

CAPÍTULO 8

UMA BELA HISTÓRIA MERECE SER CONTADA: ROTEIROS, ECONOMIA CRIATIVA E A EDUCAÇÃO NA UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA

Carolina Marques Henriques Ficheira

Giovana Oliveira Santos Manfredi

Pedro Salomão

Resumo

Este artigo pretende abordar sobre a importância da área de roteiro para a economia criativa, dada a sua importância para a cadeia produtiva do audiovisual em todo o mundo, já que é através desse que podemos alimentar a produção, fruição, distribuição e consumo de serviços audiovisuais criativos, a partir das habilidades de pessoas e grupos. Com isto, urge a formação específica de roteiristas para atender a área de cinema, televisão, web e multiplataformas. Foi partir dessas necessidades, que a Pós-Graduação em Roteiro da Universidade Veiga de Almeida, desde de 2016, inovou ao reunir as diferentes disciplinas de roteiro a uma disciplina que versa sobre fomento, gestão audiovisual e pitching, estimulando o olhar discente sobre a construção da produção audiovisual ao mesmo tempo que promove uma aproximação com os diversos agentes econômicos do setor audiovisual na defesa dos projetos finais. Com isso, a Pós-graduação promove um estreitamento dos discentes com o campo na mesma medida que estimula a reflexão dos entes de mercado a partir das referências estéticas trazidas pelos discente.

Palavra-chave: Economia Criativa, audiovisual, educação, roteiro e gestão.

Introdução

O termo cunhado por John Howkins, no livro “The Creative Economy”, publicado ainda em 2001, evidencia de que maneira o setor criativo consegue alimentar a economia, através da produção, fruição, distribuição e consumo de serviços criativos, a partir das habilidades de pessoas e grupos, já

que roteiros são primários para a construção de uma cadeia produtiva do audiovisual. Ana Carla Reis (2007, p. 51) reafirma que as indústrias criativas são aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talentos individuais e que têm potencial para a geração de renda e empregos por meio do encadernamento e da exploração da Propriedade Intelectual, tal como ocorre no campo do roteiro. É necessário avaliar esse efeito multiplicador das atividades culturais na economia, já que ela produz localmente, mas possui capacidade de distribuir globalmente, a partir da produção, distribuição, venda de produtos e serviços culturais.

Ao consultar a plataforma do Observatório do Cinema, tivemos um acréscimo significativo do número de salas de cinema, de 1971 até 2018, com um total de 3352 em todo o país e na cidade do Rio de Janeiro atingimos a marca de 221 salas. No quesito filmes exibidos, do ano de 2009 até 2017, tivemos um total de 3863 títulos, sendo que 1135 filmes eram nacionais. O número de espectadores possui a mesma lógica, um total de 1.380.900.815 de pessoas na plateia, sendo que 192.207.083 espectadores viram os filmes nacionais. No que diz respeito a TV paga no Brasil, podemos afirmar que a TV paga, no mês de abril⁹ de 2019, exibiu 1370 títulos, representando 8,7% de horas de programação do Canal de Espaço Qualificado¹⁰.

⁹ <https://oca.ancine.gov.br/resultados-mensais-tv-paga>. Acessado em 30 de dez. 2019.

¹⁰ Segundo a Lei de TV PAGA, Lei 12485/11, nomeia que canais de espaço qualificado credenciados são aqueles declarados como ativos e submetidos à cota de veiculação de conteúdo brasileiro de espaço qualificado, mínimo legal de 3h30 no horário nobre, sendo pelo menos metade independente, nos termos do art. 16 da Lei. São desconsiderados todos os canais em alta definição (HD) registrados como tendo programação similar à do canal em definição padrão (SD) correspondente.

Ainda que os dados sejam apenas uma pequena parcela nos diferentes setores, torna-se evidente que a construção e a manutenção de políticas públicas são decisivas para que o setor audiovisual possua expressiva relevância na sociedade brasileira, dada a expansão dos canais de televisão aberta, fechada e, atualmente o incremento para a área do streaming¹¹.

Dentre as diversas áreas e fases, fixar-nos-emos no processo de criação que compete inicialmente ao roteirista, responsável por criar, estruturar e roteirizar uma história. A partir deste ponto nevrálgico acrescido de outras áreas criativas e administrativas, o setor audiovisual contribui para a geração de riquezas para um país.

