

TERMO DE REFERÊNCIA _ TOR

1. Provisões Gerais

A Agência de Cooperação Internacional do Japão – JICA (Escritório Anexo do Consulado Geral do Japão em São Paulo), de agora em diante JICA, selecionará uma Agência de Publicidade, na modalidade concorrência com a finalidade de Selecionar Propostas Objetivando a Prestação dos Serviços de Elaboração de Projeto para Produção, Produção e Veiculação de Vídeo Documentário Sobre a Implantação do “Projeto de Policiamento Comunitário Utilizando o SISTEMA KOBAN” desenvolvido pela JICA e Polícia Militar do Brasil entre os anos de 2005 a 2018 no âmbito do Acordo Básico de Cooperação Técnica firmado entre o Governo do Japão e o Governo da República Federativa do Brasil assinado em 22 de setembro de 1970.

Detalhes sobre o Projeto poderão ser acessados no link abaixo:
<https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/12127494.pdf>

2. Objeto

O presente termo de referência tem por objetivo receber proposta para a Contratação de Agência de Publicidade para Prestação dos Serviços de Elaboração de Projeto para Produção e Veiculação de Vídeo Documentário Sobre a Implantação do “Projeto de Policiamento Comunitário Utilizando o SISTEMA KOBAN” e divulgá-lo ao público brasileiro.

Observações Importante:

Exige-se que o proponente tenha “certo conhecimento” sobre os projetos ODA do Japão, dos projetos da JICA e do Projeto de Policiamento Comunitário Utilizando o SISTEMA KOBAN”

3. Proposta Técnica

- 3.1. A proposta técnica deverá constar um “Resumo dos pontos a serem observados para produção e promoção do documentário de acordo com história e característica da JICA como órgão executor de implementação da ODA do Japão” e o plano de comunicação publicitária, tendo como referência o “modelo de Orientações para a Produção de Vídeos de Projetos Emblemáticos”, Anexo I , preparado pela JICA. No entanto, levando em consideração o objeto desta

licitação, e se houver sugestões de alteração, adaptação ou adições que devam ser feitas nesta orientação (Anexo I) e para adequar-se a realidade brasileira, gostaríamos de receber tais sugestões com devidas justificativas para as mesmas. O plano de comunicação publicitária deverá contemplar no mínimo 4 fases.

- a) Fase 1 - Planejamento do projeto
- b) Fase 2 – Estratégia de ações pré produção
- c) Fase 3 - Ações pré filmagem
- d) Fase 4 - Filmagem, Veiculação, divulgação e relatório

3.2. O plano de comunicação publicitária deverá ser apresentado, onde o proponente, com supedâneo nas informações constantes do anexo I, deverá apresentar:

- a) Planejamento do projeto: O proponente deverá demonstrar seu entendimento sobre o objeto da licitação e apresentar ações para definição do projeto.
- b) Estratégia de ações pré produção: o proponente deverá indicar as estratégias das ações pré produção que inclui a elaboração e definição do roteiro, elaboração do cronograma geral, estimativa de gastos, contratação de produtora e documentação (direitos autorais) e alcançar os objetivos da JICA.
- c) Estratégia de ações pré filmagem: o proponente deverá apresentar as estratégias para contratação da produtora e estratégia de planejamento para a produção do vídeo
- d) Estratégia de Filmagem, veiculação, divulgação e relatório: o proponente explicitará e justificará a estratégia para elaboração da produtora, edição, cronograma financeiro, performance de mídia e contratos de direito de imagens.

Observação Importante:

A JICA manterá os direitos autorais de todos os vídeos, imagens, etc., produzidos como resultado deste contrato. É de responsabilidade da contratada negociar e obter os acordos necessários para este fim. Se houver quaisquer restrições a esta suposição devido a leis locais, costumes ou outras circunstâncias especiais, estas deverão ser explicadas e uma solução deverá ser proposta.

3.2 Informações complementares (CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES AO PROPONENTE):

3.2.1. As informações complementares referem-se a trabalhos prestados pela

proponente onde deverá demonstrar:

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (em textos e/ou fotos) em, no máximo, 10 (dez) páginas, apresentando:

- a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, além do líder do projeto, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento, produção);
- b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;
- c) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos 05 (cinco) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

REPERTÓRIO (em textos e/ou fotos, layouts ou mídias USB) contendo:

- a) Repertório: indicação do desempenho da proponente na prestação de serviços a outros clientes do setor público e/ou privado, limitados a 03 (três) clientes, acompanhado da reprodução de, no mínimo, 01 (uma) peça por cliente, com as referidas fichas técnicas em que constem título, data ou período da veiculação e a indicação das praças que as exibiram, ou sua forma de aplicação.

