamento encaminhado para inscrição no edital ao qual foi selecionado, conforme o anexo A, não tinham seus valores distribuídos de maneira condizente as funções da equipe, as despesas e possíveis riscos planejados para a realização do documentário. Portanto, foi necessário refazê-lo, respeitando principalmente as questões sindicais e atualização dos valores para a região, os gastos com logística de transporte e acomodação da equipe e demais imprevistos.

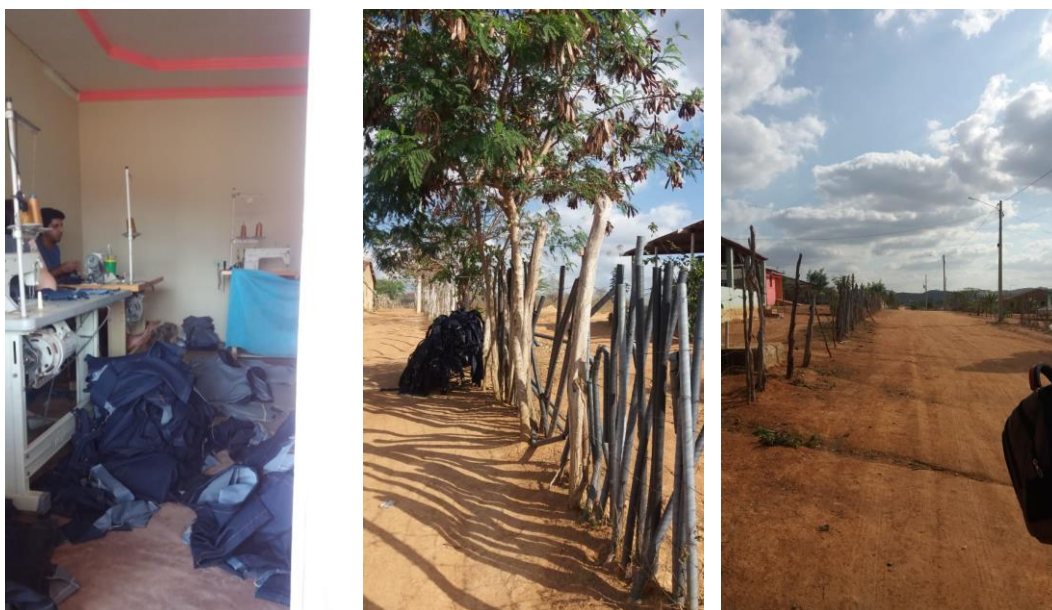
A partir da proposta estrutural do orçamento anterior, o novo orçamento, vide anexo B, foi seccionado pelas fases de produção (pré-produção, produção e pós-produção) e subdivididos pelas funções e necessidades reais de cada uma delas dentro da proposta do documentário.

5.3.4 Logística

Em razão da equipe se formada por profissionais que residem em Pernambuco, mas de diferentes locais do Brasil, e precisarem ser deslocadas para a zona rural de Caruaru durante o período de uma semana de filmagens, o transporte e as acomodações tiveram que ser bem planejadas para evitar perda de tempo, dinheiro e disponibilizar o conforto necessário da equipe para uma boa produção.

Antes de filmarmos, nós da produção e direção, realizamos uma visita técnica e pessoal às entrevistadas no Assentamento Veada Morta em Cachoeira Seca em Caruaru-PE, local onde foi rodado o documentário. Depois da visita retornamos para Caruaru, encaminhamos as fotos e vídeos do local para os departamentos de fotografia e som analisarem e identificamos as problemáticas de local a serem resolvidas para facilitar o trabalho da equipe técnica durante as filmagens.

Figura 15: Fotos da Locação em Cachoeira Seca, Caruaru-PE



Fonte: A autora

Devido a distância de Caruaru para Cachoeira Seca ser de aproximadamente 24,7 km, enquanto que de Recife para Cachoeira Seca é de 153 km. Optamos por nos alojar no Centro de Formação Paulo Freire localizado no Assentamento Normandia, onde economizamos tempo de viagem e ficamos confortáveis nos horários livres, já que na acomodação havia quartos compartilhados, banheiros, internet e refeições inclusas. Enquanto que para realizar o transporte da equipe e dos equipamentos saindo do alojamento para a locação diariamente foi alugado um carro Fiat Doblo 1.8 com 6 lugares através da locadora *Localiza Hertz* em Caruaru. Devido aos limites orçamentários a produtora realizou a dupla função de motorista durante o período.

5.3.5 Contratos, Solicitações e Reservas

Como mencionado nas etapas anteriores da produção para que se firmassem todos os compromissos entre equipe, produção e empresas terceirizadas, foi necessário a preparação de contratos, solicitações e reservas.