Objetivos: este artigo pretende evidenciar as estratégias desenvolvidas pelos professores da Pós-Graduação em Roteiro para Cinema, TV, Web e Multiplataformas aplicados à área de Economia Criativa.

Metodologia: evidenciar os dados quantitativos das atividades acadêmicas interdisciplinares a partir da metodologia por projeto, desde 2016 até os dias de hoje bem como refletir sobre as ações futuras, a partir da perspectiva do campo da Economia Criativa, audiovisual e formação na área de roteiro.

A formação na área de Roteiro e Gestão como alento para a criatividade no Rio de Janeiro

Podemos afirmar que a cidade do Rio de Janeiro é reconhecida nacionalmente como um celeiro de produções criativas, especialmente o setor

¹¹ <https://www.metropoles.com/entretenimento/mdados-streaming-cresce-no-brasil-e-disputa-com-tv-a-cabo> Acessado em 30 de dez. 2019.

audiovisual. A partir do precursor conceito de cidades criativas nomeada pelo urbanista Charles Landry que aposta na reformulação das cidades contemporâneas a partir do estímulo à criatividade de seus cidadãos para gerar novas oportunidades e soluções para os problemas urbanos-, a UNESCO instituiu, em 2004, a Rede de Cidades Criativas que põe os recursos culturais como o seu maior atrativo para promoção do desenvolvimento sustentável e territorial. Destacamos o papel ímpar do audiovisual neste cenário para o Rio de Janeiro¹², tendo em vista a aglomeração de diversas pessoas e empresas que possuem perfil profissional e econômico pautados na criatividade, focada neste campo do saber. “O estado do Rio, além de ser o maior estado brasileiro produtor de audiovisual, ajuda a alavancar os números da região Sudeste, que é responsável por 64,6% do emprego e 73,7% da massa salarial do setor”¹³. Para o diretor geral Audrey Azoulay da UNESCO na última nomeação das cidades criativas em 2019, afirma que no mundo todo

as cidades, em suas peculiaridades, põe a cultura como pilar estratégico, o que favorece a inovação política e social, das novas gerações, colocando a economia criativa como centro das decisões para o desenvolvimento urbano para tornar as cidades seguras, resilientes, inclusivas e sustentáveis, em conformidade com a Agenda 2030 das Nações Unidas para a Sustentabilidade¹⁴ (tradução nossa)

¹² <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf> Acessado em 30 de dez. 2019.

<https://www.firjan.com.br/o-sistema-firjan/setores-de-atuacao/audiovisual.htm> Acessado em 30 de dez. 2019.

¹³ <https://www.firjan.com.br/o-sistema-firjan/setores-de-atuacao/audiovisual.htm> Acessado em 30 de dez. 2019.

¹⁴ <https://en.unesco.org/creative-cities/events/unesco-designates-66-new-creative-cities> Acessado em 30 dez. 2019.

Com isso, é possível alavancar o desenvolvimento territorial local a partir das potencialidades das indústrias criativas que ali se destacam, tendo em vista que a Rede de Cidades Criativas, já estão em 180 cidades e se comprometem construir parcerias entre estado, mercado e sociedade civil bem como compartilhar suas melhores práticas para o desenvolvimento local.

Podemos afirmar que o Rio de Janeiro possui tais características na área audiovisual para se candidatar a esta rede, colocando-o em destaque no cenário internacional, por exemplo, a partir de Cidade de Deus, de Fernando Meirelles, codirigido por Kátia Lund, em 2002 (indicado inclusive ao Oscar); Lixo Extraordinário de Lucy Walker, João Jardim e Karen Harley, em 2010 (premiado no Festival de Sundance, Festival de Berlin e ao Oscar), Outro lado da Rua de Marcos Bernstein , em 2005 (Grande Prêmio do Cinema Brasil) entre outros, que figuraram em respeitáveis festivais Cannes, Munique e Gramado, maiores da área audiovisual no mundo. A priori, a seleção para as mostras competitivas de um festival serve de janela às realizações locais com possibilidade de premiação. Tal participação submete as produções ao olhar da crítica especializada, ganha espaço na mídia impressa e online, aumenta as chances de seleção para outros festivais e, ainda, a de encontrar distribuidores que posicionem o filme nas salas de exibição.