3.4 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

4. Período do projeto (sugestão)

Conteúdo da Atividade	out/21	nov/21	dez/21	jan/21	fev/22	mar/22
Planejamento	■	■	■			
Pré Produção		■	■	■		
Pré Filmagem			■	■	■	
Filmagem e Edição				■	■	
Veiculação, Divulgação e Relatório					■	■

Orientações para a Produção de Vídeos de Projetos Emblemáticos

Divisão de Relações Públicas

Departamento de Relações Públicas

1. Sobre o Conceito Único do Presente Trabalho
2. Sobre os Dois Tipos de Trabalho (Trabalho A e Trabalho B), seus Produtos e Prazo de Entrega
 - (1) Trabalho A e Trabalho B
 - (2) Produtos
 - (3) Prazo de Entrega
3. Formato do Vídeo e Forma de Entrega
4. Duração do Vídeo e Sugestões de Distribuição para o Meio Midiático
 - (1) Duração do Vídeo
 - (2) Sugestões de Distribuição para o Meio Midiático
5. Processos de Trabalho e Atribuições de Cada Base
 - (1) Definição da Política de Aquisição – Elaboração das Especificações
 - (2) Aquisição e Contratação
 - (3) Proposta de Roteiro e Ajustes na Produção
 - (4) Filmagem
 - (5) Pós-Produção (Edição, Etc.)
 - (6) Verificação Final e Conclusão

Material de Referência 1

1. Contrato com a Produtora de Vídeo (Sobre os Direitos Autorais)
2. Apresentação de Exemplos do Japão de Cálculo do Preço Unitário referente à Produção

Material de Referência 2

1. Elementos do Roteiro de um Vídeo
2. Ideias para o Roteiro e a Produção

1. Sobre o Conceito Único do Presente Trabalho

O conceito único em comum no presente projeto de produção de vídeos é **“Desafiantes que criam o Futuro (Título Provisório)”** e a meta é produzir um vídeo em torno de um ou mais protagonistas cujo enredo retrate os desafios enfrentados por ele(s)/ela(s) (como procurar-se-á obter a empatia do público local, o(a) protagonista poderá ser contrapartes, beneficiários ou japoneses).

- Uma vez que este projeto visa promover a compreensão dos projetos da JICA nos países em desenvolvimento, o seu alvo será o público em geral dos países em desenvolvimento e o roteiro será pensado centrado na perspectiva do(a) protagonista acima mencionado(a) de modo a obter a empatia do público-alvo.
- Servirão de referência métodos de produção de filmes documentários em curta metragem de 20 a 30 minutos e programas documentários para transmissão televisiva. Por meio de uma narrativa em que o(a) protagonista se desafia a fazer algo, repete fracassos, mas obtém sucesso no projeto graças a seu esforço e à ajuda de colaboradores, almeja-se um conteúdo com o qual o público se identifique e sinta empatia (Referência: documentário televisivo da NHK japonesa, “Projeto X Desafiantes”).

2. Sobre os dois tipos de trabalho (Trabalho A e Trabalho B), seus Produtos e Prazo de Entrega

(1) Trabalho A e Trabalho B

Com base no conceito mencionado no item 1 acima, o conteúdo do trabalho será de dois tipos, Trabalho A e Trabalho B, sendo que, levando em consideração sua utilização no Japão no próximo ano fiscal, a execução do Trabalho A será basicamente obrigatória e a do Trabalho B, opcional.

- 1) **Trabalho A:** Produção de vídeo pelo método documentário com duração total de 20 minutos ou mais e sua transmissão no meio midiático.
 - A duração total deve ter 20 minutos ou mais, sendo possível dividir uma história em duas ou três partes.
 - Caso circunstâncias levem à possibilidade de a duração ficar bem abaixo da definida, é preciso consultar o Departamento de Relações Públicas.
- 2) **Trabalho B:** Criação de vídeo compilado (um ou mais), curto, reeditando materiais de filmagem, materiais de vídeo, etc., relacionados ao Trabalho A e sua transmissão no meio midiático.

