

Cassiano Zanon Moscibrocki

**GUIA DE CRIAÇÃO DE BÍBLIA PARA VENDA DE SÉRIE
ANIMADA.**

Projeto de Conclusão de Curso
submetida ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
bacharel em Design.

Orientador: Prof. William Machado de
Andrade

Florianópolis
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor
Maiores informações em:
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Cassiano Zanon Moscirocki

**GUIA DE CRIAÇÃO DE BÍBLIA PARA VENDA DE SÉRIE
ANIMADA.**

Este Relatório foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 15 de Junho de 2018.

Prof. Marília Matos Gonçalves
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Wiliam Machado de Andrade
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Milton Luiz Horn Vieira
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Flávio Andaló
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado aos meus colegas de classe e aos meus queridos pais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família pelo apoio todos os dias, aos professores por estes anos de ensino e aprendizado, e ao meu orientador por sempre estar disposto a me auxiliar durante a realização deste projeto.

RESUMO

Este Projeto tem como objetivo a criação de guia para produção de uma bíblia para *pitching* de venda de séries animadas. O modelo é baseado nas especificações e requisitos de *pitching* das rodadas de negócios dos principais eventos e feiras audiovisuais do país, já que este projeto tira proveito das leis de incentivo e cotas para exibição de produções nacionais em canais de televisão paga.

Palavras-chave: Pitch. Série animada. Animação. Produção nacional.

ABSTRACT

This project is aimed at creating a guide for animated series pitching bible. The model is based on the specifications and guidelines from the business meetings of the main national entertainment events, since this project relies on the laws of incentive and quotas for exhibition of national productions on paid TV channels.

Keywords: Pitch. Animated series. National production.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Capa do pitching de Adventure Time	18
Figura 2: Descrição de personagem da série Adventure Time	19
Figura 3: Linguagem da descrição de personagem	20
Figura 4: Cenário de Adventure Time	21
Figura 5: Descrição de episódio	22
Figura 6: Capa da série Bravest Warriors	23
Figura 7: Introdução do pitching de Bravest Warriors	24
Figura 8: “Promessa” dos personagens de Bravest Warriors	25
Figura 9: Descrição de personagem de Bravest Warriors	26
Figura 10: Disposição diferente em textos	27
Figura 11: Descrição de personagens secundários	28
Figura 12: Cenário de Bravest Warriors	29
Figura 13: Descrição de episódio de Bravest Warriors	30
Figura 14: Concept Art de Surfseekers	31
Figura 15: Model Sheet de Surfseekers	31
Figura 16: Concept Arts de personagens	32
Figura 17: Descrição de personagem de Surfseekers	32
Figura 18: Kenny the Shark	33
Figura 19: Concept Art do protagonista	33
Figura 20: Expressões do personagem	34
Figura 21: Storyboard de Kenny the Shark	34
Figura 22: Explicação do guia	45
Figura 23: Página de Personagem	47
Figura 24: Dicas Finais	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Cronograma	37
Tabela 2: Comparação das respostas das entrevistas	39

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	9
LISTA DE TABELAS	10
SUMÁRIO	11
INTRODUÇÃO	13
1.1 OBJETIVOS	13
1.1.1 Objetivo Geral	13
1.1.2 Objetivos Específicos	13
1.2 JUSTIFICATIVA	13
1.3 DELIMITAÇÃO DE PROJETO	15
1.4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	15
1.5 PESQUISA E REFERÊNCIAS	17
1.6 METODOLOGIA	
3351.7 CRONOGRAMA	
37	
1.8 RESULTADOS ESPERADOS	37
2. DESENVOLVIMENTO	39
3. CONCLUSÃO	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
APÊNDICE I	53
APÊNDICE II	65

INTRODUÇÃO

Com a criação de leis que fomentam produções audiovisuais brasileiras, a obrigatoriedade de programação nacional em canais de TV por assinatura e com o fim de séries animadas populares de canais fechados, como Adventure Time e Apenas um Show aproximando-se, é crescente a demanda e valorização de produções nacionais.

Há, portanto, espaço na grade destes canais, e incentivos para que adquiram séries animadas produzidas no Brasil. Este projeto busca criar um guia para a formatação de uma bíblia para pitching de venda de séries animadas, focando em pequenos produtores e entusiastas, que não sabem como fazê-lo.

A pergunta que este projeto busca responder é: Como criar uma bíblia para pitching de série animada nacional que se destaque para canais de televisão por assinatura?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Criar um guia para formatação de bíblia para pitching de séries animadas, para ser apresentada em rodadas de negócio dos principais eventos nacionais de entretenimento.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Definir qual estrutura de pitching deve ser utilizada para apresentar séries nos principais eventos nacionais, e quais são estes eventos.

- Criar o guia visual utilizando uma estrutura base que se encaixe em todos os eventos.

1.2 JUSTIFICATIVA

Em 2011 foi sancionada, pelo Congresso Nacional, a lei 12.485/2011, conhecida como “Lei da TV Paga”, que incentiva a produção de conteúdo audiovisual brasileiro, e estabelece a obrigatoriedade de programação nacional em canais de televisão por assinatura que transmitem majoritariamente filmes, séries, animações e documentários.

Segundo a ANCINE (2012), a lei cria demanda e oportunidades de crescimento econômico por estipular que 3 horas e 30 minutos semanais, ou 1070 horas anuais, sejam preenchidas com conteúdo nacional, independente e inédito, o que induz o aumento de demanda por novos canais e produtoras brasileiras, e aproxima produtoras estrangeiras do público local.

Em 2009 haviam 41 licenciamentos de produções seriadas nacionais. No ano de 2013, dois anos após a implementação da Lei da TV Paga, haviam 1102 títulos de séries brasileiras em exibição, ultrapassando o número de produções internacionais, que era de 637. Estes dados mostram como o mercado nacional foi impulsionado pela sanção da lei, e também a capacidade da indústria brasileira em suprir esta demanda.