Vale relembrar que para isso é necessário pensar e estruturar o desenvolvimento social e sustentável para a cidade, pautando-se em uma educação de qualidade. O ensino profissionalizante é capaz de construir redes que agregam espaço para o mercado, sociedade civil, estado e a academia, num círculo virtuoso de retroalimentação da área.

Dessa forma, a formação especializada de roteiristas na cidade do Rio de Janeiro – e alunos que vêm de outros estados devido à falta de cursos, está

em consonância com a necessidade do desenvolvimento das habilidades técnicas e potencialidades criativas, que alimentam toda a estrutura do audiovisual. A redação do roteiro é o que desencadeia o processo, alimentando o setor audiovisual como um todo e em diferentes aspectos da realização: narrativa clássica, gêneros, roteiros de vanguarda, documentários entre outros formatos que se apresentam na atualidade. Para tal, é necessário capacitar novos agentes, promovendo a diversificação da produção audiovisual em termos quantitativos, temáticos e de formato, como alertado no Objetivo de Desenvolvimento Sustentável, meta 8.6 “Até 2020, reduzir substancialmente a proporção de jovens sem emprego, educação ou formação”¹⁵.

Assim, a Pós-Graduação da Universidade Veiga de Almeida, ofertada na capital fluminense, contribui para a formação profissional de roteiristas. O curso, único em sua proposta de pós-graduação lato-sensu, procura desenvolver no discente a capacidade de decodificar a sintaxe das narrativas audiovisuais, ficcionais e documentais, através de uma análise crítica que o capacite para a roteirização profissional em mídias e formatos diversos, todos como princípio a narrativa em suas diferentes formas.

Tendo em vista o dinamismo das tecnologias comunicacionais, que impactam diretamente na escrita para as mídias interativas, as habilidades e competências desejadas são revisadas a cada nova turma para atender aos diferentes modelos narrativos para televisão, cinema e multiplataformas. Sempre no sentido de desenvolver a capacidade de identificar aspectos micro e macro estruturantes da narrativa audiovisual, diferenciar a linguagem audiovisual da linguagem literária, perceber as aplicações da storytelling na comunicação e sedimentar no estudante essa consciência da posição do roteirista

¹⁵ <http://www.agenda2030.org.br/ods/8/> Acessado em 30 de dez. 2019.

na equipe técnica de uma produção. Entende-se que o consumo de narrativas, ficcionais e não ficcionais, é a espinha dorsal do setor audiovisual e, sem histórias ou histórias bem urdidas, não há como se cogitar incrementos na área e, conseqüente, desenvolvimento econômico para o país.

Em 2017, o programa do curso da Universidade Veiga de Almeida sofreu significativas alterações a partir do trabalho de uma comissão de profissionais atuantes nos mercados audiovisual e educacional, a fim de proporcionar a qualificação curricular. Um grupo de trabalho foi montado para gerir a nova grade a ser ofertada. Entre os profissionais convidados, podemos ressaltar a presença da professora. Prof^a Dra. Renata Feital, que contribuiu com o conhecimento na área de comunicação e sociedade - e hoje é coordenadora do curso de Graduação em Comunicação Social da UVA (nota 5 no Enade), a Prof^a Dra. Cristina Gomes, estudante da área de letras e atuante no mercado do roteiro e que faz parte do corpo docente atual na Universidade Veiga de Almeida e outras instituições de ensino técnico para roteiro e o Prof^o MsC. Pedro Salomão, mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ, com ampla visão sobre a formação do aluno para o mercado de trabalho. Pedro, inclusive, hoje é coordenador deste mesmo curso. Já a Prof^a MsC Carolina Ficheira comanda a formação, gestão e o encaminhamento do pitching, que conduz um dado diferencial para o curso, que é a banca de apresentação dos trabalhos para convidados do mercado ativo, emissoras e produtoras, o que já gerou frutos: a contratação de discentes.

Hoje, o projeto se norteia e diferencia por oferecer uma formação técnica e humanística, encadeando disciplinas de formação básica (Fundamentos do Roteiro; Linguagem Audiovisual; Estudo dos Gêneros Cinematográficos); disciplinas técnicas voltadas para um formato, gênero ou mídia específica

(Roteiro de Séries, de Longa-metragem, de Documentário, para Formatos Televisivos ou para Transmídia e Plataformas Interativas); disciplinas técnicas para o acompanhamento individualizado da produção final exigida dos alunos (Roteiro de Ficção I, II e III); e disciplinas instrumentais focadas nos objetivos educacional-acadêmico (Docência e Metodologia de Pesquisa) e técnico-audiovisual (Projeto e Pitching).