(2) Produtos

1) Produtos do Trabalho A e Local de Entrega / Guarda

	Produto	Local de Entrega / Guarda
1	Vídeo	① Vídeo concluído (*com o pacote completo)
		② Vídeo anterior à conclusão de ①, ou seja, sem os processamentos de vídeo,
		Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas
		Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas

	<p>como legenda, música, narração, montagens, etc. (*Também chamado de “versão sem legenda”) (Para a empresa, explicar que é “o vídeo ① acima depois de retiradas as faixas de legenda, música e narração com um programa de edição de vídeos e exportadas apenas as faixas de vídeo e áudio.)</p>	
2	Roteiro em inglês (+ roteiro no idioma local, se houver)	Entregar ao Departamento de Relações Públicas
3	Relatório de execução (Especificar o canal de veiculação e a data, e o número de vezes que foi exibido. Além disso, mensurar e analisar os efeitos da publicidade, como índice de visualização, número de visualizações, etc.)	Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas
4	Em caso de vídeo que tenha sido transmitido, (se possível) a imagem do vídeo no ar (dados ou DVD); no caso de Web, o URL e a imagem da tela.	Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas
5	Materiais de vídeo, materiais de áudio, etc., relacionados à filmagem das reportagens.	Guardar em cada base. (* Necessário quando do uso secundário e reedição) (O período que deve ficar guardado fica a critério das bases no exterior, mas é recomendado que os materiais sejam guardados por médio a longo prazo tendo em vista que podem ser usados em retrospectivas históricas, como aniversário de ● anos da ODA.)
6	① Contrato com a produtora de vídeo ② Documentos relacionados à permissão de uso de obras protegidas por direito autoral, termos de consentimento relacionado ao direito de imagem das pessoas que aparecem no vídeo, etc. (*Documentos para solicitar que a empresa apresente.)	Guardar em cada base. (*É possível que venham a se tornar necessários quando do uso secundário e/ou reedição)

2) Produtos do Trabalho B e Local de Entrega / Guarda

	Produto	Local de Entrega / Guarda
1	Vídeo concluído (*o pacote completo) (apenas)	Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas
2	Roteiro em inglês (+ roteiro no idioma local, se houver)	Entregar ao Departamento de Relações Públicas
3	Relatório de execução (Especificar o canal de veiculação e a data, e o número de vezes que foi exibido. Além disso, mensurar e analisar os efeitos da	Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas

	publicidade, como índice de visualização, número de visualizações, etc.)	
4	Em caso de vídeo que tenha sido transmitido, (se possível) a imagem do vídeo no ar (dados ou DVD); no caso de Web, o URL e a imagem da tela.	Guardar no escritório e também entregar ao Departamento de Relações Públicas

(3) Prazo de Entrega

Tanto os produtos do Trabalho A como do Trabalho B

é imperioso que sejam entregues e liquidados até final de março de 2022.

* Se o meio de transmissão for um canal de televisão, pode ser a etapa em que seja definido o dia programado para a sua transmissão.

3. Formato do Vídeo e Forma de Entrega

(1) Formato do vídeo: Arquivo mp4 para que possa ser reproduzido na web

【Tamanho 1920×1080 (Full HD)】

* Taxa de bits mínima recomendada: 15Mbps (padrão)

* Alta qualidade de imagem é bem vinda, podendo ser filmado / editado em 4K.

* Caso não haja previsão de exibição em tela grande, a qualidade de imagem 4K é dispensável. Como os dados em 4K são pesados, para o envio ao Departamento de Relações Públicas deverá ser feita a “down-conversion” (conversão para baixo que reduz a qualidade da imagem e tornam os dados mais leves).

(2) Forma de entrega: Dados eletrônicos e DVD para exibição-teste

- 1) Os dados eletrônicos devem ser armazenados na pasta abaixo, especialmente criada na galeria de fotos.
- 2) O DVD para exibição-teste (físico) deve ser enviado ao Departamento de Relações Públicas por malote.

4. Duração do Vídeo e Sugestões de Distribuição para o Meio Midiático

(1) Duração do vídeo a ser produzido no Trabalho A: duração total mínima de 20 minutos.

* Caso pretenda transmitir na TV, consulte o seguinte:

- Se o vídeo tiver duração de 22 a 25 minutos, é fácil vender para grades de 30 minutos dos canais de televisão.

- Vídeos de 40 a 45 minutos pressupõem grades de 60 minutos dos canais de televisão.

(2) Sugestões de Distribuição para o Meio Midiático

No caso do vídeo do [Trabalho A]

- Comprar os direitos de transmissão televisiva e exibir o vídeo de forma isolada.
- Comprar os direitos de transmissão televisiva e transmitir o vídeo A como um programa mais longo, como parte de um programa de estúdio.

