



Processo nº 00165/2021

Parecer nº 215/2021 CEC/RS

O projeto “TETEIN - IAN RAMIL 1ª EDIÇÃO 2021” é recomendado para financiamento pela LIC-RS.

1. Produtor: Ferreira Rodrigues Agência Ensino e Cia de Teatro e Cinema

CEPC: 7707

Período de Realização: Evento não vinculado à data fixa.

Responsável Legal: Sofia Rodrigues Ferreira; Função: Direção Executiva.

Área do Projeto: MÚSICA- Atividades online

Local de realização: PORTO ALEGRE

Equipe Principal: Ferreira Rodrigues Agência Ensino e Cia de Teatro e Cinema

Função: Direção executiva

Empresa: Cida Cultural; Função: Gestão de projeto.

Nome do profissional: Ian Miranda Ramil; Função: Artista, músico compositor.

Contador: EVERTON MACHADO DE OLIVEIRA CRC: 54196

Outros Participantes

O PROJETO terá um estudo de mercado seguido de planejamento e gerenciamento de marketing digital para o lançamento tanto do disco quanto das peças audiovisuais. Este projeto pretende realizar-se de forma integralmente digital e terá seus produtos veiculados gratuitamente em plataformas digitais. Além disso, será realizado um webinar sobre produção cultural e inovação, compartilhando a experiência e dados produzidos pelo projeto como contrapartida social.

Dimensão simbólica: linguagens e práticas artísticas, referências estéticas, originalidade, importância simbólica, identitária e de pertencimento para a cultura local.

Ian Ramil é um artista gaúcho e tem dois discos lançados e produzidos de forma independente. Seu primeiro disco, lançado em 2014, intitulado IAN, tem no repertório músicas compostas por Ian entre os 17 e 24 anos e foi gravado em Buenos Aires e produzido por Matias Cella (Jorge Drexler, Kevin Johansen).

Alicerçado em uma poética predominantemente intuitiva, é leve, cheio de abstrações e subjetividades, nos oferece um olhar mais difuso do artista, com pinceladas ainda tímidas sobre a influência do mundo exterior em suas letras. Seu segundo disco

foi gravado em janeiro de 2015, na casa em que o artista cresceu, em Pelotas. Derivacivilização é um disco cru, que olha para fora, inconformado com os descaminhos da humanidade, ao mesmo tempo sofisticado na poesia, nos arranjos e na sonoridade. É punk-progressivo, como sintetizou Chico César.

Vemos um artista explosivo, em tomada de entendimento da responsabilidade sobre as coisas que diz e a maneira como escolhe dizer. A plenos pulmões e vibrante, Ian cai na estrada ainda em 2015, se apresentando pelo Brasil e também em países como México, Uruguai, Colômbia e Argentina. Dia 17 de novembro de 2016 estava em Las Vegas, recebendo um Grammy Latino de Melhor Disco de Rock. Naquele momento, Ian era pai havia seis dias. Trazemos esse breve histórico da trajetória do artista para ilustrar com clareza o ponto em que há uma guinada não só criativa, mas de vida, que influenciará diretamente a obra que propomos neste projeto: O nascimento de Nina. O amadurecimento acalenta seus agitados anseios e se inicia para Ian uma nova fase de criação. O terceiro disco vem de um lugar de intimidade, proximidade, vem de experienciar um sentimento de casa-paz. Compreendendo a trajetória de criação do artista, podemos elencar os aspectos que caracterizam artisticamente esta obra fonográfica e, conseqüentemente, sua relevância no cenário cultural do Rio Grande do Sul.

O contato com a delicadeza, a inquietação pessoal de não se satisfazer com o que se é, o desejo e gosto por mudanças e transformações e o enfrentamento das próprias limitações impulsionam esta criação artística. O entendimento de que se está em processo constantemente gera uma abertura para um repertório diferente de tudo o que o artista já criou, revelando a conta-gotas suas convicções diluídas nas letras das canções, evidenciando a presença e a relevância das incertezas. O disco foi composto antes do período pandêmico, mas sensivelmente antevê uma série de questões, na esfera privada e doméstica do artista, proporcionadas pelo semi-confinamento da paternidade, que dizem muito sobre a experiência global que estamos vivendo.