Estas produções são em sua grande parte negociadas em eventos e feiras audiovisuais. No Brasil temos o maior evento de produção de conteúdo audiovisual da América Latina, o Rio Content Market, atualmente chamado de R2C, chegando a reunir em média 300 executivos de canais nacionais e internacionais nas rodadas de negócios, nas quais autores de série e outras produções sentam frente a frente com estes executivos e apresentam seu material, para fechar contratos de produção, financiamento ou distribuição.

Segundo entrevista realizada com Pablo Prudencio, do Cafundó Studio, Aline Belli, do Belli Studio e Rodrigo Eller do 52 Animation Studio, três estúdios de animação de Florianópolis - SC, é consenso que, para pequenos produtores, que não possuem contato direto com as pessoas certas nos canais, a melhor opção é inscrever-se na rodada de negócios do Rio Content Market, pois ali terão cerca de 20 minutos dedicados a apresentar sua série, com apenas uma bíblia, para executivos, ou *players*, dos principais canais da atualidade, e mostrar o porque devem investir neste projeto, sendo que de outra forma, não teriam como fazer este contato.

Considerando todos os fatos acima, pode-se perceber como a indústria audiovisual confia cada vez mais no mercado e na produção nacional para criar conteúdo que se encaixe em sua programação.

Este projeto tem a intenção de justamente aproveitar a abertura que canais de grande porte dão ao participarem do R2C, e conceber um guia para criação de uma bíblia para *pitching* de séries animadas que tenham potencial para entrar na programação destes canais e se manter no mesmo nível que as séries nacionais que já são exibidas.

1.3 DELIMITAÇÃO DE PROJETO

Como o foco deste projeto é concepção de um guia para a criação de bíblia para pitching de série animada, não serão abordados os processos de produção de uma série, desde pré produção até distribuição. Também não será abordada a parte editorial e de diagramação do guia, já que o foco é a estrutura básica e o conteúdo. A composição é livre, partindo da criatividade do autor.

1.4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Segundo White (2006), um *pitching* consiste em uma reunião com pelo menos um executivo influente de um estúdio ou produtora, na qual o criador da série ou filme deve convencê-lo de que tem a capacidade de entregar um projeto de um produto que atenda à demanda do público da empresa, e de que esta série ou filme é a melhor coisa que este executivo verá em sua vida.

Para tanto, de acordo com Winder e Dowlatabadi (2012), é de extrema importância pesquisar de antemão qual é a empresa para a qual pretende-se vender o projeto, para saber precisamente que tipo de material a companhia quer ver. Segundo as autoras, pode ser preferível para algumas empresas que seja apresentado uma bíblia completa com roteiros e conceitos, enquanto outras podem querer apenas a premissa do projeto e alguns *concept arts*.

Se o projeto a ser apresentado for inédito, mais conteúdo deve ser mostrado a fim de contextualizar os executivos e mostrar as possibilidades do projeto.

Wright (2005), por sua vez, dá detalhes mais diretos sobre como pesquisar a empresa ou canal para o qual o projeto será apresentado. A autora cita revistas dos Estados Unidos como fontes para identificar a rede ou canal de animação, e descobrir sua identidade, visão e essência. Na realidade brasileira, seria possível pesquisar online e utilizar fontes locais similares para realizar a mesma pesquisa. A autora recomenda também saber e estudar a programação atual do canal, para identificar o que podem estar buscando atualmente para inserir na grade. Munido destas informações, é possível adaptar o projeto às necessidades da empresa, tornando-o atrativo, ou escolher um projeto que enquadre-se mais adequadamente.

Após saber o que o canal quer ver, é preciso organizar todo o conteúdo que deve ser apresentado. Para Wright (2005), se muito

conteúdo for mostrado, as pessoas perdem o interesse facilmente. Deve-se focar, portanto, em três aspectos principais, o *Conceito*, os *Personagens* e a *História*.

O conceito e o público alvo devem ser claros e deve-se conseguir apresentar a série em uma ou duas frases: um *logline*. Deve-se ter também um piloto bem escrito e alguns outros episódios ainda que pouco desenvolvidos, para mostrar que a série tem futuro além do piloto. É preciso mostrar o que faz este projeto se destacar de todos os outros que podem concorrer com ele.

Winder e Dowlatabadi (2012) recomendam imaginar o pitch como uma propaganda, ele deve engajar o executivo, deve mostrar o objetivo do herói e porque deve-se sentir simpatia pelo protagonista, como ele sai de situações complicadas, e como ele age normalmente. Como ele interage com outras pessoas e o que o separa do resto. Deve-se achar o ponto que faz com que o público se identifique com ele.

As autoras também recomendam não apresentar planos de negócios ou produtos derivados da série, pois isto não compete ao criador do projeto.

White (2006) também trata da estrutura de um pitch, porém mais focado em conseguir investidores. Assim sendo, ele inclui na apresentação um teaser, para mostrar ao investidor que o criador tem capacidade de produção, e um orçamento de produção.

Contudo sua estrutura proposta contém itens relevantes a serem analisados, considerando especificamente um *pitch* de venda.

Para o autor, é preciso iniciar com um *logline*, que é o primeiro contato do executivo com a série. Deve estar na primeira página. Com ele, o leitor decidirá se continua a análise do projeto ou descarta-o.

Após o *logline*, é apresentada a sinopse da série, que não deve conter mais de uma página. Deve resumir todo o conceito e contexto da série, sem desinteressar o executivo que a lê, e descrever todos os conceitos fundamentais do projeto. O pitch também deve conter o script do episódio piloto. Se ele atender às expectativas criadas pelo *logline* e pela sinopse, é quase certa a aprovação do projeto.