Exemplo) Convidar o(a) protagonista do vídeo A para uma conversa no estúdio, acrescentando arranjos como músicas e canções.

- Postar em canal do YouTube (não o canal da JICA, mas um canal do YouTube que consiga atingir o público local).
- Publicar em seu próprio site ou nos sites dos ministérios e órgãos relacionados.

No caso do vídeo do [Trabalho B]

- Comprar espaço para anunciar na grade de televisão e exibir repetidas vezes por determinado período.
- Postar em canal do YouTube e em redes sociais.
- Publicar em seu próprio site ou nos sites dos ministérios e órgãos relacionados.

5. Processos de Trabalho e Atribuições de Cada Base

Fluxo Geral de Trabalho

- 1) Definição da Política de Aquisição – Elaboração das Especificações
- 2) Aquisição e Contratação
- 3) Proposta de Roteiro e Ajustes na Produção
- 4) Filmagem
- 5) Pós-Produção (Edição, Etc.)
- 6) Verificação Final e Conclusão

(1) Definição da Política de Aquisição – Elaboração das Especificações

- Elaborar o planejamento referente à apresentação e transmissão do Trabalho A e do Trabalho B;
- Entrevistar os executores do trabalho, conforme as circunstâncias;
- Coordenar os elementos que deseja incluir no vídeo bem como os **locais, pessoas e cronograma das reportagens** e já deixar selecionadas as

- coisas que podem ser filmadas;
- Garantir material audiovisual. Listar e já deixar solicitados **materiais em vídeo e materiais em foto** que estejam disponíveis.
 - Das atribuições acima, deixar claro quais deverão ser coordenadas e preparadas pelo escritório da base e quais serão delegadas à produtora de vídeo e elaborar as especificações.
 - Paralelamente, pesquisar sobre o orçamento necessário para anunciar nos meios midiáticos. Caso planeje transmitir em um canal de televisão, verificar os resultados de transmissões anteriores e os custos de transmissão.
 - Além disso, já deixar discutido com o canal de televisão sobre o número de transmissões e o cronograma aproximado.

(2) Aquisição e Contratação

Na seleção da produtora de vídeo, atentar para os pontos abaixo. *A forma de aquisição será decidida a critério de cada escritório.

- É desejável selecionar uma empresa que aceite os termos do contrato de direitos autorais (vide Material de Referência 1) e em fornecer os vídeos filmados.
- É desejável que a empresa tenha experiência na produção de programas de televisão, documentários curtos e afins.
- Incluir também entre os candidatos produtores que sejam bons no método documentário mesmo com um número reduzido de pessoas, priorizando-os com relação àqueles cuja expertise seja o método dramático (as informações do edital devem ser compartilhadas com uma ampla gama de empresas).
- Não há problema que o contratado seja um indivíduo ou um grupo pequeno, mas é aconselhável que seja alguém que consiga executar o trabalho de **criação do roteiro, filmagem e edição** de forma consistente.

(3) Proposta de Roteiro e Ajustes na Produção

- Para que a produtora de vídeo possa criar o roteiro de forma eficiente, é aconselhável que lhe sejam entregues, na medida do possível, todos os materiais disponíveis, bem como organizadas **visitas prévias ao local ou reportagens e entrevistas com as pessoas relacionadas** para a obtenção de informações adicionais.
- Para o alinhamento das percepções entre o contratante (JICA) e o contratado (produtora de vídeo), é aconselhável que seja solicitado à produtora que elabore uma ficha-resumo (*briefing*) contendo o objetivo da produção de vídeo, o público-alvo, o tema, a mensagem que se deseja transmitir ao espectador por meio do vídeo, os materiais que deseja utilizar no vídeo, etc., e a compartilhe também com as pessoas relacionadas para promover a sua compreensão.
- Caso o responsável de cada base tenha disponibilidade, pode-se considerar de ele elaborar um esboço do roteiro e assumir o comando.
- A proposta de roteiro é elaborada pela empresa e cada base fará a sua verificação uma ou duas vezes.

[Pontos a verificar na etapa de proposta do roteiro]

- Se a publicidade terá efeito junto ao público-alvo definido;
- Se o enredo foi construído em cima do conceito “Desafio”;
- Se as pessoas que aparecem foram descritas de forma atraente;
- Se as reportagens, filmagens e entrevistas de cada cena são

- exequíveis;
- Se o cronograma é ajustável;
- Se não foram incluídas muitas cenas tornando o vídeo cansativo de ver.