Os contratos entre a equipe foram desenvolvidos adaptando o modelo disponibilizado online pelo Sindicato dos Trabalhadores do Cinema e Audiovisual de Santa Catarina (SINTRACINE), conforme anexo C, onde delimita o período de filmagem, as funções do técnico contratado, direitos e deveres e valor do cachê a ser pago. Apesar de ter estudado os valores mínimos de cachê propostos pelo Sindicato

Interestadual da Industrial Audiovisual (SICAV) através da Convenção Coletiva de Trabalho 2018-2019, entramos em acordo de valores com as técnicas para continuarmos dentro do orçamento e realizar o filme.

Conforme anexo D, para o empréstimo dos equipamentos com desconto da parceria entre UFPE e Porto Digital, disponibilizados pelo Armazém da Criatividade, foi necessário uma solicitação da orientadora. Enquanto que para o empréstimo de equipamentos de terceirizados não foi necessário uma documentação prévia, devido à proximidade entre equipe e colegas de trabalho, entretanto solicitamos recibos, conforme anexo E.

A reserva do automóvel na *Localiza Hertz* se deu através do site da locadora e foi confirmado com documentação no momento da retirada e pagamento. Enquanto que para reservarmos o alojamento foi apenas necessário informa-los da quantidade de pessoas e das dietas específicas de cada uma delas.

Para ao transporte da equipe de Recife para Caruaru, tanto para ir quando para voltar, foram realizadas reservas pelo site da Viação Progresso.

5.3.6 Preparação para as filmagens

5.3.6.1 Visita técnica da equipe

Uma semana antes das filmagens a equipe técnica de Recife realizou uma visita a locação junto a produção e a direção para verificar pessoalmente o espaço, conhecer e aproximarem-se das costureiras. No mesmo dia, todas visitaram o Armazém da Criatividade para examinar os equipamentos e confirmar a reserva dos equipamentos de fotografia e som alugados pela produção,

5.3.6.2 Cronograma de filmagens

O desenvolvimento do cronograma de filmagens resultou da disponibilidade das realizadores e das costureiras, decidido através de reunião entre a equipe e por ligação com as entrevistadas. Por termos apenas disponível uma semana de filmagens, o cronograma precisou ser seguido como planejado, mas foi flexível com espaços para possíveis imprevistos e seguindo as normas trabalhistas de jornada de trabalho com intervalos de 30 minutos a cada 6 horas de trabalho.

Na tabela 8 identifica-se os horários pessoais da equipe, onde estavam sugeridos horários de descanso, alimentação e livre; os horários de montagem e desmontagem – erroneamente inserido pela produtora como desprodução - dos equipamentos na locação, a previsão de horário de filmagens com as entrevistadas e na locação já predefinidas e a desprodução. Além da chegada da equipe, reuniões, alojamento e desalojamento.

Tabela 8: Cronograma de Filmagens

HORÁRIO DE FILMAGENS								
HORA	DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	
06:30	CAFÉ DA MANHÃ	CAFÉ DA MANHÃ (6h30-7h30)				CAFÉ DA MANHÃ	CAFÉ DA MANHÃ	
07:00								
07:30								
08:00		LOCALIZA HERTZ (Buscar)	MONTAGEM	MONTAGEM	LIVRE	DESALOJAMENTO VIAGEM Normandia > Centro	LOCALIZA HERTZ (Devolução & Pagamento)	
08:30		VIAGEM Centro > Normandia	LUCIENE	D. MARIA (Costureira Extra)		DEVOLUÇÃO DOS EQUIPAMENTOS		
09:00		ALOJAMENTO VIAGEM Normandia > Cachoeira Seca				REUNIÃO		
09:30		VISITAS / IMAGENS ADICIONAIS						
10:00								
10:30								
11:00								
11:30								
12:00		DESPRODUÇÃO						
12:30	ALMOÇO	ALMOÇO (12h30 - 13h30)				ALMOÇO	ALMOÇO	
13:00								
13:30		MONTAGEM						
14:00		MICAELI	ROSÂNGELA	EDUARDA	IMAGENS ADICIONAIS			
14:30	INÍCIO DAS FILMAGENS							
15:00								
15:30								
16:00	CHEGADA DA EQUIPE DE RECIFE							
16:30								
17:00								
17:30	REUNIÃO	DESPRODUÇÃO						
18:00								
18:30	JANTA	JANTA (18h30-19h30)				JANTA	JANTA	
19:00								
19:30		REUNIÃO (Revisão, armazenamento, ajustes, recortes e outros)			MONTAGEM			
20:00		LIVRE	IMAGENS ADICIONAIS					
20:30								
21:00								
21:30								
22:00								
22:30						DESPRODUÇÃO		
23:00	DORMIR	DORMIR				DORMIR	DORMIR	
23:30								

Fonte: A autora

5.3.6.3 Autorizações de Imagem

Como estávamos lidando com a utilização de imagem de pessoas, crianças e locações diversas para a segurança de ambas as partes foram redigidas as

autorizações, vide anexos F, G e H. Todas que assinaram as autorizações receberam uma via.

Conforme o anexo F referente a autorização de imagem inserimos um atestado de recibo, pois optamos em contribuir financeiramente com as costureiras que participaram pelo seu tempo disponibilizado.