Objetivos:

Realizar lançamento de obra fonográfica inédita de artista gaúcho;

Realizar três obras audiovisuais criadas a partir da obra fonográfica;

Difundir e valorizar as criações artísticas e bens culturais; Democratizar o acesso aos produtos artísticos do projeto, acessibilizando-os de forma gratuita na internet;

Promover o desenvolvimento sustentável da economia da cultura, contemplando artistas, técnicos e produtores do segmento da música e do audiovisual do RS;

Promover o mercado interno cultural, a fruição cultural e a exportação de bens e serviços, bem como conteúdo cultural original e inédito;

Implementar inovação tanto na metodologia de trabalho do projeto, trazendo para o mercado cultural pesquisas de tendência utilizadas comumente no meio empresarial, quanto do conteúdo artístico, apresentando uma obra autoral original e de relevância artística inédita.

É o relatório.

2. Este projeto consiste na finalização e lançamento do terceiro disco do músico e compositor gaúcho Ian Ramil. O disco se chama Tetein e possui dez faixas, todas inéditas. Além disso, este projeto propõe a realização de três peças audiovisuais que serão criadas a partir de faixas selecionadas do disco e irão compor o projeto de lançamento da obra fonográfica. Temos artistas convidados para criar cada uma das peças audiovisuais. O premiado diretor de cinema Davi Pretto, bem como a multiartista Carina Levitan e a artista visual Isabel Ramil desenvolvem seus trabalhos na linguagem de vídeo. Gabriel Faccini, cineasta sócio-fundador da Verte Filmes e Bruno Carboni, sócio-fundador da Tokyo Filmes, coordenarão as etapas audiovisuais, respectivamente na produção e pós-produção do conteúdo cinematográfico do projeto. Haverá estudo de mercado seguido de planejamento e gerenciamento de marketing digital para o lançamento tanto do disco quanto das peças audiovisuais. Este projeto se pretende realizar de forma integralmente digital e terá seus produtos veiculados gratuitamente em plataformas digitais. Também se realizará um webinar sobre produção cultural e inovação, compartilhando a experiência e dados produzidos pelo projeto como contrapartida social. Dessa forma, objetiva-se ampliar a presença e o intercâmbio da cultura sul-rio-grandense em nível nacional e internacional, divulgando os produtos em plataformas digitais de amplo acesso; disponibilizar informações e dados qualificados relativos à produção cultural através de webinar (seminário realizado via internet) de apresentação de relatório de produção em formato digital e didático. Sendo assim, todas as composições são autorais e a peça de cada audiovisual será pautada por inúmeros debates para este webinar.

Segundo o proponente, em resposta à diligência:

Prezados, Segue documento em atendimento às diligências encaminhadas:

1. Consta na apresentação do projeto, nos objetivos gerais e na metodologia a produção de quatro peças audiovisuais. Porém, na dimensão cidadã, nos objetivos específicos e também na metodologia, o projeto informa três peças audiovisuais. Ajustar informação.

R1: Corrigido. O correto é a quantidade de três peças audiovisuais.

2. As rubricas referentes à direção executiva (1.1), gestão de projeto (1.2) e captação de recursos (1.3) devem estar no grupo de custos administrativos.

R2: Corrigido.

3. Desmembrar rubrica 1.9, informando o pagamento a cada um dos artistas criadores dos audiovisuais.

R3: Atendido.

4. Considerando que a mixagem do disco está contemplada na rubrica 1.6, explicar a que se refere à rubrica 1.14 paga à proponente.