(*) Em documentário de 20 minutos, o padrão é produzi-lo com cerca de 4 ou 5 cenas.

(4) Filmagem

Na medida do possível, procurar estar presente na hora das filmagens e se empenhar em fazer a ponte entre a produtora de vídeo e as pessoas envolvidas.

[Pontos a observar na hora da filmagem]

- Se estão filmando o que gostaria que fosse filmado, verificação dos erros de gravação;
- Atendimento a pedidos repentinos da equipe de produção, decisão sobre a conveniência ou não de filmar;
- Caso haja alguma demanda por parte das pessoas envolvidas, transmitir para a equipe de produção e fazer a coordenação necessária.

(5) Pós-Produção (Edição, Etc.)

- Durante os trabalhos de edição basicamente não é necessário estar presente, devendo deixar por conta da empresa;
- É aconselhável que o escritório faça umas duas verificações em exibição-teste, uma verificação intermediária (1ª verificação) e uma verificação corretiva (2ª verificação).
- Depois disso será inserida a narração, feita a última verificação (3ª verificação) e concluído o vídeo.
- Pela prática da indústria, como **pode ocorrer de a edição ficar diferente do roteiro (script) prévio**, é importante ser flexível.

* Isso porque, na hora da edição, priorizar o material filmado em vez do roteiro escrito e fazer as edições alterando o roteiro original muitas vezes melhora a qualidade da obra final.

[Pontos a observar na hora da verificação intermediária (1ª verificação)]

- É aconselhável que a verificação intermediária seja feita mais ou menos na metade de todo o período de edição.
- Verificar principalmente o roteiro como um todo, sem música e sem narração.
- Verificar se o roteiro é tranquilo e pode ser visto sem cansar, e se o conteúdo não tem pontos de difícil compreensão.
- Verificar principalmente **se foram utilizadas muitas imagens atraentes**, porque quando se dá ênfase demasiada em informações narradas, muitas vezes elas não ficam registradas na memória.
- A pertinência ou não dos locais onde foram inseridas entrevistas, se elas transmitem as informações necessárias, se não estão longas demais e cansativas (o ritmo é importante).
- Se a questão do direito de imagem das pessoas que aparecem no

- vídeo está resolvida.
- Verificar se no vídeo foi incluída alguma obra protegida por direitos autorais (material audiovisual, fotografia, música / apresentação, ilustração, etc.) e verificar se foi feita a liberação dos direitos autorais. Para itens que exigem os créditos, certificar-se de que foram incluídos corretamente.
 - **Quando a liberação dos direitos autorais for difícil, é aconselhável que a obra já seja excluída do vídeo neste momento.**
 - Solicitar que elaborem o texto da narração em Word, receber, corrigir e devolvê-lo à produtora antes da próxima verificação.

[Pontos a observar na hora da verificação corretiva (2ª verificação)]

- Verificar em exibição-teste com a música e a narração (leitura provisória) incluídas.
- **Verificar se as imagens e o áudio estão sincronizados com a narração.**
 - * Prestar atenção porque é comum que a narração fique sobrecarregada de informações e dê a impressão de que o vídeo é curto demais.
- Observar o equilíbrio geral e revisar novamente o texto da narração para, então, finalizar.
- Da mesma forma que na verificação intermediária, verificar se houve a liberação dos direitos autorais com relação às obras protegidas por direitos autorais.
- Para a produtora, **pedir que elabore uma “Lista de Obras protegidas por Direito Autoral”** e manter discriminados a obra, o autor e suas informações de contato, a situação de liberação dos direitos e os cuidados quando do seu uso secundário.

[Pontos a observar na hora de inserir a narração]

- Como a inserção de narração normalmente é feita no estúdio, definir uma data à parte e, na medida do possível, procurar estar presente.
- Pode ocorrer de o narrador ler o texto, mas acabar tendo que fazer alterações no local, sendo necessário que consiga fazer esse julgamento.

(6) Verificação Final e Conclusão

Após a verificação final, deverá ser solicitado à produtora que entregue os seguintes itens:

- Os dados do vídeo concluído;
- Os dados do vídeo retirados os processamentos de vídeo, como legenda, música, narração, montagens, etc. (Vide item 2.(2) acima);
- Novos materiais de vídeo, materiais de áudio, etc., feitos agora;
- O “*script*” traduzido para o inglês;
- A versão final da “Lista de Obras protegidas por Direito Autoral”;
- No que diz respeito às obras protegidas por direito autoral, a cópia dos

- documentos indicando que foi obtida a permissão de uso dos autores;
- No que diz respeito às pessoas que aparecem no vídeo, a cópia dos documentos indicando que foi obtida a autorização de uso da imagem.