5.3.6.4 Retirada e Teste dos equipamentos

A retirada dos equipamentos ocorreu entre dois e três dias antes do início das filmagens, onde os responsáveis pelo laboratório de fotografia e som do Armazém da Criatividade nos entregaram dois dias antes e os terceirizados durante o decorrer da semana anterior. Logo após entregues a produção, os equipamentos foram averiguados e reprogramados pela equipe técnica para as especificações propostas pela direção no dia anterior ao início das filmagens.

Figura 16: Teste dos equipamentos pela equipe técnica



Fonte: A autora

5.4 IMPLEMENTAÇÃO – PRODUÇÃO E PÓS-PRODUÇÃO

A etapa de implementação, fase onde todas as preparações da ideação são colocadas em prática para a realização do documentário, consistiu no processo prático de aprendizado sobre as dinâmicas de uma produção audiovisual.

5.4.1 Sobre estar no set

Estar no set como produtora requer uma dinâmica diferente de estar em casa ou em reunião planejando o filme para que a equipe possam rodá-lo sem se preocupar com a falta de equipamentos ou imprevistos que possam ocorrer. Requer uma participação proativa, verificando as necessidades da equipe e das atrizes sociais a todo momento sem que eles precisem parar seus afazeres para solicitar. É prever e resolver problemas antes que eles ocorram.

Na gravação de *Pega-se Facção* interagimos com pessoas muito diferentes da nossa realidade, portanto nossa maneira de nos portamos precisou se adaptar para a realidade daquelas pessoas. Foi necessário explicar, principalmente as crianças, o que estava acontecendo ali e sugerir atividades para serem realizadas com elas longe do set para que não interferissem na captação das imagens e dos sons.

Figura 17: Auxiliando a técnica de som



Foto: Amanda Rocha - Stills

Atuar como produtora é fazer, é montar e desmontar os cabos de força e ser suporte técnico para equipe, estar preparada para refazer cronogramas, verificar possibilidades de locais para filmagens, transportar a equipe entre locais, solicitar autorizações, realizar pagamentos e ainda desenvolver parceria com a equipe.

5.4.2 Imprevistos e Resoluções

Durante as filmagens alguns imprevistos aconteceram, como a desistência de uma das costureiras à ser entrevistada, embora planejado a sua participação no cronograma, foi possível contornar a situação ao decidirmos realizar filmagens das imagens adicionais no caminho da locação para Toritama.

Figura 18: Filmagens na margem da BR-104 sentindo Toritama



Fonte: Amanda Rocha - Stills

Outro imprevisto contornado foi quanto as falhas nos equipamentos causadas pelas altas temperaturas da região, a falta de manutenção dos equipamentos alugados e os defeitos de fábrica ou má manuseio dos equipamentos comprados.

No primeiro dia de filmagens as baterias não duravam o tempo previsto de carga e câmeras paravam de gravar durante a filmagem. Solucionamos esta problemática deixando sempre as baterias extras carregando enquanto rodávamos e dávamos pausas programadas para esfriar os equipamentos.

Apesar de preparadas com duas unidades de armazenamento de 2TB, no primeiro dia de filmagens, um dos HDs parou de funcionar e perdemos a gravação do turno da manhã. Para solucionar mais essa dificuldade, logo cedo no dia seguinte fomos buscar na cidade um HD extra para ficar de backup. Possibilidade que não seria provável caso não tivéssemos unidades extras disponíveis.

5.4.3 Desprodução

Como a dinâmica da equipe foi eficiente conseguimos concluir as filmagens antes do planejado, logo os equipamentos, automóvel e hospedagem foram entregues assim que finalizamos. Assim como o pagamento da segunda parte metade dos cachês da equipe que foram realizados na semana seguinte.

5.4.4 A segunda gravação

Como mencionado no tópico 4.4.2 Imprevistos e Resoluções perdemos a gravação de um turno devido ao mal funcionamento do HD Externo, devido a isso em Fevereiro de 2018 retornamos para rodar novamente, desta vez com a equipe reduzida apenas com a produção, direção, operadora de câmera e técnica de som.

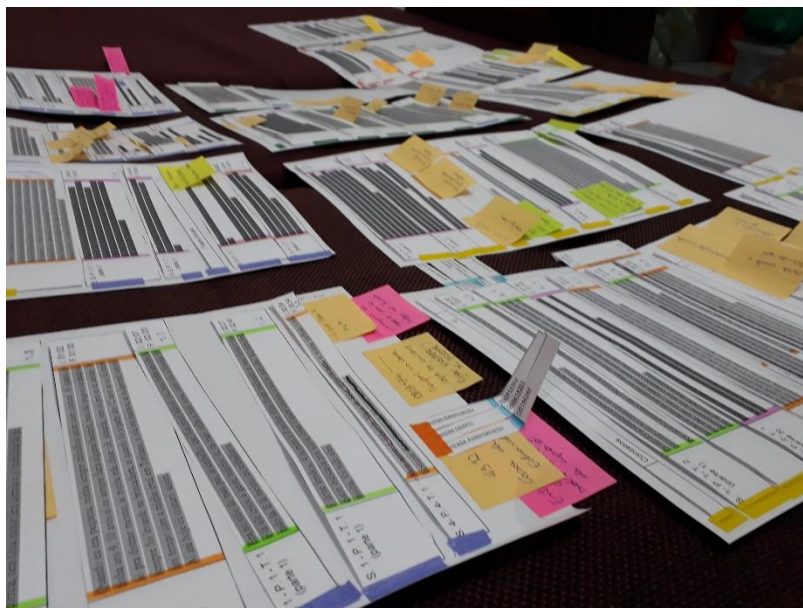
Uma vez o processo de implementação utilizado na primeira gravação funcionou não foi necessário mudar a maneira de aplicação, apenas adaptando-o para a realização em um dia, conforme anexo H.