É importante apresentar também designs dos personagens e concept arts da série. Segundo o autor, uma animação depende completamente em ação visual, estilo de desenho e efeitos. Portanto, após conhecer a história e se identificar com o protagonista, o executivo que avalia o projeto buscará referências visuais na apresentação.

E, para mostrar que o criador do projeto está comprometido, tem capacidade de produção e que consegue interpretar o roteiro

visualmente, o autor aconselha incluir o storyboard de um cena ou sequência da série.

O pitch não é completo sem o jeito com que o apresentador se porta. Wright (2005) aconselha ensaiar antes da apresentação, e imaginar-se como um contador de histórias, que deve cativar sua audiência. Um pitch cativante e instigante deve durar dez minutos, e a reunião inteira, quinze minutos. Deve-se manter em mente que o pitch é um presente ao canal. É recomendado ser energético durante toda a apresentação, ser dinâmico. O autor aconselha manter o olhar em um executivo, caso haja vários na sala. Deve-se entrete-los, atuar os personagens, usar as mãos, mudar o tom de voz em partes diferentes do pitch para representar emoções. O canal é mais propenso a comprar um projeto que seja divertido.

Winder e Dowlatabadi (2012) recomendam criar uma frase inicial que represente o clima da série, com comparações e referências a shows, filmes ou programas conhecidos. Aconselham também manter-se natural e flexível, adaptando-se às reações dos executivos, e atendendo às necessidades deles enquanto apresenta.

Wright (2005) diz que é preciso estar preparado para responder perguntas comuns, como “qual é o conceito da série?”, “quem é o protagonista?”, “quem é o vilão?”, “Porque esta série é diferente das outras?” e “Como as crianças vão se identificar com ela?”

Apesar de alguns conceitos apresentados pelos autores não serem direcionados especificamente a um pitch de série de animação, como por exemplo o pitch voltado à angariar investidores proposto por White (2006), ainda assim, os princípios apresentados e a estrutura proposta por eles servirá como base para o desenvolvimento deste projeto, adaptando-os à essência da série e às necessidades do canal Cartoon Network, como proposto por Wright (2005).

1.5 PESQUISA E REFERÊNCIAS

Como referência para a elaboração de um pitching, foram reunidas a seguir imagens de apresentações de algumas séries. Entre elas estão duas produções de Pendleton Ward, o criador de Adventure Time, e duas do Riley Animation Studio, que disponibiliza em seu site os pitches de suas produções, uma que foi realizada, e outra que está captando investimento.

Estas apresentações servem tanto para referência sobre estruturação de um pitch, como sobre qual material deve-se mostrar, e qual sequencia deve-se seguir.

- Adventure Time:



Figura 1: Capa do pitching de Adventure Time. Fonte:

<https://pt.scribd.com/document/3122798/Adventure-Time-series-presentation>

FINN ^{the} HUMAN BOY

At first glance you probably wouldn't know it, but Finn is a mighty hero. It's true, he's passionate about heroism. For a twelve-year-old kid, saving princesses and battling sinister wizards, it's quite an admirable hobby. Finn doesn't know why he's compelled to protect good from evil; it's just something he understands is necessary.

It could be in his blood, maybe his parents were noble dogooders like him. Maybe they're royal cosmic cowboys fighting intergalactic outlaws in space, maybe they're the presidents of righteous Dinosaur Knights. Finn doesn't know his own mysterious origin.



Figura 2: Descrição de personagem da série Adventure Time. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/3122798/Adventure-Time-series-presentation>

SUSPENSE!

Yeah dude! Go for it! Teach that blue ptoot a lesson!! AWwww.. awesome.

Even though he doesn't have the skills to win the battle, Finn is a furious little booger when it comes to opposing evil.

Finn isn't very muscley, he's kinda small and noodley with a big fat head and little feet.

What Finn does have is a strong moral backbone, a clear set of values and a lot of nerve!

That's what makes him a hero.
Standing strong in the face of adversity.
Throwing caution to the wind in order to protect the ones he loves.

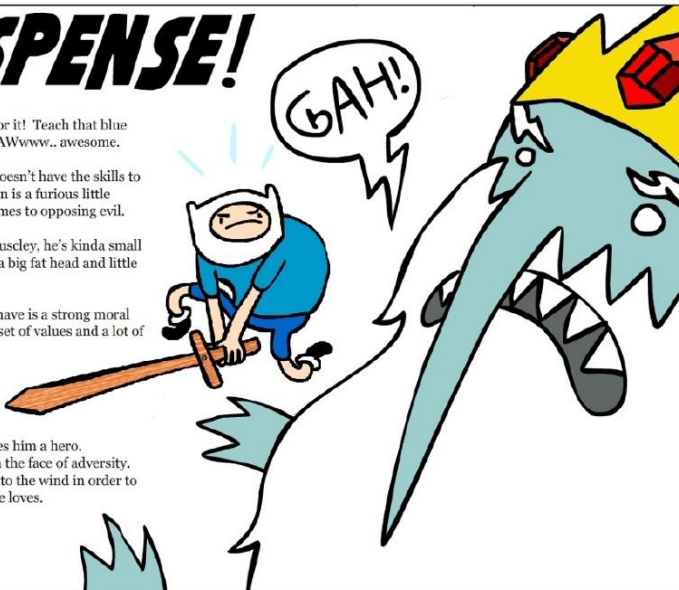


Figura 3: Linguagem da descrição de personagem. Fonte:

<https://pt.scribd.com/document/3122798/Adventure-Time-series-presentation>

**CONCEPT ART
THE FOREST**



Figura 4: Cenário de Adventure Time. Fonte:

<https://pt.scribd.com/document/3122798/Adventure-Time-series-presentation>

Episodes I. JAKE-LESS

Finn and Jake are competing against each other with feats of strength. Finn does back flips and wiggly dancing. Jake tries to impress Lady the Rainicorn by flying straight up at supersonic speed, higher than he ever has before. Jake flies too close to the sun and bursts into flames. He plummets back to earth like a comet. He's lost the ability to transform.