FIM

1. Contrato com a Produtora de Vídeo (Sobre os Direitos Autorais)

- É desejável que o contrato com a produtora de vídeo seja feito por escrito, levando em consideração os costumes de cada país.
- Observar que existem dois tipos de direitos autorais: a) direitos autorais do vídeo concluído, e b) direitos autorais de cada material incluído no vídeo concluído (material audiovisual, fotografia, música / apresentação, ilustração, etc.). É preciso considerar os dois tipos separadamente.
- No conteúdo do contrato, além dos itens usuais relacionados ao trabalho contratado, é aconselhável que sejam incluídos os itens a seguir relacionados aos direitos de autor:
 - ① A indicação de que a empresa contratada produtora do vídeo cederá para a JICA os direitos autorais do vídeo concluído;
 - ② A indicação de que a empresa contratada produtora do vídeo efetuará, com responsabilidade, a liberação dos direitos autorais de materiais incluídos no vídeo concluído;
 - ③ A indicação de que os direitos autorais de outros novos vídeos filmados serão cedidos para a JICA.

(1) Sobre os Direitos Autorais do Vídeo Concluído

- Na produção de conteúdos, também é comum o pensamento de que os direitos autorais não pertencem necessariamente ao contratante / patrocinador e que o titular dos direitos autorais é o contratado / a empresa produtora do vídeo.
- Por conta disso, é preciso evitar problemas fazendo constar expressamente no contrato que “a empresa contratada produtora do vídeo cede para a JICA os direitos autorais”.

[Referência: Exemplo de redação de contrato no Japão (Secretaria da Equipe de Voluntários)]

Direitos Autorais dos Produtos

“Os direitos autorais dos produtos (incluindo os direitos previstos nos artigos 27 e 28 da Lei de Direitos Autorais) consideram-se **transferidos do Contratado para o Contratante simultaneamente à conclusão sob a responsabilidade do Contratado**. O contratado **não exercerá direitos morais com relação ao uso e reedição dos produtos** por parte do Contratante.”

(2) Sobre a Liberação dos Direitos Autorais dos Materiais incluídos no Vídeo Concluído

- Considera-se que autores terceiros detêm os direitos autorais dos seguintes materiais (material audiovisual, música / apresentação, ilustração, aparições, narração, etc.) usados na produção do vídeo concluído.
- Em caso de utilização de material protegido por direitos autorais, é necessário obter a permissão de uso de cada autor. A isso é chamado de **liberação dos direitos autorais**.

- No contrato com a empresa contratada produtora de vídeo, deixar especificado que a “liberação dos direitos autorais” será feita **sob a responsabilidade e às expensas da empresa contratada.**

[Referência: Exemplo de redação de contrato no Japão (Secretaria da Equipe de Voluntários)]

Direitos Autorais dos Produtos

“No tocante aos vídeos, o contratante deve, com responsabilidade, obter de terceiros as permissões necessárias para uso em material de publicidade que a JICA contrate (inclusive aqueles que a JICA no Japão venha a executar de forma independente, fora do escopo do presente trabalho), no que diz respeito aos direitos de terceiros, como direitos autorais, direitos de imagem, direitos de publicidade, etc.”

(3) Sobre os Direitos Autorais de Novos Vídeos Filmados

- Novos materiais de vídeo filmados geram novos direitos autorais.
- Também no tocante a estes direitos autorais, existem duas formas de pensar sobre quem os detém, se o contratante / patrocinador ou se o contratado / cinegrafista, e isso depende dos costumes.
- Por esse motivo deve-se especificar no contrato que "o cinegrafista transferirá os direitos autorais do vídeo para a JICA e não exercerá os direitos morais".
 - * No que diz respeito às fotografias, uma vez que a prática comum é o fotógrafo reter os direitos autorais, pode ser necessário negociar à parte os termos de uso.

(4) Pontos a Serem Observados com relação à Liberação dos Direitos Autorais de Obras Protegidas por Direitos Autorais

Embora esteja previsto que a liberação dos direitos autorais de cada caso será feita pela produtora de vídeo, abaixo estão listados alguns itens cujo conhecimento cada base deve ter.