5.4.5 Encontrando uma narrativa

Sabendo-se que um documentário depende das imagens filmadas para construir a sua narrativa embasando a proposta de seu argumento, realizamos o processo de decupagem das entrevistas e imagens de apoio. As imagens que passaram por essa revisão, já haviam sido selecionadas por Thais Leite e colocadas num primeiro corte. Por não estar satisfeita com o formato decidiu reformular.

Assim como uma obra de ficção, utilizamos as definições de *atos* na construção do novo enredo do documentário, onde aplicamos a estratégia de desenvolver os três atos para facilitar a narrativa, além de selecionamos as melhores imagens de apoio para fundamentar o argumento.

Figura 19: Imagens decupadas e organizadas com direcionamento de montagem



Fonte: A autora

5.4.6 Exibição teste

Com o resultado do processo de formulação de uma nova narrativa para o documentário fomos incentivadas a exibir o segundo corte do filme para a turma da disciplina de Audiovisual e Design 2019.2 durante a aula de Design de Produção, onde conversamos com a turma sobre o processo de participação como designers numa produção audiovisual.

A implementação deste tipo de prototipação e teste sugerido na metodologia de Design Thinking como forma de testar serviços ou objetos não tangíveis resultou na geração de um novo corte, desta vez sendo desenvolvido pela Diretora de Fotografia seguindo um enredo totalmente diferente do proposto inicialmente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização da produção de *Pega-se Facção* é a concretização do interesse em aprender na prática como o cinema faz suas produções audiovisuais. Ser responsável pela produção de um documentário como este e poder auxiliar pessoas na concretização de suas ideias, além de possibilitar o entendimento do processo na prática, contribuiu para perceber a importância de reequilibrarmos as nossas funções de designers criadores com a de pensadores sociais.

Desenvolver a produção do documentário utilizando como metodologia uma estratégia de design contemporânea que busca a inovação e participação do usuário no processo, comprovou que ainda que não seja aceita como os métodos tradicionais, é funcional. Entretanto, quando utilizada em projetos muito específicos e fora da sua área de atuação precisa de uma metodologia complementar e a participação de experts da área.

Por fim, após identificar as possibilidades de participação do designer numa função não tradicional a que ele foi delimitado e a utilização de uma metodologia que sofre preconceito pela academia e profissionais, sugeriria a pesquisa com esta metodologia em diferentes processos de desenvolvimento criativo e incentivaria a pesquisa e participação do design(er) em outras áreas ainda não exploradas por ele, para assim entendermos a atual margem de ação que esta metodologia pode nos possibilitar efetivamente.

REFERÊNCIAS

BORDWELL, David. **Sobre a história do Estilo Cinematográfico**. Campinas: Editora Unicamp, 2013.

BROWN, Tim. **Change by Design**: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. 2 Ed. HaperBusiness, 2019.

BUNGARTEN, Vera. A imagem cinematográfica: convergências entre Design e Cinema. Tese (Doutorado em Design) – Departamento de Artes e Design, PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2013.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do Design**. 2 Ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

COSTA, Flávia C. Primeiro Cinema. In MASCARELLO, Fernando et al (Orgs.). **História do Cinema Mundial**. 7 Ed. Campinas: Papirus, 2012. Cap. 1, p.17-52.

DEMILIS, Marcelo P.; FIALHO, Francisco A. P.; REIS, Alexandre A. dos; **A experiência de uso de serviços de supermercados**: análise de ferramentas para coleta dos dados promovidas pelo design thinking. In: CONGRESSO Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design Belo Horizonte, 2016

DUARTE, Elizabeth Bastos et al (Orgs.) **Comunicação Audiovisual**: gêneros e formatos. 1 Ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ERSOY, Lilian Ayla. Why Design Thinking is failing and what we should be doing differently. UX Collective, 2019. Disponível em: <<https://uxdesign.cc/why-design-thinking-is-failing-and-what-we-should-be-doing-differently-c8842f843b44>> Acesso: 04 de dez. de 2019.

KELLISON, Cathrine. **Producing for TV and Video: A real-world approach**. Oxford: Focal Press, 2006.