Everyone starts treating Jake like a convalescent. Jake feels frustrated and helpless. Finn is constantly bringing him tonic water and saltine crackers. Lady frets by his side. Jake begins to chafe at all the attention and extra care he's being treated with. He snaps at his friends and sends them away. Alone and angry, he howls at the moon.

The Ice King finds out about Jake's condition and decides to strike. He summons a frost giant, Brauggi, to smash them both. Finn is undaunted by their opponent's size but Jake has lost all confidence. Without his powers, he's no good to anybody. Finn insists on keeping his buddy at his side. He ties Jake around his waist like an old sweater and they go to face the giant.

Brauggi is the size of a 3-story building and uses a fallen tree as a club. Finn bobs and weaves to avoid his attacks. With each swing, Brauggi's club is only a hair's breadth away from crushing them both. Watching Finn's heroic efforts, Jake is shaken from his torpor and leaps into action. Jake scales the giant like a mountain, jumping on his club and crawling up his hair. Jake crawls inside his ear and begins punching his icy brain. The giant reels towards the ground, shattering into shards of ice. Jake emerges from the pile of slush.

Jake realizes he's been acting like a butthead and begins the road to rehabilitation. Jake apologizes to Lady and, with much strain, turns his hand into a flower. Everything is awesome.

Figura 5: Descrição de episódio. Fonte:

<https://pt.scribd.com/document/3122798/Adventure-Time-series-presentation>

- **Bravest Warriors:**



Figura 6: Capa da série Bravest Warriors. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>



Figura 7: Introdução do pitching de Bravest Warriors. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>

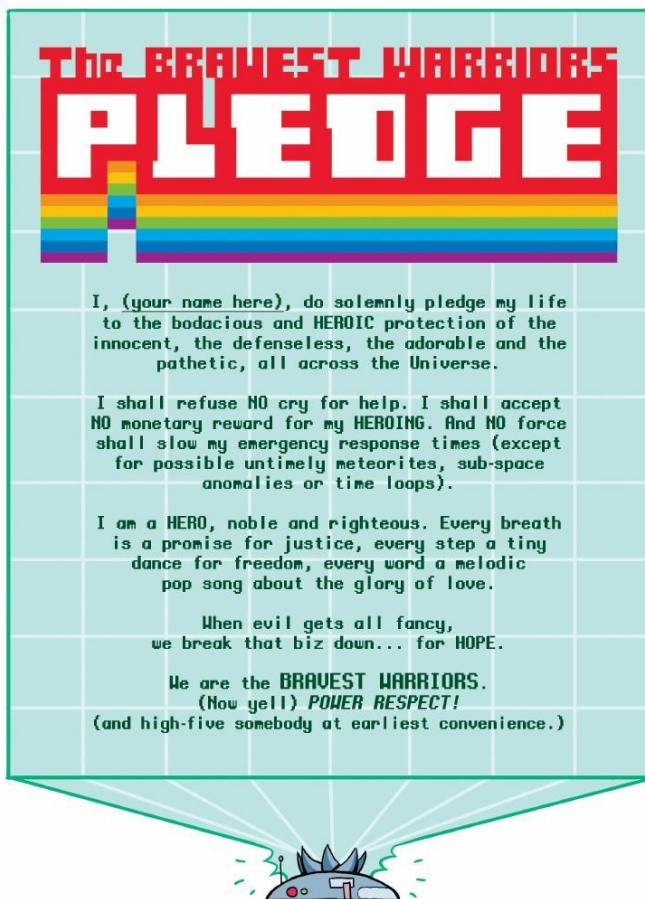


Figura 8: “Promessa” dos personagens de Bravest Warriors. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>

BETH TEZUKA

Beth doesn't believe in fate or romance, but sometimes she's a big softie and just can't help herself.

Other girls may pick on her, but Beth isn't afraid of those fragrant bozos. She just punches them right in their stupid faces.

A race of creatures called *The Emotion Lords* knows a secret about Beth. Crazy as it sounds, **Beth isn't supposed to exist...** yet there she is, looking all cute and such.

Beth is one artistic gal. She's a great appreciator of the beauty in the universe.

Beth's suit comes with HOVER PANTS, making her the *only* member of the team with HOVER PANTS.



Figura 9: Descrição de personagem de Bravest Warriors. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>



Danny skates the line between supreme honking egotism and a cosmic gulf of self-hatred. He's a confident rebel, but when he's down he always seems to get kicked.

Danny is a moody, tech-headed inventor who thinks he's only looking out for himself, but in fact, he's here for a purpose: to be a *hero*. Life has been kind of a duck turd to Danny, but when his team really needs him, he busts out with the pepper and rushes in to the rescue.

DANNY VASQUEZ

Figura 10: Disposição diferente em textos. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>

ALIEN RACES



New alien species are introduced almost every episode, but these are a few that recur:

The BLOOR Empire

The Bloor are a proud race of warriors who think all humans suck. Which wouldn't be an issue if humans hadn't become dependent on BOOBOLIUM, a mineral from the Bloor home-world necessary for opening Wormholes. This is in no way allegorical of current world events.

PRILLITS

Prillits are small, green cuties with hand-like appendages on top of their heads. Known for kindness and understanding, Prillits can fly, have the power to heal your wounds and are always good for some sage advice on romance.

