

Todo "hobby", para merecer importancia, precisa de se adaptar a todos os generos possiveis de interesses individuais. Neste respeito, o amadorismo cinematographico está elevado, hoje em dia, ao mais alto grau dentro da sua classe de uma distracção scientifica e pessoal. Trata-se de um "sportman", de um homem de sciencias ou mesmo de um negociante, o Cinema de Amadores poderá satisfazer não só o prazer do "hobby", como também as maiores actividades, não só da vida, como dos negocios e das profissões.

Os amadores começam a comprehender que a applicação universal do film reduzido se estende não só aos campos de distracção como também aos negocios e ás profissões. Muitos amadores, pelo mundo afóra, fazem hoje films industriaes, seja pelo gosto pessoal de guardar umas recordações dos seus proprios negocios, no film, ou seja, em muitos casos, para o uso directo e commercial, como propaganda dos productos e vendas. Como seria allás natural, esses que se dedicam a tal genero preferem entregar a organização dos films a companhias que se especializam nesse ramo. No entanto, todo amador aprecia a satisfação pessoal de filmar, elle proprio, o mais importante de todos os generos que lhe agradam: os seus negocios e a sua vocação.

Neste ponto, podemos dizer que o mais difficil de todos os trabalhos consiste na evolução de um plano que apresente a historia desses negocios ou dessa vocação de um modo efficiente e interessante, o qual deve sublinhar principalmente o movimento das vendas, para o devido uso commercial. Essas questões precisam ser tratadas com cuidado, principalmente a analyse dos propositos do film e da sua continuidade. Ao preparo e historia, a principal consideração a ser tomada deve ser a redução dessa historia aos seus elementos fundamentaes. Quanto mais directo seja o tratamento, mais effectivo parecerá o film terminado. Se usarmos a experiencia dos outros, o trabalho será ainda mais simples do que parece, como revelam as linhas que, a seguir, desenvolvem o thema acabado de ser exposto.

Como todas as outras technicas, a technica da scenarização do film industrial é muito repetida. Certas formulas mostraram ser dignas de successo, emquanto outras tentativas, moldadas em planos differentes não passaram de grandes desastres. E' por isso que dizemos ser tão conveniente seguir a experiencia dos antecessores como será conveniente ao maritimo evitar as rochas submarinas, examinando as cartas geographicas. As melhores produções cinematographicas profissionais são construidas sobre formulas pre-estabelecidas.

Os seguintes typos de scenarios industriaes, indicando mais a psychologia do que as scenas e os debates das sequencias — como acontece — abrirá campo para uma nova variedade de produções.

Os detalhes variam muito, conforme a industria filmada. O amador precisa lembrar-se de que esses typos não passam, no entanto, de modelos para o common dessas historias de negocios. Em muitos casos pod.r-se-ão incluir muitas scenas no corpo no modelo apresentado. De qualquer modo os detalhes poderão ser aproveitados, e seguindo a regra dos modelos, poder-se-ha elaborar todo o scenario antes de iniciar o trabalho d ecamara. A seguir vêm, portanto, os mencionados modelos.

1ª. — UMA COMPANHIA MANUFACTUREIRA

(Os titulos serão insertos e as scenas subdivididas conforme a necessidade).

1 — O exterior da fabrica, mostrando apenas o nome. Nada de panoramas (2 metros).

2 — Vista incluindo todo o exterior do estabelecimento. (3 metros).

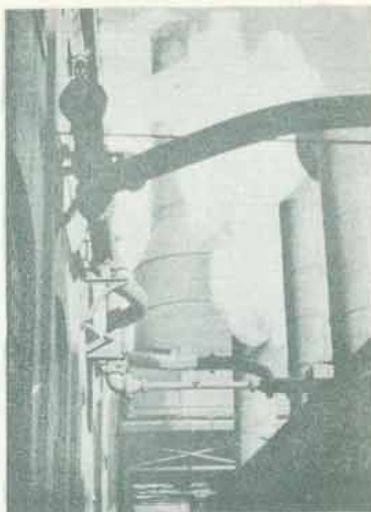
3 — Outra vista, se possivel, de alguns aparelhamentos e machinas do exterior. Columnas de fumaça e vapor, guindastes em acção, etc. (3 metros).