LOBRUTO, Vincent. **The Filmmaker's Guide to Production Design**. New York: Allworth Press, 2002.

MARTIN, Marcel. **A Linguagem cinematográfica**. 2 Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2013.

MENEZES, Ebenezer Takuno de; SANTOS, Thais Helena dos. Verbete Telecurso 2000. *Dicionário Interativo da Educação Brasileira - Educabrazil*. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <<https://www.educabrazil.com.br/telecurso-2000/>>. Acesso em: 04 de dez. 2019.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 Ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

RABIGER, Michael. **Directing Film Techniques and Aesthetics**. 3 Ed. Oxford: Focal Press, 2003.

RIBEIRO, Erica. Por que o cinema é considerado a sétima arte?. Entrelinha Blog, 2019. Disponível em <<http://entrelinhablog.com.br/porque-o-cinema-e-considerado-a-setima-arte/>> Acesso: 07 de dez. de 2019

RODRIGUES, Chris. **O Cinema e a Produção**: Para quem gosta, faz ou quer fazer cinema 3 Ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SCHWAB, Katharine. Ideo breaks its silence on design thinking's critics. Fast Company, 2018. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/90437812/meet-yetis-new-800-luxury-beer-cooler>> Acesso: 04 de dez. de 2019.

SOARES, Sérgio J. Puccini. Documentário e Roteiro de Cinema: da pré-produção à pós-produção. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2007.

SOUL OF BASS. Milão: Politecnico di Milano, 2017.

SUDJIC, Deyan. **A Linguagem das Coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

SUETU, Claudio Yutaka. O Design de Efeitos Especiais no Cinema. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2010.

PEGA-SE FACÇÃO – ORÇAMENTO DE TRABALHO

Itens	Descrição	Qtde unid/s	Qtde item	Valor unitário	Sub-total	Total
Pré-Produção / Produção						
1	Equipe					
1.1	Roteirista/Direção	1	Projeto	2.500,00	2.500,00	
1.2	Produção	1	Projeto	2.000,00	2.000,00	
1.3	Assistente de Prod./Direção	1	Projeto	1.500,00	1.500,00	
1.4	Dir. de Fotografia	1	Projeto	2.500,00	2.500,00	
1.5	Técnico de som	1	Projeto	1.500,00	1.500,00	
	SUBTOTAL				10.000,00	
2	Despesas de pré-produção					
2.1	Alimentação	7	Diárias	50,00	350,00	
2.3	Combustível	7	Diárias	200,00	1.400,00	
2.4	Hospedagem	5	Diárias	50,00	250,00	
	SUBTOTAL				2.000,00	
3	Despesas de Produção					
3.1	Alimentação	7	Diárias	140,00	980,00	
3.2	Aluguel-van	7	Diárias	160,00	1120,00	
3.3	Combustível	1	Verba	500,00	500,00	
3.4	Cartão de Memória	3	Verba	150,00	450,00	
3.5	Suprimento-som	1	Verba	400,00	400,00	
3.6	Suprimento-produção	1	Verba	200,00	200,00	
3.7	Despesas de set	1	Verba	200,00	200,00	
3.10	Telefone	1	Verba	300,00	300,00	
3.12	HD Externo – 5T	2	Verba	600,00	1.200,00	
3.14	Iluminação + Maquinária	1	Verba	1.000,00	1.000,00	
3.15	Equipamento de Som	1		1.000,00	1.000,00	
3.17	Seguro-câmera					
	SUBTOTAL				7.350,00	
Pós-Produção						
1	Equipe					
1.2	Editor	1	Cachê	-	-	
1.3	Editor de Som	25	Horas	-	-	

1.4	Mixador	15	Horas	-	-	
1.8	Estúdio de Som	1	Verba			
	SUBTOTAL				-	
2	Despesas de pós-produção					
2.1	Alimentação			-	-	
2.2	Telefone			-	-	
2.3	Motoboy			-	-	
2.4	Transporte			-	-	
2.5	Correios			-	-	
	SUBTOTAL				-	
3	Material Sensível					
3.1	DVDs	10	Verba	1,00	10,00	
		Qtde	Qtde	Valor		
Itens	Descrição	unid/s	item	unitário	Sub-total	Total
	SUBTOTAL				10,00	
4	Material Gráfico					
4.1	Design	1	Cachê	500,00	500,00	
4.2	Gráfica	1	Cachê	120,00	120,00	
	SUBTOTAL				520,00	
5	Administração					
5.1	Taxas Bancárias	1	Verba	120,00	120,00	
	SUBTOTAL				120,00	
	TOTAL				20.000,00	