BRAIN DOGS

A purely logical race of little dogs with exposed brains for heads. Their civilization is founded on science, but they long for the human experience of emotion.

Figura 11: Descrição de personagens secundários. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>

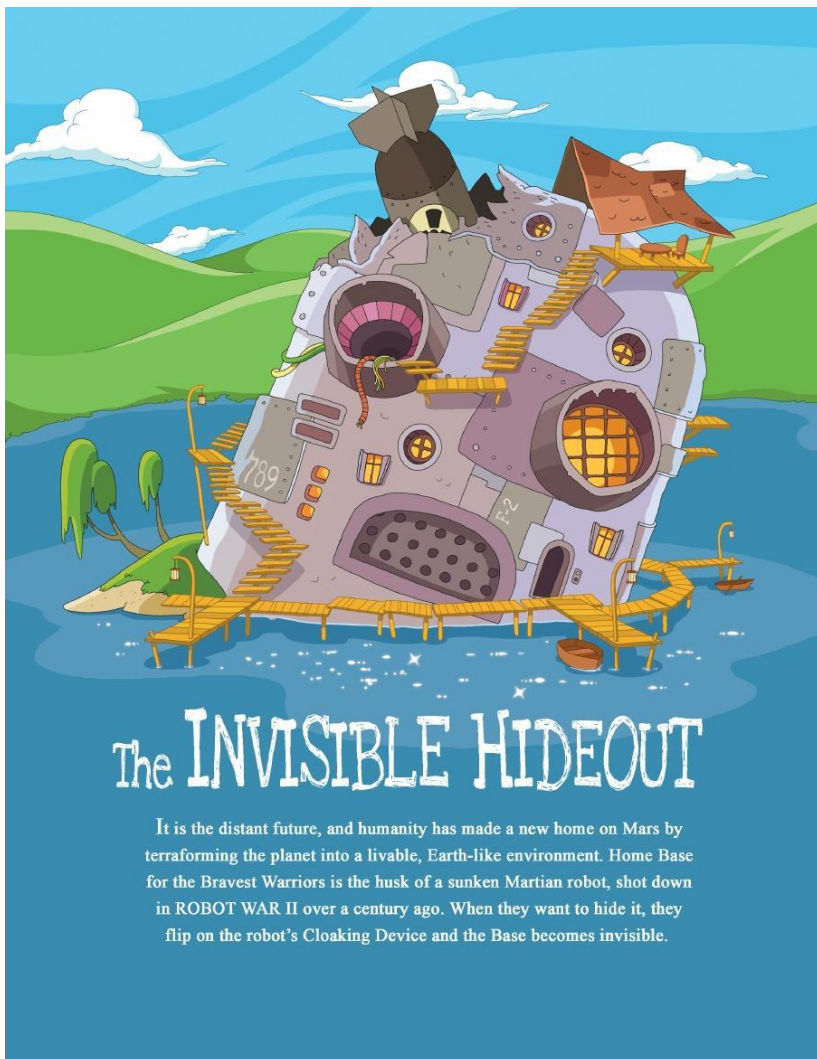


Figura 12: Cenário de Bravest Warriors. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>

episodes

Episode 2 CARELESS WHISPER

Chris swallows his fear and finally says the words: "I love you, Beth." Surprisingly, Beth responds, "I'm in love with you too, Chris." Then Chris says END SIMULATION, Beth's image dematerializes and Chris steps out of the Holo-hall. He's one cowardly mister.

Beth doesn't get why Chris has trouble talking to her when they've always been so close. He tells her things are changing now that they're older, but she refuses to believe it: "We're still the same Chris and Beth we've always been." Chris decides he must confess his love, but chokes up whenever he tries.

In a dream, Chris is visited by a Prillit who tells him to speak with Beth when she's not listening. The Prillit also gives him a sweet recipe for ranch dip. Inspired, Chris first tries whispering, "I love you Beth" from like a mile away. Amping himself up, he gets closer and closer until he's inside her room like a weirdo. Chris almost whispers in her ear while she's asleep, but he chickens out. *Finally, a solution:* Chris uses Danny's Alpha-Bot to communicate with Beth in her dreams. Which puts her right on into A COMA.

At her hospital bedside, Chris can finally express himself openly. As his love reaches perfect focus, *something begins to happen:* the air crackles, lights glow brighter and a soft breeze dances through Beth's hair. Chris, Danny and Wallow watch as Beth miraculously wakes from her coma, remembering nothing.

The other guys try to convince Chris that Beth's sudden recovery was something he caused, but Chris denies it. He's not yet aware of his power. Chris is just happy Beth's okay.

Figura 13: Descrição de episódio de Bravest Warriors. Fonte:
<https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>

- The Surfseekers:



Figura 14: Concept Art de Surfseekers. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/the-surfseekers/>



Figura 15: Model Sheet de Surfseekers. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/the-surfseekers/>



Figura 16: Concept Arts de personagens. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/the-surfseekers/>



Figura 17: Descrição de personagem de Surfseekers. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/the-surfseekers/>

- Kenny the Shark:



Figura 18: Kenny the Shark. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/kenny-the-shark-bye-bye-bully/>

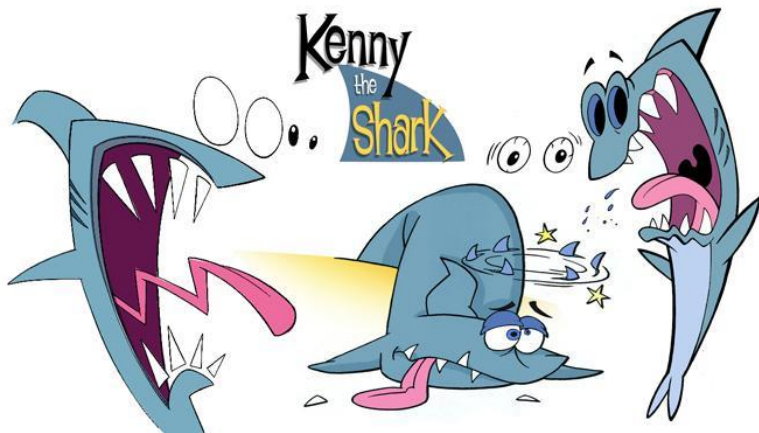


Figura 19: Concept Art do protagonista. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/kenny-the-shark-bye-bye-bully/>