A disciplina de Projetos e Pitching, em especial, contribui para a formação do roteirista sob o ponto de vista da gestão do setor. As aulas capacitam o futuro roteirista no sentido de fazê-lo entender de que maneira as políticas públicas, bem como o setor de captação de recursos públicos e privados, influem na geração de emprego e renda para sua profissão.

Hoje no país o setor audiovisual pode se beneficiar dos incentivos fiscais federais (FICHEIRA, HOLANDA; 2018), a partir do uso de parte do imposto de renda devido. Na Lei de Incentivo à cultura (Lei 8313/91) pessoas físicas, com atuação na área cultural e jurídicas, que tenham referência à área cultural no seu registro, podem se valer deste benefício para captar recursos para os seguintes produtos: curtas-metragens, médias-metragens, festivais de cinema, programas de TV, programas de rádio, sítios da internet, jogos eletrônicos e aplicativos educativos e culturais e websérie. Um dado a ser levantado neste setor é que em 1993 houve a criação da Lei nº8.385/93 que contribuiu definitivamente para a reconstrução do audiovisual no país. Esse mecanismo possui diversas formas para abater o imposto de renda bem como tributos pertinentes a área que é denominado de Condecine Remessa.

Em 2001, houve a institucionalização da Agência Nacional de Cinema (ANCINE), através da Medida Provisória 2228-01, que está fincada no fomento, regulação e fiscalização do cinema, audiovisual, distribuição e exibição

e mais recentemente nos canais de televisão por assinatura. Nesse bojo, há a criação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, denominada de CONDECINE que é um tributo pago pelo setor à Ancine antes da execução de diferentes atividades na área audiovisual. Este fomento direto, por sua vez, alimenta a operação e a manutenção do Fundo Setorial do Audiovisual, constituído pela mesma Medida provisória, artigo 47, que ampliou profundamente a produção audiovisual, contribuída pela entrada de recursos provindos das empresas de telecomunicações.

I - o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro - PRODECINE, destinado ao fomento de projetos de produção independente, distribuição, comercialização e exibição por empresas brasileiras;

II - o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro - PRODAV, destinado ao fomento de projetos de produção, programação, distribuição, comercialização e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente;

III - o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infra-Estrutura do Cinema e do Audiovisual - PRÓ-INFRA, destinado ao fomento de projetos de infra-estrutura técnica para a atividade cinematográfica e audiovisual e de desenvolvimento, ampliação e modernização dos serviços e bens de capital de empresas brasileiras e profissionais autônomos que atendam às necessidades tecnológicas das produções audiovisuais brasileiras.

Vale acrescentar que no dia 17 de dezembro de 2019¹⁶, o Ministro Osmar Terra apresenta a proposta aprovada do Plano Anual de Investimento de 2019, como definido em lei.

Pela proposta aprovada, 47,9% dos recursos (R\$ 336.925.000,00) serão alocados no Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (Prodecine), 42,4% (R\$ 298.075.000,00) no Programa de Apoio ao

¹⁶ <http://cultura.gov.br/comite-gestor-aprova-plano-anual-de-investimento-do-fsa/>
Acesso em 22 dez. 2019

Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (Prodav) e 9,8% (R\$ 68,7 milhões) no Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual (Proinfra).

Acrescido disto, os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional, previsto na Medida Provisória, cap. VII, mais conhecido como Funcines, também se valem dos incentivos fiscais e podem se beneficiar comercialmente dos empreendimentos audiovisuais de diversas formas e formatos.

Em linhas gerais, podem se beneficiar destas medidas os projetos específicos da área audiovisual, cinematográfica de difusão de curta, média e longas-metragens, animações e de programas de televisão de caráter educativo e cultural, documentários, telefilmes e minisséries preservação, exibição, distribuição, infraestrutura técnica e aquisições de empresas brasileiras da área.

Além disso, a Lei nº 12.485/12 também colaborou para a expansão semanal de conteúdo audiovisual independente nas programações dos canais de televisão por assinatura. (IKEADA, 2015).