ANEXO B

PEGA-SE FACÇÃO – ORÇAMENTO DE TRABALHO ATUALIZADO

Itens	Descrição	Qtde unid/s	Qtde item	Valor unitário	Sub-total	Total
Pré-Produção / Produção						
1	Equipe					
1.1	Roteirista/Direção	1	Projeto	2.000,00	2.000,00	
1.2	Produção	1	Projeto	1.500,00	1.500,00	
1.3	Dir. de Fotografia / Op. de Câmera	1	Projeto	2.200,00	2.200,00	
1.4	Técnico de som	1	Projeto	1.500,00	1.500,00	
1.5	Still	1	Projeto	500,00	500,00	
1.6	Logger	1	Projeto	1.000,00	1.000,00	
	SUBTOTAL				8.700,00	
2	Despesas de pré-produção					
		22	Passage m	5,00	110,00	
	SUBTOTAL				110,00	
3	Despesas de Produção					
3.1	Hospedagem	4	Diárias	30,00	120,00	520,00
	Alimentação Extra	2	Feira	100,00	200,00	
	Aluguel Carro Fiat Doblo 1.8	4	Diárias	250,59	1.002,36	
	Lavagem do Carro	1	Verba	40,00	40,00	
3.3	Combustível	1	Verba	160,00	160,00	
		14	Passage m	30,00	420,00	
	Transporte Equipe Recife					
	Contribuição para as Costureiras	4	Cachê	500,00	2.000,00	
	Equipamentos de Filmagem	5	Diárias	80,00	400,00	
3.5	Suprimentos de Som	1	Verba	100,00	100,00	
3.7	Despesas de Set	1	Verba	100,00	100,00	
3.10	Telefone	1	Verba	30,00	30,00	
3.12	HD Externo – 2 TB	2	Verba	418,89	837,78	
3.15	Equipamento de Som	1	Verba	250,00	250,00	
	SUBTOTAL				5.660,14	6.060,14

Pós-Produção**1 Equipe**

1.2	Editor	1	Cachê	-	-
1.3	Editor de Som	25	Horas	-	-
		1	Verba/hor	-	-
1.8	Estúdio de Som		a		
	SUBTOTAL			-	-

2 Despesas de pós-produção

2.2	Telefone			30,00	30,00
2.4	Transporte			-	-
2.5	Correios			-	-
	SUBTOTAL				30,00

3 Material Sensível

3.1	DVDs	10	Verba	2,19	21,90
-----	------	----	-------	------	-------

		Qtde	Qtde	Valor		
Itens	Descrição	unid/s	item	unitário	Sub-total	Total
	SUBTOTAL				21,90	

4 Material Gráfico

4.1	Design	1	Cachê	-	-
4.2	Gráfica	1	Cachê	100,00	100,00
	SUBTOTAL				100,00

5 Administração

5.1	Taxas Bancárias	1	Verba	-	-
	SUBTOTAL				-

TOTAL **15.0022,00**

ANEXO C

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO AUDIOVISUAL

CONTRATANTE

Camilla do Nascimento Barbosa
RG: 8.339.961 | CPF: 103.999.874-79
Rua João Tibúrcio, 2 'C' - CEP: 550120-320
Maurício de Nassau
Caruaru/PE

CONTRATADO

Sylara Silvério
Funções: Diretora de Fotografia e Operadora de Câmera
RG: 2.423.019 | CPF: 014.100.434-79
Rua João Sales de Menezes, 338, apto 502 - Cidade Universitária Recife/PE

CONTRATANTE e CONTRATADO, acima nomeados e qualificados, têm entre si justo e acordado o seguinte:

1. A CONTRATANTE, como produtora principal responsável, está iniciando a realização de obra audiovisual cinematográfica de DOCUMENTÁRIO DE CURTA METRAGEM, DIGITAL, previamente intitulado PEGA-SE FACÇÃO, sob direção de THAIS REGINA BRAGA LEITE, doravante denominada simplesmente OBRA.
2. Correrão por conta exclusiva do CONTRATADO todas as responsabilidades, custos e formalidades de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, autoral, e qualquer outra relativa ao serviço contratado.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO E DAS OBRIGAÇÕES

Tendo em vista o roteiro e a concepção artística do mencionado filme, a CONTRATANTE contrata o CONTRATADO para prestar-lhe os serviços de técnico cinematográfico nas funções de **DIRETORA DE FOTOGRAFIA E OPERADORA DE CÂMERA**.

- 1.1 A fim de garantir a boa execução do trabalho, o CONTRATADO compromete-se, por este ato, a observar e cumprir o cronograma de atividades da referida obra.

1.2 O CONTRATADO assume as responsabilidades inerentes a sua função no filme e se dispõe a realizá-la de acordo com o que for requerido pela direção e produção da obra.

1.3 O CONTRATADO cede, por prazo indeterminado e de forma irrevogável e irrenunciável para o CONTRATANTE, todos os direitos patrimoniais e conexos relativos ao seu trabalho na citada obra, que possam ser auferidos por qualquer utilização do filme, no Brasil e no exterior, para fins comerciais ou não, incluindo a reprodução, gravação, promoção e divulgação da obra, nos meios audiovisuais competentes existentes e a serem criados.