R4: Masterização de áudio é o processo de preparar e transferir o áudio gravado em uma mídia que contém a mixagem final de um fonograma ou conjunto de fonogramas para outro dispositivo de armazenamento de dados, destinado a ser a matriz de todas as cópias a serem feitas daquele trabalho. Este processo difere da mixagem, que consiste em processo ou resultado de combinar vários canais de som, amplificados e/ou gravados separadamente.

O prestador deste serviço ainda não estava definido. O sistema não aceitou inserir

9999999999 no campo de CNPJ e a empresa proponente tem CNAE correspondente ao exercício desta função, por isso foi incluída no projeto desta maneira.

Obtivemos retorno do fornecedor nesse meio tempo e agora o CNPJ foi atualizado, visto que o projeto abriu novamente para edição em função da diligência.

5. Considerando que a coordenação da etapa audiovisual será realizada por Gabriel Faccini, da Verte Filmes e Bruno Carboni, da Tokio Filmes, indicar na planilha de custos o pagamentos para estes profissionais.

R5: A rubrica referente a Finalizador de obra audiovisual corresponde à função exercida por Bruno Carboni, que se encarregará da pós-produção, e a rubrica de Direção de Núcleo audiovisual refere-se à função exercida por Gabriel Faccini, que se encarregará de direcionar a criação durante a produção. Ambas constam na planilha de custos e foram renomeadas a fim de melhor esclarecer os itens a que se referem, inseridos (coordenação de pós) e (coordenação AV), respectivamente.

6. A IN 05/2020, em seu art. 6º, inciso II e §1º veda custos genéricos no projeto. Excluir rubrica 1.13.

R6: Custos logísticos referiam-se a custos de transporte. A rubrica foi renomeada a fim de melhor atender ao item a que se refere, bem como CNPJ corrigido (no caso de utilizarmos transporte via aplicativo de transporte urbano, a forma de viabilizar é cadastrando um plano empresarial, a Uber por exemplo só aceita pagamento em cartão de crédito da empresa para qual emitem recibos fiscais por viagem realizada, as viagens podem ser pré-programadas e o aplicativo envia um informe relatorial para a empresa, facilitando a logística de traslado da equipe e também otimizando a prestação de contas e dinamizando os recursos. Era pensando neste formato que inserimos a rubrica como custos logísticos. Para incluir renomeada como transporte, tivemos que atualizar o CNPJ para uma empresa especializada e não mais contratação via aplicativo de transporte e plano empresarial, inserindo em formato de contratação de transporte tradicional).

7. Considerando que as peças audiovisuais serão realizadas pelos artistas convidados, sob a supervisão de Bruno Carboni e Gabriel Faccini, com direção de arte e assistência de direção executadas por empresa de São Paulo (Meio do Mundo), considerando que há uma rubrica específica para “direção do núcleo audiovisual” (1.16), além da direção executiva e da gestão do projeto, descrever neste contexto, a atividade de “realização audiovisual”(1.15).

R7: Realização audiovisual refere-se aos custos de realização das obras audiovisuais, nos quais estão incluídos custos de produção de set de filmagem, locação de equipamentos de maquinário, alimentação de set, itens de segurança de protocolo para a COVID-19, equipamentos de iluminação, figurino, objetos de cena, contrarregra de set, etc. Como o processo de roteirização acontecerá uma vez que o projeto for aprovado e os artistas forem contratados para desenvolvê-lo, não é possível prever antecipadamente o que cada obra irá requerir e, portanto, optou-se por trabalhar com uma rubrica de realização, que dará respeito aos itens que cada obra irá requerer para que sua realização de produção audiovisual seja possível e esteja coberta por esta rubrica. Ou seja, as rubricas mencionadas no item 7 da diligência dizem respeito aos profissionais contratados para planejar, gerir, executar, criar, supervisionar, e aqui estão contemplados os custos que a produção requer para sua realização, para além da mão de obra especializada, como fornecedores e custos para realizar a gravação em si.

8. Tendo em vista que todo o projeto é voltado para a mídia digital, informar a diferença entre projeto gráfico (2.3) e designer gráfico digital (2.7).