Entendendo que o setor vive diversas mudanças sob a perspectiva de sua sustentabilidade, a disciplina também evidencia outras estratégias de captar recursos pouco usuais no setor audiovisual tais como crowdfunding, matchfunding, fomento direto através das agências internacionais, fomento direto privado, eventos sociais, campanhas, fundos patrimoniais, emendas parlamentares, bancos de investimento (FICHEIRA, 2019) e finalmente a entrada da tecnologia blockchain, através de criptomoedas, dando maior transparência sobre os gerenciamento de pagamentos na indústria do entretenimento, agilidade na captação de recursos, já que a própria audiência

pode remunerar e manter a criação de conteúdo, diminuindo a ação de intermediadores .

Acrescido disso, a disciplina proporciona a elaboração de projetos detalhados, idealizados pelos alunos, a partir de seus roteiros que seguem a linha dos sistemas on-line da Lei de Incentivo à Cultura bem como os editais de patrocínio e investimento, encontrados na web.

O processo de ensino-aprendizagem culmina com a construção de uma defesa oral/pitching (AGUADO, 2013; BISHOP, 2016; HAUGEM, 2006), a partir de elementos estéticos, construídos com cada aluno individualmente. Adicionado a isto, o discente é convidado a estruturar a viabilidade financeira e identificar possíveis patrocinadores, investidores e parceiros para o seu projeto.

A atividade encerra o curso, precedendo apenas a entrega do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), e conta com a participação de gestores de patrocínio/investimento, coordenadores de conteúdo em produtoras, canais de TV e distribuidoras a participarem no fim de cada ciclo em uma sessão de defesa de projetos, evidenciando importantes pontos que estão sob a perspectiva da captação de recursos.

Descrição metodológica da disciplina de Gestão com as disciplinas de Roteiro

A metodologia ativa a ser desenvolvida para as disciplinas envolvidas é a Metodologia por Projeto, na qual os estudantes são solicitados a ter experiências autênticas por meio de tarefas presentes no mundo real, em ações de cooperação (BENDER, 2014) entre membros do mesmo grupo, que respondem a demandas de uma outra disciplina num processo de retroalimentação.

Em todas as disciplinas envolvidas, há a entrega de um produto final feito em cooperação pelo grupo/individual, levando a uma aprendizagem autodirigida e autônoma.

As disciplinas que alimentam a área de roteiro, trabalham em rede, num processo contínuo e cíclico que culmina em uma entrega para a disciplina de gestão. Nas palavras de Castells (2009 p.566), as “Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação”. Neste caso, o ponto de contato entre todas as disciplinas é o roteiro elaborado e cabe a cada participante desenvolver a estrutura que precisa seguidamente ser pensada sobre a ótica da gestão: enquadramentos legais, orçamentos e possíveis desdobramentos a partir de um roteiro escrito. A isto, o autor Edgar Morin (2005) denominou de *complexus*, tendo em vista a preservação das variedades, sem destituir a sua unidade.

Complexus é o que está junto; é o tecido formado por diferentes fios que se transformaram numa só coisa. Isto é, tudo isso se entrecruza, tudo se entrelaça para formar a unidade da complexidade; porém, a unidade do complexus não destrói a variedade e a diversidades complexidades que o teceram (MORIN, 2005, p. 188).

Como tal, é desafiador, é desordenado¹⁷, é caótico, com a difícil tarefa de se fechar em uma ideia passível e favorável entre todos elementos que são demandados: estética, orçamento, enquadramentos legais e desdobramentos de um possível produto.

¹⁷Desordem é entendido como agitações, dispersões, colisões, ligadas ao fenômeno calorífico; estão também as irregularidades e as instabilidades; os desvios que aparecem num processo, que o perturbam e transformam; os choques, os encontros aleatórios, os acontecimentos, os acidentes; as desorganizações; as desintegrações; em termos de linguagem informacional, *os ruídos, os erros* (MORIN, 2005, p.199)

concebemos a complexidade como o inimigo da ordem e da clareza e, nessas condições, a complexidade aparece como uma procura viciosa da obscuridade. Ora, repito, o problema da complexidade é, antes de tudo, o esforço para conceber um incontornável desafio que o real lança a nossa mente (MORIN, 2005, p.176).