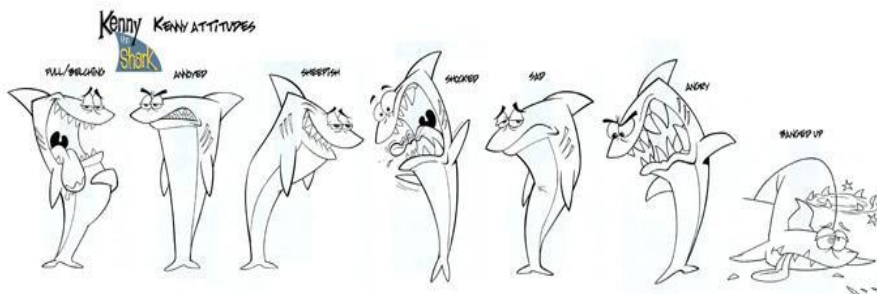


Figura 20: Expressões do personagem. Fonte:
<http://www.rileyanimation.com/kenny-the-shark-bye-bye-bully/>

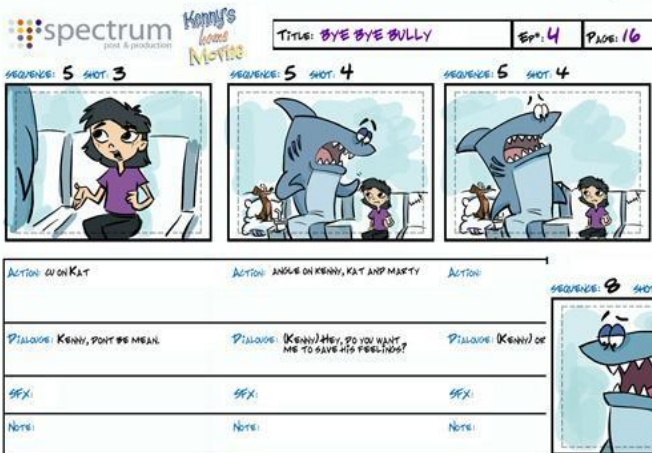
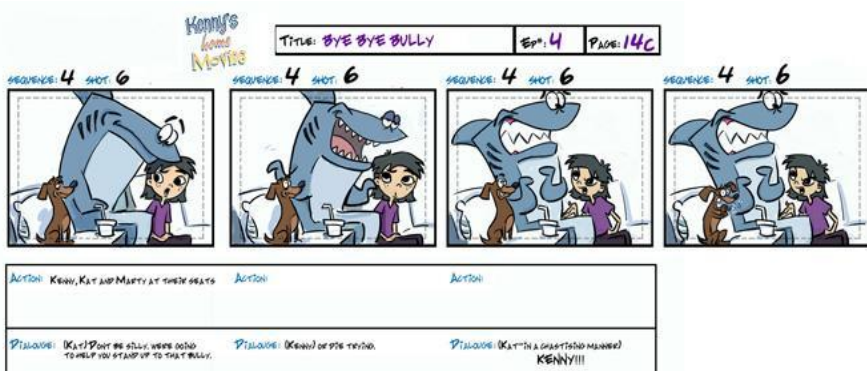


Figura 21: Storyboard de Kenny the Shark. Fonte: <http://www.rileyanimation.com/kenny-the-shark-bye-bye-bully/>

1.6 METODOLOGIA

Para melhor executar este projeto, foi escolhido uma metodologia prática e direta, um passo-a-passo para a concepção do pitch. Esta sequência de passos foi fornecida pelos autores na seção de revisão bibliográfica. Agora, ela será adaptada às especificidades deste projeto.

- 1) Pesquisa prévia:

Utilizando a proposta de Winder e Dowlatabadi (2012) e Wright (2005), primeiramente serão coletados dados sobre os eventos através das entrevistas com os estúdios que já participaram dos mesmos, e tem experiência para aconselhar sobre como construir uma apresentação que se encaixe nos padrões dos eventos.

2) Construção da apresentação:

Para a elaboração da apresentação do *pitching*, visualmente e estruturalmente, as sugestões de Winder e Dowlatabadi (2012), Wright (2005) e White (2006), em conjunto com as entrevistas serão consideradas, adaptando-as aos requisitos dos eventos, apontados pelas entrevistas.

Sabendo que a apresentação deve ser concisa e mostrar apenas o essencial, alguns itens são indispensáveis, porém a composição do material no pitch será definida pelo leitor, dando liberdade para que seja encontrada a melhor formatação para dar leveza e fluidez à apresentação.

Entre os itens essenciais estão:

Logline

Sinopse

Apresentação dos personagens e suas personalidades

Concept arts

Design dos personagens, cenários, e ações

Episódio piloto

Apresentação de outros episódios da série.

Os autores e os entrevistados recomendam que a apresentação seja divertida e que se destaque das concorrentes. Que os executivos se sintam alegres em adquirir a série. Para tal, no guia será incentivada uma apresentação na qual o próprio texto e imagens sejam desenvolvidos utilizando a essência e humor da série. As descrições dos personagens poderão ser escritas como se eles mesmos estivessem falando. Suas personalidades, peculiaridade, emoções e senso de humor serão embutidos no texto.