4 — Fusão progressiva, se fôr conveniente, para o interior. Primeiro plano, grande, da mais typica e da mais importante de todas as operações manufacturieras, mostrando apenas a complexidade e a perfeição do machinismo, os dedos do operario, a parte da fabricação. O intuito desta scena está em despertar o interesse do espectador. (3 metros).

5 — Primeiro plano do operario ou antes, a face, e os braços do mesmo no exercicio do seu trabalho, manejando a machina.

6 — Ultimo plano do salão onde está installada a machina, para mostrar as dimensões. Incluem-se tantas machinas e tantos operarios quanto possivel. Empregue-se uma plataforma, se o salão fôr pequeno, filme-se a travez de uma janella. Compense-se a falta de luz com iluminação artificial pelas costas. (5 metros).

7 — Interior do departamento de desenhistas, servindo esta scena como a primeira para a sequéncia das operações fabrils. Se a industria não apresentar departamentos de desenhistas, substitua-se por outra scena semelhante; o departamento de produção, por exemplo. Mostrem-se o patrão e o desenhista-chefe, la-



CINEMA DE AMADORES

(DE SERGIO BARRETTO FILHO)

pis em mão, discutindo detalhes e apontando, ora para uma planta, ora para um desenho. Reguas e compassos espalhados pelas mesas. Não convem mostrar a entrada e a sahida dos operarios, a não ser em ultima instancia. (5 metros).

8 — As primeiras operações. Recepção da materia prima, peso, transporte e accommodation. Ultimo plano. (5 metros).

9 — Primeiro plano mostrando o desempacotamento da materia prima. Acção mostrando a natureza; operarios abrindo caixões, esfregando o material entre as palmas das mãos, sopesando-o, etc., e um primeiro plano do caixão mostrando do que se trata e o que elle contém. Por exemplo: "Enxofre". (2 metros).

10 — Misturando as materias primas ou arrumando-as nos depositos da fabrica. Se se empregar qualquer systema de transporte mecanico, mostr-se o mesmo detalhadamente. O publico gosta de apreciar esse genero de machinas. (3 metros).

11 — Várias secções e departamentos. Podem ser dez ou vinte scenas, conforme a complexidade da fabrica. Antes seguir a fabricação de um pequeno artigo de fio a pavo, do que mostrar um pouquinho de cada coisa.

Numa grande fabrica, devemos preferir o artigo mais typico, seguir a sua fabricação, e depois, com titulos apropriados, introduzirmos breves apanhados sobre a manufactura dos outros, mostrando a historia da fabricação de todos os productos em si. (5 a 30 metros).

12 — A preparação, o empacotamento. Nas fabricas de motores electricos devemos mostrar o enrolamento das armaduras, enquanto nas de biscoitos precisamos mostrar o empacotamento. Tudo depende sobre as qualidades particulares da industria: a presteza mecanica, a distribuição sanitaria, a qualidade e conveniencia do serviço (5 a 15 metros).

13 — Expedição. Ultimo plano mostrando a apposição das etiquetas, e um primeiro plano indicando para onde vae: China, por exemplo.

14 — Estabelecimento a retalho mostrando a vitrina que possa parecer mais interessante para a pessoa que vir o film. Note-se que suprimimos todas as scenas de qualquer viagem por mar ou terra. Todos os fabricantes julgam que a carga de vapores, trens ou caminhões será muito interessante para o espectador, mas os films industriaes têm mostrado que isso é um

erro grave. Taes scenas são invariavelmente suprimidas no fim, a não ser que as operações de carga e descarga, tenham grande magnitude, prestigiando, dessa forma, o film que se trata de elaborar. Uma vitrina pode ser cinematographada ou da rua, focalizando o interior da casa commercial, do interior da casa, focalizando a rua. O ultimo caso será preferivel, se se tratar de uma rua importante e de grande movimento, e caso assim fôr, arranjem-se varios freguezes vivazes, olhando para a vitrine ou parando para apontarem para algum artigo. Usem-se luzes artificiaes para a iluminação do interior obscuro da vitrina, e para quebrar os contrastes muito duros (5 a 10 metros).