1.4 O CONTRATADO assegura a utilização adequada dos equipamentos disponibilizados para a realização da sua função. Caso provoque algum dano ao(s) equipamento(s) quando em sua posse e uso e for verificada junto a produção e a locadora dos equipamentos, o CONTRATADO compromete-se em realizar o pagamento de 50% da multa gerada pela locadora.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA DURAÇÃO DO CONTRATO

2.1 Os serviços aqui contratados deverão ser realizados no período de 15 de Outubro de 2018 à 19 de Outubro de 2018.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA REMUNERAÇÃO

3.1 Pelos serviços ora contratados, a CONTRATANTE pagará ao CONTRATADO o preço ajustado de R\$ 2.200,00 (dois mil e duzentos reais).

3.2 O CONTRATANTE compromete-se em realizar o pagamento ao CONTRATADO em duas partes, sendo a primeira paga em até 5 dias úteis antes do início deste contrato e a segunda, 5 dias úteis após o término deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA – DOS CRÉDITOS

4.1 De acordo com o estabelecido na legislação vigente, o CONTRATADO terá o direito de figure seu nome nos créditos da OBRA na função referida neste contrato.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1 Disponibilizar locomoção da sua cidade de origem para os alojamentos e o set de filmagens. Assim como assegurar o seu retorno.

5.2 Certificar que o trabalhador exerça a sua função contratada por no máximo 08 (oito) horas diárias com o direito a 2 (duas) horas de descanso totais ou subdivididas durante a jornada de trabalho.

5.3 Providenciar os equipamentos recomendados para a realização das funções contratadas.

5.4 Assegurar o bem estar, segurança, hospedagem e alimentação durante o período de filmagens.

5.5 Liberar no mínimo 12 horas de descanso diárias durante a semana da jornada de trabalho.

CLÁUSULA SEXTA - DA RESOLUÇÃO

6.1 Este contrato resolve-se de pleno direito, independentemente de qualquer formalidade judicial ou extrajudicial, na ocorrência das seguintes hipóteses:

- a) Se a execução dos serviços não tiver regular e satisfatório andamento, de acordo com as exigências do CONTRATANTE;
- b) Por infração a qualquer de suas cláusulas e condições;
- c) Por demais casos previstos na legislação em vigor.

6.2 Este contrato poderá ser denunciado por qualquer das partes, mediante aviso por escrito, com antecedência mínima de trinta dias, desde que não haja prejuízo para qualquer das partes, sem qualquer ônus.

6.3 Em caso de extinção do presente contrato, em qualquer uma das formas, os trabalhos realizados pelo CONTRATADO e os direitos autorais cedidos na vigência do mesmo, serão utilizados pela CONTRATANTE, ressalvados os direitos de cunho moral relativos ao presente.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO FORO

7.1 Todas as dúvidas e questões oriundas do presente contrato deverão ser resolvidas perante o Foro da Comarca de Caruaru, em detrimento de qualquer outro, por mais privilegiado que se apresente.

7.2 Este contrato terá vigência a partir de sua assinatura até a finalização da OBRA.

7.3 As partes concordam que este instrumento contém a totalidade dos entendimentos entre as partes, perdendo sua validade todos e quaisquer outros entendimentos previamente acordados entre as partes, sejam estes orais, escritos ou de que natureza forem.

E por estarem assim, justos e contratados, assinam o presente em 2 (duas) vias de igual teor e forma, para o mesmo fim.

Caruaru, ____ de Outubro de 2018.

CONTRATANTE

CONTRATADO

ANEXO D

SOLICITAÇÃO PARA USO DE EQUIPAMENTOS

Eu, Amanda Mansur Custódio Nogueira, professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco - Campus Agreste, solicito o apoio do Armazém da Criatividade no empréstimo de equipamentos de fotografia e filmagem para a realização do documentário PEGA-SE FACÇÃO, durante o período de 15 de Outubro a 18 de Outubro, para as alunas do Curso de Bacharelado em Design do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco, Thais Regina Braga Leite (diretora) portadora do CPF 094.298.334-30, e Camilla do Nascimento Barbosa (produtora) portadora do CPF 103.999.874-79. Os equipamentos solicitados pelas alunas são imprescindíveis para a realização do projeto de graduação do curso de Design da aluna Thais Regina Braga Leite no qual se trata o documentário:

“Na zona rural de Caruaru, agreste pernambucano, mulheres do campo procuram no trabalho domiciliar uma maneira de sobreviver. Conciliando os trabalhos domésticos com a costura de facção entre os períodos prolongados da seca. A ideia desse documentário é adentrar no universo destas mulheres costureiras que se submetem a um trabalho precário moldado para sustentar uma economia baseada no hiperconsumo para servir a um sistema opressor que tende a desumanizá-las visando apenas a geração de lucro. Por trás do som das máquinas de costura que ecoam das casas de Cachoeira Seca estão mulheres que de geração em geração resistem carregando a esperança em suas mãos.”

Sem mais para o momento.