Wright (2005) e Winder e Dowlatabadi (2012) dizem para ensaiar calcular o tempo da apresentação, que completo, deve durar no máximo dez minutos.

Os autores aconselham imaginar a apresentação do pitch como uma história instigante a ser contada, uma história que cativa a audiência. Para tal, manter o dinamismo durante a apresentação será essencial.

O produto final deste projeto será um guia para criação de bíblia para *pitching* de séries animadas, planejado para ser apresentado em eventos nacionais de conteúdo audiovisual. Tal guia auxiliará produtores iniciantes a ter uma bíblia que transcreva, em textos e imagens, o tom e essência da série, colocando-o no mesmo nível de qualidade de apresentação de séries aclamadas.

1.7 CRONOGRAMA

Março	Pesquisa sobre os eventos e realização das entrevistas
Abril	Reunir todo o material das entrevistas e compará-lo, para estabelecer diretrizes sobre como deve ser a estrutura do guia.
Maiο	Montagem do guia. Toda a estrutura será colocada na ordem correta e os textos do guia serão redigidos.
Junho	Finalização da bíblia e do relatório final. Preparação oral da apresentação.

Tabela 1: Cronograma

1.8 RESULTADOS ESPERADOS

Seguindo a metodologia apresentada neste relatório, será concebido um guia visual para criação de bíblia para *pitching* de séries animadas para serem apresentadas em rodadas de negócio de eventos nacionais de conteúdo audiovisual.

O que se espera é um guia que instigue o produtor a criar uma apresentação que tome para si a personalidade dos personagens e a essência da série, como mostrado na apresentação do desenho *Adventure Time*, onde os textos do pitch expressam o humor e a linguagem da série.

Tal apresentação busca capturar a atenção dos executivos, para que uma pessoa comum, que está iniciando carreira na área de animação, consiga apresentar um material que esteja no mesmo nível de biblias de estúdios grandes e já bem estabelecidos. Para que o pequeno produtor não seja apenas mais um no meio de vários num evento, mas sim que tenha grande visibilidade e possibilidade real de fechar negócio.

Assim, este projeto visa fazer com que produções brasileira, feitas por iniciantes e entusiastas, tenha o potencial de serem compradas, financiadas, distribuídas e transmitidas em emissoras de televisão, utilizando como base a legislação atual que favorece este tipo de produção.

2. DESENVOLVIMENTO

Para ver como, e se, esta base teórica funciona na prática, foram entrevistados para este trabalho três executivos de estúdios de animação de Florianópolis - SC, que já produziram pitchings de sucesso. Rodrigo Eller, do 52 Animation Studio, que através de eventos como o R2C possui atualmente a série Papaya Bull sendo exibida na Nickelodeon, Aline Belli, do Belli Studio, que produz a série Boris e Rufus para o canal Disney XD, e Pablo Prudêncio, do Cafundó Estúdio Criativo, que produz séries animadas, jogos e desenvolve ferramentas de inovação em 3D.

Foram feitas as seguintes perguntas:

- Em suas produções seriadas, normalmente a ideia é elaborada para posteriormente ser oferecida à produtora ou distribuidora, ou as produções são realizadas sob demanda do comprador?
- Como é realizado a apresentação/venda do produto? (Para investidores, potenciais compradores ou exibidores, em feiras e eventos, ou indo diretamente até seus estúdios/escritórios)
- Como é elaborado um pitch de apresentação das suas produções (linguagens, estruturas, padrões)? Há um modelo utilizado para tal?

Vários pontos-chave das entrevistas foram comparados, para identificar um padrão para servir de auxílio em como o pitching, e a apresentação em si, deve ser.

Segue abaixo uma tabela com estes pontos:

	Cafundó Estúdio	Belli Studio	52 Animation Studio
Produções sob demanda		A pedido de canais e de distribuidoras; Editais.	
Produções próprias	Criam a história, universo, ideias de episódios,		

	<p>concepts, e animações de exemplo. Montam a bíblia. Apresentam este material em reuniões com canais e em eventos, ou tentam editais.</p>		
Produções recebidas	<p>Mais frequente. Parceiros apresentam a ideia da série, universo, e personagens. Formam parceria. Apresentar esse material em reuniões com canais e em eventos, ou edital.</p>	<p>Autores parceiros (internos do estúdio, parceiros) enviam pitchings, ou pegam em eventos. Contrato de 24 meses para trabalhar com a ideia.</p>	
Financiamento	<p>Nunca usam dinheiro do estúdio. Buscam financiamento nos eventos e editais.</p>	<p>O Orçamento é apresentado aos <i>players</i> após o pitch, durante as perguntas.</p>	
Eventos	R2C	<p>Produtor pequeno deve focar em eventos brasileiros, como R2C e AnimaMundi.</p>	<p>R2C, Rio content market lab. Kidscreen. Cartoon Connection</p>
Tempo de gestação	<p>Séries demoram 4 anos desde a parceria até começar a produção em si.</p>		<p>Geralmente demora de 5-7 anos. No caso do Papaya Bull demorou 3 anos para começar a produzir.</p>
Apresentação em eventos	<p>Principal meio. Eventos nacionais e internacionais.</p>	<p>Conversar com <i>players</i> internacionais</p>	<p>Estúdio pequeno fica invisível em evento grande. O</p>