Os cortes provocados pela grade curricular contribuem para o esfacelamento das certezas e a busca pela complementaridade no trabalho de outra disciplina, numa relação que é dependente ao mesmo tempo autônoma. “Vamos que as verdades aparecem nas ambiguidades e numa aparente confusão” (MORIN, 2005, p.183). Percebemos, portanto, nossos erros e como nos tornamos professores mais qualificados ao refletir sobre o processo integrador. Dessa forma, o autor nomeia o processo como

Complexidade (que) é aquilo que tenta conceber a articulação, a identidade e a diferença de todos esses aspectos, enquanto o pensamento simplificante separa esses diferentes aspectos, ou unifica-os por uma redução mutilante. Portanto, nesse sentido, é evidente que a ambição da complexidade é prestar contas das articulações despedaçadas pelos cortes entre disciplinas, entre categorias cognitivas e entre tipos de conhecimento. De fato, a aspiração à complexidade tende para o conhecimento multidimensional. Ela não quer dar todas as informações sobre um fenômeno estudado, mas respeitar suas diversas dimensões: assim como acabei de dizer, não devemos esquecer que o homem é um ser biológico-sociocultural, e que os fenômenos sociais são, ao mesmo tempo, econômicos, culturais, psicológicos etc. Dito isto, ao aspirar a multidimensionalidade, o pensamento complexo comporta em seu interior um princípio de incompletude e de incerteza (MORIN, 2005, p.177).

Sendo assim, o discente requer um roteiro que se faz a partir de interações que se retroalimentam num mesmo sistema.

A organização recursiva é a organização cujos efeitos e produtos são necessários a sua própria causação e a sua própria produção. É, exatamente, o problema de autoprodução e de auto-organização. Uma sociedade é produzida pelas interações entre indivíduos e essas interações produzem um todo organizador que retroage sobre os indivíduos para coproduzi-los enquanto indivíduos humanos, o que eles não seriam senão dispusessem da instrução, da linguagem e da cultura (MORIN, 2005, p.182).

Dessa forma, podemos evidenciar o trabalho dos professores que a partir das interações alimentam a formação dos alunos, nutrindo-os na formação estética para que possam estar preparados para a disciplina de gestão e pitching, que se alimenta das disciplinas anteriores.

Resultados alcançados

Entendendo a função do roteirista dentro da cadeia do audiovisual e sua singularidade dentro deste processo. Vimos o quanto que o desenvolvimento estruturado de um roteiro é necessário para atingirmos a fruição estética por parte de seu espectador ou telespectador bem como a distribuição do produto audiovisual.

Por isso mesmo que uma ação formativa é necessária assim como o seu estreitamento com o mercado, que é capaz de adquirir e/ou absorver produtos idealizados. Foi diante dessas premissas que em 2016 iniciamos um trabalho de sistematização dos dados quantitativos para medir as externalidades geradas por esta formação na mesma medida que estreitávamos laços com o setor audiovisual e obtivemos os seguintes dados: 53 alunos entrantes, 45 projetos apresentados, 11 organizações contatadas para a defesa oral dos

projetos. Verificamos também que o público beneficiário desta Pós-graduação é composto por profissionais das mais diversas áreas, notadamente oriundos de cursos ligados à comunicação, letras e marketing.

Infelizmente, ainda circula a ideia de que um curso livre e de pequena duração, sem graduação, supre as necessidades do mercado, e isso afasta a demanda por discentes. Estamos trabalhando para afinar nossa prática ao imediatismo do mercado sem, no entanto, deixar a teoria, bagagem excepcional na formação de roteiristas, pesquisadores e diretores. Outro ponto a ser mencionado é a formação técnica dos alunos, de tal maneira que o que é produzido na Universidade Veiga de Almeida tenha, além de excelência de ensino, promova a prática a serviço do mercado de trabalho. Dessa maneira, poderemos contribuir para o aumento do acervo audiovisual de produções internas que levem a UVA para Mostras e festivais. Essas ações, numa autocrítica dos profissionais que atuam na Pós-graduação será primordial neste primeiro semestre, que se inicia em março de 2020.

Desafios para os próximos entrantes

Como podemos notar, as evidências obtidas com as atividades acadêmicas têm sido validadas pelos alunos da pós-graduação e por diversos entes do mercado, vinculados à cadeia produtiva do audiovisual, que trazem a visão da diversificação de fontes de receitas, através de diferentes gestores: núcleos criativos, canal de televisão, distribuidora, produtoras e empresas investidoras. Já tivemos na defesa as seguintes organizações: Giros, Conspiração, BBDTVM, Downtown Filmes, Canal Brasil e Rede Globo, dentre outras produtoras independentes.