R8: Projeto gráfico refere-se ao projeto como um todo, nesta rubrica está contemplado o designer que criará o que chamamos de identidade visual do projeto, a “cara” do projeto que se manifestará em todos os seus meios de comunicação. Aqui está incluído a criação do conceito do projeto em termos visuais, que permeará todos os produtos e sub-produtos do projeto, ou seja, a identidade visual do projeto e seu conceito, que estará nas redes sociais, capa de disco, capa de spotify, etc. O designer do projeto gráfico do projeto não irá desdobrar todas essas artes em todos os formatos necessários para cada mídia em que atuaremos, esta demanda configura outro tipo de serviço. Por isso, temos o designer gráfico digital, que irá, a partir da criação do designer do projeto gráfico, fazer desdobramentos para cada mídia, cada postagem, cada layout e formato diferente para que atenda toda a comunicação do projeto, como por exemplo, a capa de fundo do facebook, ou a capa de youtube, tem um tipo de formato, postagens no instagram tem outro, cada postagem em redes será diagramada conforme padrão de cada rede. Em suma, o item 2.3 refere-se ao conceito visual e artístico do projeto e o item 2.7 refere à um trabalho de execução, que contempla a criação de peças gráficas aplicando o conceito em diversos formatos. São funções diferentes e complementares que qualificam e profissionalizam o processo.

9. Informar a diferença entre Diretor de marketing digital (2.4) e “Planner” marketing digital (2.6) e estrategista de marketing digital (2.2).

R9: Segue a seguir a distinção de cargos com especificação de funções: Planner - Planeja a estratégia de comunicação em redes sociais, elabora cronograma de execução de conteúdo, criação de textos, peças gráficas a serem produzidas, publicação das mesmas e etc. Planejamento este que será executado pelo diretor, ou seja, o planner desenvolve todas as ações e etapas de execução, mas não é responsável pela execução nem gestão de equipe e entregas. Diretor - Coordena a execução da estratégia, coordena equipe, supervisiona processos de publicação, aprovação, fluxo de entrega, impulsionamentos, relatoria. Estrategista de marketing digital - São profissionais que desenvolverão a estratégia comercial dos produtos, ou seja, uma visão de mercado para sermos assertivos quanto ao posicionamento do álbum Tetein, identificando quem consome esse tipo de produto, quais plataformas utiliza para consumir. Apresentarão para a equipe de comunicação uma contextualização do mercado de música em 2021, quem são artistas que compartilham do mesmo público, como trabalham e desenvolvem seus conteúdos online e quais suas estratégias de alcance, fazendo uma leitura do mercado onde iremos inserir nosso produto, bem como uma atualização de práticas de consumo a partir do cenário pandêmico, além de, após a apresentação, concluir apontando o direcionamento da estratégia de comunicação do álbum. O direcionamento da estratégia é o que norteará o trabalho do planner, que por sua vez, norteará a execução do diretor. São funções diferentes e complementares que qualificam e profissionalizam o processo. Quando estamos trabalhando com um projeto digital, é preciso que tenhamos uma equipe de produção de conteúdo profissional, que permita bom andamento do fluxo de trabalho, a organização e a qualidade da entrega, não só a nível artístico quanto a nível comercial. É tão fundamental para a profissionalização do artista quanto pensarmos cuidadosa e estrategicamente na equipe de pesquisa, criação e execução dos próprios produtos artísticos. Essa equipe profissionalizada permitirá também a produção de dados sobre o alcance do projeto, e poderá dar uma base mais sólida de trabalho de continuidade da carreira do artista.

10. Embora a dimensão econômica mencione o envolvimento de 20 pessoas

jurídicas, podemos observar que a pessoa jurídica da proponente concentra 38% do valor do projeto. Justificar concentração.