Atenciosamente,

Prof. Dra. Amanda Mansur Custódio Nogueira

SIAPE: 1030666

ANEXO E

vertigo

RECIBO DE LOCAÇÃO

LOCATÁRIO	_____
DESCRIÇÃO	
- Locação de vara para microfone direcional	
VALOR	R\$ 50r
DATA DE LOCAÇÃO	18/02/2018
DATA DE DEVOLUÇÃO	18/02/2018

TERMO DE RESPONSABILIDADE

O locatário do equipamento se compromete a garantir o manuseio adequado do equipamento, cumprir o prazo de devolução e entregá-lo devidamente limpo e em perfeito estado de funcionamento. O locatário também se concorda em arcar com despesas financeiras caso seja identificado qualquer eventual danos ao equipamento durante a utilização dele no período de locação.

ASSINATURA DO LOCATÓRIO

ASSINATURA DO LOCADOR

Vertigo | Produção Multimídia
vimeopro.com/vertigonline/portfolio
 CNPJ 26.549.281/0001-20
atendimento@vertigonline.com.br
<http://vertigonline.com.br>
 (81) 996852057

ANEXO F**AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM**

Eu, _____, portador(a) do RG: _____ e do CPF: _____, abaixo assinado, concedo os direitos autorais para a utilização da minha imagem e som da minha voz para o documentário **PEGA-SE FACÇÃO**, da Diretora Thais Regina Braga Leite produzido em apoio a FUNDARPE e a Secretaria da Mulher de Caruaru.

Desta forma, autorizo aos envolvidos o direito perpétuo de utilizar minha imagem para fins de divulgação, distribuição e exibição desta obra audiovisual, por todo e qualquer veículo, processo, ou meio de comunicação e publicidade existentes e que venham a existir, além da reprodução no Brasil e exterior, podendo as cenas do filme em questão serem utilizadas para fins comerciais ou não, exibições em festivais ou outros meios que se fizerem necessários.

Por tanto, atesto ter recebido a importância de R\$ _____ (_____) que neste ato dou a plena e rasa quitação.

Nome Completo: _____

Nome Artístico: _____

End.: _____

Bairro: _____ CEP: _____

Cidade: _____ Estado: _____

Telefones: _____

RG: _____ Orgão Emissor: _____ CPF: _____

Assinatura

Testemunha

Caruaru, ____ de Outubro de 2018.

ANEXO G**AUTORIZAÇÃO DE USO DE LOCAÇÃO**

Eu, _____ proprietário/responsável
do(a) _____, situado(a) no endereço
_____, nº _____, Bairro: _____,
Cidade: _____, UF: __, declaro que autorizo o empréstimo deste local para
uso único e exclusivo da gravação do documentário “**PEGA-SE FACÇÃO**”, da diretora
Thais Regina Braga Leite, no dia ____/____/____, das ____:____ às ____:____.

Desta forma o produtor deste filme fica incumbido de zelar pela integridade deste local
e pelos integrantes da equipe ali presentes durante a filmagem.

Caruaru, ____ de Outubro de 2018.

Proprietário/responsável

RG:

Produtora responsável

RG: 8.339.961 SDS PE

ANEXO H**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM CRIANÇA/ADOLESCENTE**

Neste ato, _____,
nacionalidade _____ estado civil _____, portador da Cédula de
identidade RG nº. _____ inscrito no CPF sob nº _____, residente
à _____, município de
_____/Estado: _____, responsável pelo menor
_____, AUTORIZO o uso da imagem e
som da sua voz em qualquer material entre fotos, video e documentos, para ser
utilizada no documentário Pega-se Facção, dirigido por Thais Regina Braga Leite.
Bem como, em todo o material de divulgação do referido produto audiovisual: (I)
folhetos em geral (encartes, mala direta, catálogo, etc.); (II) slides; (III) sites, redes
sociais; (IV) cartazes; (V) mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema,
programa para rádio, entre outros). A presente autorização é concedida a título
gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional
e no exterior.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima
descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à imagem da
criança/adolescente ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias
de igual teor e forma.

Caruaru, ____ de _____ de 2019.

Responsável

Camilla do N. Barbosa (Produtora)

ANEXO I

ORDEM DO DIA 18.02.2019 / Pega-se Facção

HORA	PLANEJAMENTO
07:30	Saída de Recife @ TIP
08:00	Em trânsito
08:30	Pré-produção
09:00	Armazém da Criatividade
09:30	> Chegada em Caruaru @ Rodoviária > Encontro da equipe @ Armazém da Criatividade > Viagem para Cachoeira Seca
10:00	MONTAGEM
10:30 - 11:30	GRAVAÇÕES - Micaeli
12:00	DESMONTAGEM
12:30 - 13:30	Almoço (intervalo)
14:00	MONTAGEM
14:30 - 16:00	GRAVAÇÕES (Costureira à decidir)
16:30	DESMONTAGEM
17:00	> Retorno a Caruaru
17:30	> Entregar material na Aveloz @ UFPE > Devolução dos equipamentos @ Armazém da Criatividade
18:00	> Chegada na rodoviária Saída de Caruaru @ Rodoviária
20:00	Chegada em Recife @ TIP

Legenda: Equipe Camilla e Thais Sylara & Elisa