- Sobre o uso de material audiovisual: alguns são cobrados e outros não. É possível reduzir os custos optando-se por materiais que podem ser usados gratuitamente desde que especificada a fonte e o autor. No entanto, não se deve se prender a isso caso haja algum material que valha a pena usar, mesmo tendo que pagar por seu uso.
- Sobre músicas: caso seja criada uma música nova, o ideal é que se possa comprá-la. Caso seja utilizada no vídeo uma música já existente, é recomendável que, na medida do possível, seja escolhida uma música grátis, sem direitos autorais.
- Sobre participação (aparição) no vídeo ou narração: é recomendável que seja alguém a quem se possa pagar por isso.
- Sobre logomarcas: a liberação de todos os direitos associados ao uso de logomarcas será feita sob a responsabilidade e às expensas do contratante.

(5) Símbolo de Direitos Autorais e Logomarca

- No final do vídeo concluído devem ser inseridos 1) o símbolo de direitos autorais, e 2) a logomarca da JICA.

1) Símbolo de direitos autorais: © JICA *C dentro de um círculo

2) Logomarca: Logomarca da JICA

- Embora nos últimos anos tenha se considerado que esse símbolo de direitos autorais não dá embasamento legal aos direitos autorais (os direitos de autor se fundamentam no contrato), ele deve ser inserido no vídeo para deixar claro, aos olhos de terceiros, que a JICA detém os direitos autorais.
- No que diz respeito ao uso da logomarca, é imperioso verificar o Manual de Identidade Corporativa. É obrigatório compartilhar também com a produtora o manual voltado para o público externo para que a logomarca seja utilizada de acordo com os regulamentos de identidade corporativa.

<https://portal.jica.go.jp/tm/MP/001/Lists/list01/DispForm.aspx?ID=284&Source=https%3A%2F%2Fportal%2Ejica%2Ego%2Ejp%2Ftm%2FMP%2F001%2FSitePages%2FHome%2Easpx&ContentTypeId=0x0100A8361CAC5596ED46B5EEFAD169B30C5F>

2. Apresentação de Exemplos do Japão de Cálculo do Preço Unitário referente à Produção

- Na produção de vídeos de documentário, é fundamental que o cálculo seja feito somando-se a quantidade de homens/dia (MM) de toda a equipe envolvida.
- As despesas envolvendo terceiros, tais como tomadas especiais (subaquáticas / aéreas), despesas de viagem e hospedagem, despesas de veículos, etc., são calculadas à parte com base em valores reais, mas pode-se considerar que a maior parte dos custos de produção é de mão-de-obra.
- Dependendo do país, como o preço pode ser alto em caso de monopólio ou oligopólio de empresas, o adequado é que haja a concorrência de várias empresas.
-

[Fórmula de cálculo com base em exemplos do Japão (Referência)]

- O preço varia conforme a experiência e habilidade do produtor:
 - (Exemplo) Classe A = 50.000 ienes/dia
 - Classe B = 30.000 ienes/dia
 - Classe C = 20.000 ienes/dia
- Cálculo considerando número de funcionários x número de dias de produção:
 - (Exemplo)
 - Reportagem e criação do roteiro 1 pessoa x cerca de 7 dias = 7 MM
 - Filmagem 3,5 pessoas (diretor, operador de câmera/som, em alguns casos iluminação, coordenador, etc., trabalhando em média 3 a 5 pessoas) x cerca de 10 dias = 35 MM
 - Pós-produção (edição, processamento de som) 2 pessoas x cerca de 14 dias = 28 MM

- Pelo total acima (70 MM), ficaria:
3.500.000 ienes se Classe A
2.100.000 ienes se Classe B
1.400.000 ienes se Classe C.

(Exemplo) Caso de uso de drone (Japão)

Empresa A: 200.000 ienes/2 horas

Empresa B: Pequeno porte = 100.000 ienes/20 minutos

Médio porte = 180.000 ienes/15 minutos

Grande porte = 260.000 ienes/15 minutos

FIM

Sobre Roteiros e Ideias do Vídeo

1. Elementos do Roteiro de um Vídeo

A título de referência, os seguintes elementos podem ser considerados em um roteiro.

Na prática deve-se considerar caso a caso, selecionando dentre os itens abaixo os mais relevantes ou alterando a sua ordem.