R10: Direção executiva é o único valor que ficará retido como cachê da produtora proponente, que fará o acompanhamento geral do projeto, em todas as suas instâncias de execução. Assistência de produção será produtora contratada pela proponente, que receberá o valor inserido no orçamento, não havendo nenhum recurso retido pela proponente no ato da contratação. O mesmo se aplica para as outras rubricas, cujos valores estão, evidentemente, correspondentes a uma prestação de serviço específica. Prestar o serviço e ser remunerado por esta prestação, não configura concentração de valores, pois não há nenhum valor orçado que não seja correspondente a um serviço a ser prestado. Captação de recursos, por exemplo, é um nicho bastante difícil de se inserir no mercado empresarial no RS, os captadores aos quais tivemos acesso até agora sinalizaram a cobrança de 20% do valor total do projeto para prestar o serviço de captação de recursos nas empresas. Optamos por manter um valor que consideramos razoável diante da conjuntura do projeto e do atual cenário cultural gaúcho, que é o de 10% do valor total do projeto.

Faz-se necessário contratar um captador para a viabilização do projeto, e desta mesma maneira que mencionado anteriormente, não haverá retenção de recursos por parte da proponente no ato da contratação. Caso a proponente não encontre profissional disposto a atender a porcentagem aqui referida, em função do valor praticado no mercado já mencionado, esta executará a função de captação, sendo, portanto, remunerada por um serviço prestado, correspondente ao valor do serviço (reiterando ainda que está aqui neste projeto 50% abaixo do valor de mercado a que tivemos acesso até o momento). Faz-se necessário esclarecer que recursos administrados pela proponente não implicam que esta absorverá o recurso, concentrando-o, e sim que esta se responsabilizará pela prestação do serviço. Estamos comercializando os produtos culturais gratuitamente, não havendo margem de lucro para a produtora do projeto ou para o artista, pois referem-se à horas de trabalho prestado. Este projeto refere-se ao trabalho de um artista independente e uma pequena produtora, que buscam, através deste projeto, recuperar mais de um ano sem trabalho, de forma inovadora e estratégica, buscando profissionalizar o mercado musical gaúcho e oferecer um produto artístico original e extremamente qualificado. Estamos trabalhando para nos profissionalizar em plena pandemia, e isso, ao nosso entendimento, deve ser considerado um elemento de contribuição para o setor cultural. Do percentual de 38% mencionado, com algumas atualizações realizadas a partir desta diligência, bem como o esclarecimento a que se refere às contratações que ainda permanecerão sob a alçada da proponente, afirma-se que, a princípio, apenas 13% (rubrica direção executiva e locação de equipamento de vídeo) do montante total do projeto entra como valor absorvido pela própria proponente. Caso a proponente não encontre captador que aceite o percentual aqui mencionado, a mesma realizará o serviço, configurando desta maneira 23% do valor total do projeto, entendendo ainda que mesmo que assim seja, para que se capte recursos é preciso contratar de antemão designer gráfico para formatação de projeto comercial, profissional de marketing para realizar formatação de cotas de patrocínio, dentre outros custos que tão pouco serão retidos exclusivamente pela produtora. Caso não seja possível realizar a captação nestes moldes, o recurso sequer será viabilizado e o custo previamente investido será oneração à produtora. Por fim, destacamos que conforme tabela do SINDCINE, o cachê de um produtor executivo é de R\$ 3.768,45 por semana (16/jan/2020). Na tabela do SATÉD, “Direção de Produção” consta como R\$ 7.199,00 mensais. A proponente está neste projeto como diretora executiva, e o valor de R\$ 4.000,00 mensais está correspondente a apenas 26% do valor constante na tabela do

SINDCINE e 55% do valor constante na tabela do SATED, considerando o tempo de trabalho do projeto. Estamos longe de atingir condições ideais de remuneração, e precisamos, em tempos pandêmicos, viabilizar projetos e garantir a distribuição de renda ao setor e o aquecimento do mesmo. Acreditamos que a forma em que dispusemos o nosso orçamento é estratégica e gostaríamos muito de aprimorar os meios de profissionalização do setor, entendendo a complexidade das práticas culturais vigentes e a necessidade de inclusão de novas formas de trabalho que não precarizem os serviços e que qualifiquem e democratizem não só as entregas artísticas, como os meios de produção das mesmas.