A partir dos dados elencados e dos retornos dados, a coordenação re- pensou suas estratégias de trabalho para novos entrantes em 2020, trazendo desafios acadêmicos a fim de qualificar o trabalho dos estudantes ao longo do processo acadêmico, que percorre o processo ensino-aprendizagem em seus aproximadamente 18 meses. Para isso, a Pós-graduação pretende ampliar o número de defesas orais, separando-os em três categorias: curtas-metragens; documentários e formato livre, num processo de retroalimentação das análises estéticas detalhadas acrescida da percepção orçamentária e de possíveis investidores e parceiros que possam ter afinidade com o produto desenvolvido.

Como se nota, não partimos das básicas linhas de condução da narrativa, mas sim incorporamos aos saberes oportunidades de reflexão diante dos acontecimentos do mundo, criticamente. Para isso, percorremos a literatura, desde *A Arte Poética*, de Aristóteles ao recente Syd Field, que causou furor no fim da década de 1990 como crítico de longas-metragens. Hoje, com o aumento do campo de atuação, temos outros autores, cujas obras constam de nossas bibliografias.

Esta atividade acadêmica se torna um ponto de inflexão na Pós-Graduação tão necessária para conectar novas histórias e novos roteiristas às organizações que necessitam ter acesso a outras referências estéticas.

Considerações finais

As indústrias criativas, com especial atenção o audiovisual, são indutoras de desenvolvimento territorial, na medida em que promovem a valorização dos territórios. Por esta razão, entender o Rio de Janeiro como um *hub*

de mão de obra qualificada na área de roteiro torna-se alimento para o setor. Por isso, é necessário estabelecer redes que alimentam o setor audiovisual: educação, sociedade civil e mercado, através da persistência acadêmica para fomentar o setor nuclear da área audiovisual.

Construímos esses passos de forma orgânica em que professores e coordenação trabalharam juntos para a culminância das atividades. À medida que o processo acadêmico avançava, transformamos os procedimentos em ações processuais, trabalhados hermeticamente de acordo com as disciplinas e com os cronogramas das aulas.

A Pós-graduação em Roteiro possui potencial para gerar novos produtos e ampliar o cenário do audiovisual no Rio de Janeiro e no país, tendo em vista a valorização de produtos embrionários, que possuem a atuação de professores – supervisores. O papel da Universidade é parte constituinte para contribuir na implementação de produtos e ações junto à sociedade, a serviço do Estado, da iniciativa privada e do terceiro setor.

É necessária a valorização e a solidificação de políticas públicas que promovam o desenvolvimento da economia e da sociedade, impactando o território na construção de novos produtos, tendo em vista que os números são evidentes: em 2018, tiveram 163.454.506 18 espectadores nas salas de cinema no país; na televisão fechada, em dezembro de 2018, representava 17.618.43319 de assinantes de TV paga em todo o Brasil e se registrava 52 serviços de vídeo *on demand* e 20 com atuação no país. Já o streaming avança

¹⁸ <https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro> Acessado em 30 de dez. 2019

¹⁹ https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_assinantes_no_mercado_de_programacao_-_versao_diagramada.pdf Acessado em 30 de dez. 2019

²⁰ <https://oca.ancine.gov.br/outras-midias> Acessado em 30 de dez. 2019

neste cenário, são exemplificados o caso da Netflix com cerca de “140 milhões de assinantes em 2018, sendo mais de 8 milhões de assinantes só no Brasil. E a Amazon Prime Video, ultrapassou 100 milhões ainda em 2017”.

Conclui-se que através dos conteúdos construídos em aula a partir da metodologia por projeto num processo de retroalimentação entre as disciplinas é possível trabalharmos em rede com e para o setor audiovisual na medida que lançamos no mercado roteiros devidamente supervisionados por professores e depurados por questões postas pelo próprio mercado nas sessões de *pitching*.



Referências

ARISTÓTELES. Poética. Prefácio de Maria Helena da Rocha Pereira. Tradução e notas de Ana Maria Valente. 3. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.