- 1) *Avant Title*: Mostra um resumo da história principal em poucos segundos antes do título de abertura.
- 2) Título de Abertura: “Título individual – Subtítulo: Desafiante que criam o Futuro (Título Provisório) –”
- 3) Introdução: Apresentação das condições, Características do local, Apresentação das personagens.
- 4) História: Ex.) Problema → Decisão → Dificuldade → Fracasso → Desafio
 - * Pensar em palavras-chave como as acima pode ser útil na hora de criar um fluxo narrativo.
 - * É fácil criar empatia com elementos que enfrentam alguma dificuldade e conseguem superá-la.
- 5) Características do(s) protagonista(s): tempo com a família, hobbies fora do trabalho, interação com os colegas.
 - * É fácil criar empatia quando, além do trabalho, se consegue vislumbrar calor humano ou fraquezas.
- 6) Mudanças e Resultados
 - * Ao mostrar resultados, fica mais fácil entender se as mudanças visuais do antes e depois do projeto forem refletidas no vídeo. (Por exemplo, "uma escola deserta" - "uma sala de aula animada", "uma mulher fazendo afazeres domésticos" - "uma mulher que trabalha fora", etc.)
- 7) Alegria do(s) protagonista(s), alegria das pessoas
 - * É fácil criar empatia se forem inseridas muitas vozes de terceiros ou de beneficiários em geral.

2. Ideias para o Roteiro e a Produção

Como este vídeo tem muitas partes que apresentam histórias do passado, se procurar filmar cenas atuais o máximo que for possível, isso tornará o vídeo mais cheio de energia.

- É bom criar cenas “que chamem a atenção”.

- Ex.) O encontro com alguém com quem se ansiava encontrar, um reencontro emocionante, uma carta de agradecimento surpresa, etc.
- Se houver algo que ainda esteja em curso, visitar o local diversas vezes, por um período de tempo relativamente longo, e procurar filmar aspectos que tenham mudado ou problemas que tenham surgido de repente.
 - Quando o vídeo estiver concluído até certo ponto, exibi-lo ao(s) protagonista(s) e pessoas relacionadas e filmar suas reações. (Referência: método de produção da NHK para o “Projeto X”).
 - Pode-se pensar também em incluir alguns trechos descontraídos para atrair o público (música, dança, etc.).
 - Ao explicar eventos passados, pode-se considerar usar não apenas fotografias, mas também vídeos.
 - : Levar a própria pessoa ou pessoas relacionadas ao local e fazer com que revivam a cena, ou fazer um vídeo do local ambientado para se assemelhar a alguma cena do passado, ou também se pode pensar em reproduzir a cena por meio de atores.
 - Tomada aérea com o uso de drones, etc.
 - : Muito útil em várias situações, como para filmar a localização da cidade, para filmar um barco num lago, para filmar uma visão completa de uma instalação ampla, para filmar um prédio alto, etc.
 - Dependendo da política de produção, também se pode considerar ter um repórter (guia), mas é preciso atenção porque isso encarece os custos de produção.

[Exemplos de ideias de roteiro e produção]

- Vídeos que podem ser vistos na internet
[Série Projeto X – Represa de Kurobe]

<https://www.bing.com/videos/search?view=detail&mid=5B2F4414B652F55F73AD5B2F4414B652F55F73AD&q=%E3%83%97%E3%83%AD%E3%82%B8%E3%82%A7%E3%82%AF%E3%83%88X%E3%80%80%E7%84%A1%E6%96%99%E5%8B%95%E7%94%BB&shtp=GetUrl&shid=e944ebd3-a3e8-4438-92d2-b40d51e64340&shtk=44OX44Ot44K444Kn44Kv44OIWCDnrKwxNznIm54g44CM44K344Oq44O844K66buS5Zub44OA44OqIOenmOWig%2BOBuOOBruODiOODs%2BODjeODqyDlnLDlupXjga7miKblo6vjgZ%2FjgaHjgl0%3D&shdk=44OX44Ot44K444Kn44Kv44OIWCDnrKwxNznIm54g44CM44K344Oq44O844K66buS5Zub44OA44OqIOenmOWig%2BOBuOOBruODiOODs%2BODjeODqyDlnLDlupXjga7miKblo6vjgZ%2FjgaHjgl0%3D&shhk=AOWbIEVgLmrLJOCWW9GTi3rMgYQciuYPX%2B5F0ZAK7PQ%3D&form=VDSHOT&shth=OSH.lcQLTkqSPLSzh9A33DkSQA>

"Projeto X" (abertura de 3 minutos do primeiro episódio), dos arquivos de transmissão da NHK

[Projeto X – Desafiantes | Arquivos de transmissão da NHK \(Vídeo / Artigo\)](#)