11. O documento anexado com o plano de mídia prevê teaser e lançamento de seis vídeos. Ajustar valores a quantidade de vídeos executados.

R11: Serão um teaser promocional para cada obra audiovisual, são três obras, três teasers. Além disso, a partir de onde está mencionado na tabela “Video 4”, temos ao lado “lançamento disco”, assim como também sinalizado nos itens “Video 5” e “Video 6”. Teremos três vídeos promocionais de lançamento do disco, ou seja, são vídeos curtos que a equipe de comunicação criará com conteúdo do disco, seja com uma fala do artista, com um trecho de música, anunciando o lançamento de um single, enfim, além de promover as obras audiovisuais, também promoveremos o disco que será lançado, por isso consta na tabela anexada o número de seis vídeos, sendo que estes vídeos, aqui nesta tabela, referem-se aos vídeos promocionais, e não às obras audiovisuais. Este serviço está incluído nos valores direcionados à equipe de comunicação.

Diligência 2:

1. Colocar na rubrica 1.6 o nome do profissional (Gabriel Faccini) ou empresa (Verte Filmes) e demais dados correspondentes.

R1: *Infelizmente o sistema não está aceitando os dados do Sr. Gabriel, por este motivo segui a orientação do item abaixo, inserindo o item “a definir”.*

2. Para todas as rubricas que constam no nome da proponente e que não serão executadas pela mesma, conforme resposta ao item 10 da diligência anterior, colocar o nome do prestador de serviço ou inserir a informação “a definir”.

R2: *Corrigido.*

3. Esclarecer sobre a inserção da nova rubrica “Obra audiovisual 4” (1.19), visto que a proponente informou que serão 3 peças audiovisuais.

R3: *Sim, serão quatro artistas, que trabalharão no desenvolvimento criativo e executivo das obras audiovisuais, cada artista tem um tipo de competência, o Davi Pretto escreve roteiros além de dirigir, a Isabel Ramil também é artista visual, desenvolve uma estética poética nos trabalhos que realiza, o Eduardo Montelli trabalha com mídias sociais, alterações de imagens digitais, identidade digital, etc, e a Carina Levitan além de musicista, é cenógrafa. O fazer audiovisual é uma prática que exige uma dimensão coletiva, e selecionamos precisamente estes quatro artistas para a criação das obras do Ian Ramil pois formam um time coeso e complementar de criação. Não trabalharemos de forma a um artista desenvolver uma obra, então, por isso temos quatro artistas e três obras. As rubricas estão nomeadas Artista 1 obra audiovisual, Artista 2 obra audiovisual, Artista 3 obra audiovisual e Artista 4 obra audiovisual, não temos rubrica nomeada “Obra audiovisual 4”. São quatro artistas e três obras.*

Sendo assim todas as respostas diligenciadas pelo SAT, foram amplamente respondidas e por consequência o projeto habilitado para a avaliação.

3. Trata-se de projeto este em que também se realizará um webinar sobre produção cultural e inovação, compartilhando a experiência e dados produzidos pelo projeto, como contrapartida social, trazendo a arte, economia criativa - através da música autoral -, valorizando a sua regionalização musical no poder da criação através também da imagem e todo o mosaico que as lentes permitem chegar.

4. Em conclusão, o projeto **“TETEIN - IAN RAMIL 1ª EDIÇÃO 2021”** é recomendado para financiamento público, em razão de seu mérito cultural, relevância e oportunidade, podendo captar **R\$ 294.000,00** (Duzentos e noventa e quatro mil reais) junto ao Sistema Integrado de Apoio e Fomento à Cultura.

Porto Alegre, 05 de julho de 2021.

Liliana Cardoso Rodrigues dos Santos Duarte

Conselheira Relatora

Pró-cultura RS