AGUADO, Ken. The Hollywood pitching bible: a practical guide to pitching movies and televisions. Agoura Hills: Douglas Eboch & Ken Aguado, 2013.

BENDER, W. N.. Aprendizagem baseada em projetos: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

BRASIL, Lei de Incentivo à Cultura. Lei Nº 8313/91, 23 de dezembro de 1991.

BRASIL, Lei do Audiovisual. Lei Nº 8685/93, de 20 de julho de 1993.

BRASIL, Medida provisória 2228/01, de 06 de setembro de 2001.

BRENNER, Laila; HEYMAN, Darian Rodriguez. Guia prático de captação de recursos: conheça as principais fontes, estratégias e ferramentas para captar recursos em organizações da sociedade civil. Tradução: Thais Iannarelli; revisão João Paulo Vergueiro. São Paulo: Instituto Filantropia, 2017.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FIELD, Syd. Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HOPWKINS, John. Economia Criativa. Como Ganhar Dinheiro com Ideias Criativas. São Paulo: Mbooks, 2012.

IKEADA, Marcelo. Cinema brasileiro a partir da retomada: Aspectos econômicos e político. São Paulo: Editora Summus, 2015.

LANDRY, Charles. Origens e futuros da Cidade Criativa. São Paulo: Sesi SP, 2013.
MORIN, Edgar. Ciência com consciência. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: O caeleidoscópio da cultura. Barueri: Manole, 2007.

FICHEIRA, Carolina Marques Henriques. HOLLANDA, Heloisa Buarque de. Política cultural por meio do incentivo fiscal, 26 anos de caminhada: retrato da captação global e setorial no campo das humanidades. Pol. Cult. Rev., Salvador, v. 11, n. 1, p. 255-277, jan./jun. 2018.

FICHEIRA, Carolina Marques Henriques. Indo além do fomento direto e indireto. Possíveis modelos de financiamento para o setor cultural, especialmente o campo das humanidades. In: Anais do X Seminário Internacional de Políticas Culturais, 6 a 9 de maio de 2019, Rio de Janeiro. Organização Lia Calabre, Alexandre Pires Domingues [e] Eula Dantas Taveira Cabral. – Rio de Janeiro : Fundação Casa de Rui Barbosa, 2019.

FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, S/D. Disponível em <https://www.firjan.com.br/o-sistema-firjan/setores-deatuacao/audiovisual.htm>. Acessado em: 30 de dez. 2019.

UNESCO. Creative Cities Network. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/events/unesco-designates-66-new-creative-cities> > Acessado em: 15 de jan. 2020.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. Resultados Mensais da Tv Paga. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/resultados-mensais-tv-paga> > Acessado em: 30 de dez. 2019.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. Assinantes do mercado de Programação de TV por assinatura 2019 Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_assinantes_no_mercado_de_programacao_-_versao_diagramada.pdf> Acessado em: 30 de dez. 2019.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. Outras mídias. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/outras-midia>> Acessado em: 30 de nov. 2019.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. Mercado Audiovisual Brasileiro. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>> Acessado em: 30 de nov. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS & SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil 2016. Disponível em: <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf> > Acessado em: 30 de nov. 2019.

PLATAFORMA AGENDA 2030. Disponível em: <<http://www.agenda2030.org.br/ods/8/>> Acessado em: 15 de jan. 2020.

PRISCO, Luiz & LIMA, Rafaela. (M)Dados: streaming cresce no Brasil e disputa com TV a cabo. Metrôpoles, 07 set. 2019. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/mdados-streaming-cresce-no-brasil-e-disputa-com-tv-a-cabo>>. Acessado em: 30 de nov. 2019.

SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA. Comitê Gestor aprova Plano Anua de Investimento do FSA. Disponível em: <<http://cultura.gov.br/comite-gestor-aprova-plano-anual-de-investimento-do-fsa>> Acessado em: 30 de dez. 2019.

CIDADE de Deus. Direção de Fernando Meirelles e codireção de Kátia Lund. País de Origem: Brasil. Distrib.: Lumiere Brasil, 2002.

LIXO Extraordinário. Direção de Lucy Walker, João Jardim e Karen Harley. País de Origem: Brasil. Distrib.:Downtwon, 2010.

OUTRO lado da Rua. Direção de Marcos Bernstein. País de Origem: Brasil. Distrib.: Columbia Pictures do Brasil, 2005.