15 — Interior ou exterior, conforme a necessidade, de uma residencia, uma loja, ou um escriptorio, mostrando o consumidor fazendo uso dos artigos e explicando, com evidente prazer, a perfeição dos mesmos a um amigo, á esposa, ou ao marido. Estes apanhados são sempre muito importantes. O fabricante de motores gostará de ver os seus productos em acção nas fabricas e casas de familia, do mesmo modo que o fabricante de lapis e canetas gostará de ver os seus lapis na mão dos alumnos de uma escola. (3 a 15 metros).

16 — Vistas e primeiros planos de rotulos e cartazes, marcas registradas, etc., do producto terminado. (2 metros). Escurecimento.

2ª — UMA CASA COMMERCIAL

(Os titulos serão insertos e as scenas subdivididas conforme a necessidade)

1 — Escurecimento. Um primeiro plano mostrando um annuncio em pagina dupla num jornal de domingo. Faça-se com que o nome se veja claramente. (2 metros).

2 — Ultimo plano interior de uma residencia. O jornal que acabamos de ver é mostrado nas mãos do chefe da casa que está lendo o supplemento do jornal, e falando sobre o annuncio com a esposa, ao seu lado. Em um primeiro plano pode-se mostrar a esposa cortando parte do annuncio e guardando-a na carteira, para mostrar que ella vae fazer qualquer coisa a respeito. (4 metros).

3 — A esposa vae fazer as suas compras, pela manhã. Antes de deixar o portão, ella verifica se ainda tem os recortes do annuncio, na carteira.

4 — Ultimo plano do exterior de casa commercial, apanhado do terceiro andar de uma casa fronteira, diagonalmente á rua. (3 metros).

5 — Primeiro plano da fachada, tomada do edificio fronteiro, mostrando gente entrando e sahindo. Faça-se com que o nome seja legivel. (3 metros).

6 — Angulo differente, mostrando a calçada da rua; a esposa que sahiu para fazer suas compras chega e entra. (2 metros).

7 — Interior da casa commercial. O gerente recebe-a e indica-lhe o departamento apropriado. (3 metros).

8 — O departamento especial que a esposa procura. Se houver necessidade de uma escolha, procure-se um artigo que photographe bem: um vestido de baile, por exemplo. Faça-se uso de toda a luz natural possivel, empregando-se rebatedores, e até luz artificial se for preciso. A fregueza experimenta varios artigos e examina varios vestidos, dando afinal as suas ordens e deixando o estabelecimento. (5 a 10 metros).

9 — Varios departamentos e secções á vontade.

10 — Interior das officinas do estabelecimento, mostrando empregadas fazendo ligeiras modificações em vestidos, separando, embrulhando encomendas, etc. (5 metros).

11 — Depois de um titulo conveniente, vista da secção de expedição de encomendas, o carro de entregas do estabelecimento, etc. (3 metros).

12 — Exterior da residencia mencionada no apanhado n. 3. O carro do estabelecimento faz a entrega da encomenda. Para no portão, o chauffeur salta, embrulho na mão, e dirige-se para o portico de entrada. (14 metros).

13 — No portico. O chauffeur espera á porta. A esposa apparece, toma o embrulho sorrindo, das mãos do chauffeur. Escurecimento. (2 metros).

14 — Escurecimento. Uma festa na residencia. A dona da casa usando o vestido de baile, e cumprimentada pelas amigas pelo seu bom gosto. Escurecimento. (3 metros).