	Os executivos já estão preparados para ouvir todos os pitchings. Reuniões marcadas 1 a 1. Mas para chegar nisso são quase 2 anos de preparação do material.		melhor são eventos pequenos. Eventos nacionais são melhores para obter contatos, melhor para iniciantes.
Apresentação fora de eventos	É difícil chegar direto com exibidores. A não ser que tenha algo específico que eles queiram. Mas precisa-se ter <i>network</i> , ainda assim a negociação leva cerca de 2 anos.	Reuniões marcadas, com empresas que já se tem um relacionamento.	Com canais é quase impossível. Precisa-se ter contatos.
Investidores	Em eventos.	Reunião direto no escritório da empresa, independente de onde for.	
Material para apresentação	Cria historia, universo, ideias de episódios, concepts, animações de exemplo. Biblia.	Se a série está mais desenvolvida, usa-se a bíblia impressa. Sem mídia eletrônica, apenas para o vídeo de 1 minuto, e apenas se estiver 100% de acordo com o produto final.	Apresentam a bíblia. Grande, em tamanho Aa3. 16 páginas no máximo. Muita imagem, pouco texto.
Tempo de apresentação	7 minutos. Não pode passar de 10 minutos.	No máximo 20 minutos (tempo de fala 12 minutos). Em eventos internacionais, é 10 minutos (tempo de fala 7 minutos).	5 minutos na reunião no Canadá.

<p>Conteúdo da apresentação</p>	<p>10 slides no máximo. Estrutura básica da apresentação: Quem vai fazer, como vai fazer, quanto tempo vai levar, o que vai acontecer, visual, movimentação (no caso do game). Apresentar background do estúdio., Logline, concepts arts, storyboards baseados em cenas roteiros, concepts de cenários, arte, narrativa, teaser de 30 segundos com animação final. Convencer que o estúdio é capaz de produzir, apresentar o time, público alvo, duração, quantidade de episódios, prazo, orçamento. Quanto mais coisas prever, mais segurança os executivos terão no projeto.</p>	<p>Experiência como produtores, Conceito do projeto, principais personagens (geralmente 3), e um episódio para contar a história, vídeo de 1 min. (não mostrar estudos de animação, apenas se for para buscar co-produtor). Nunca colocar o orçamento. Só falar se o <i>player</i> pedir, na hora das perguntas.</p>	<p>Em eventos: Engajar o executivo. Pois ele já viu outras 30 series no mesmo evento. Fora de eventos: Adaptar o desenho a cada canal, dependendo da faixa etária, linguagem e mood do canal. Tanto texto quanto traço, forma, etc.</p>
<p>Modo de apresentar</p>	<p>Linguagem usada é a linguagem que você vai querer vender. Se a apresentação estiver muito</p>	<p>Estrutura básica: Trocar cartão, dizer de onde é, apresentar rapidamente o portfólio - dizer o que já entregou, o que já</p>	<p>Apresentação cronometrada e ensaiada.</p>

	<p>aberta, perde-se o interesse.</p>	<p>produziu e onde está passando, e falar do projeto.</p> <p>O universo, os principais personagens, contar uma história com começo, meio e fim para o executivo sentir a pegada - não ficar só nas regras, e ainda deixar dois minutos para os executivos fazerem perguntas. Nesse tempo geralmente eles perguntam sobre o valor, sobre a composição do orçamento, quando entra em produção, etc.</p> <p>É preciso ter segurança no projeto. O jeito de contar a história e envolver quem escuta é o mais importante. Dominando isso, é possível apresentar com qualquer material. Porém quanto mais material bonito tiver em mãos, melhor.</p>	
--	--------------------------------------	---	--

Tabela 2: Comparação das respostas das entrevistas.

Comparando as respostas da entrevista, com a base teórica previamente apresentada aqui, chegou-se a algumas conclusões que servirão de base para a criação do guia. Alguns destes pontos serão

ilustrados com páginas do produto final. O guia completo pode ser encontrado em anexo ao fim deste relatório. São elas:

Origem da produção:

Idéias de produções trazidas por terceiros para o estúdio desenvolver são as mais comuns. Tanto trazidas por pessoas de dentro do estúdio, autores parceiros, ou através de contratos feitos em eventos, com autores de séries. Este ponto, porém, não é obrigatório. O mesmo estúdio que recebe produções de terceiros, já desenvolveu, e desenvolve projetos próprios. Portanto, ambos os métodos são possíveis.

Financiamento:

Nenhum dos estúdios financia suas produções com dinheiro próprio. Todos buscam financiamento ao fazer o pitching das séries, ou através de editais. Logo, é importante que o modelo de pitching incentive o produtor a ter os cálculos em mãos, porém sem incluir o orçamento na apresentação em si, pois desvia a atenção da série.

Quais eventos participam:

R2C, e AnimaMundi como principais, pois são os eventos de maior facilidade de acesso à informações e inscrição. Segundo entrevista com a Belli Studio, o melhor para iniciantes é focar nos eventos brasileiros. O modelo de pitching deverá seguir o padrão destes eventos, criando um guia que se encaixe nos moldes das rodadas de negociação.

Que guia é esse?

Este guia foi desenvolvido pensando em auxiliar pequenos produtores e entusiastas de séries de animação que buscam financiadores, distribuidores, canais, ou estúdios para viabilizar seu projeto.

Este livro é um modelo de bíblia baseado nos padrões e requisitos das rodadas de negociação dos principais eventos e feiras de entretenimento audiovisual do país.

Você pode personalizar a disposição dos textos e imagens como quiser, seguindo as instruções desde guia. Basta substituir as imagens e textos pelo material da sua série!

Com excessão desta página, e da ultima, todas fazem parte do modelo e devem estar na sua bíblia, incluindo a capa do Livro. Formate com páginas em tamanho A3 seguindo este guia, imprima, e pronto!

Figura 22: Explicação do guia

Tempo de negociação:

Em média, os estúdios demoram 4 anos para começar a produzir a série, a partir do momento que fecham negócio com um financiador ou distribuidor. Assim, o produtor deve estar ciente que o projeto trará lucro apenas a longo prazo.

Apresentação em eventos:

Principal meio de contato com outros estúdios, produtores, distribuidores e financiadores. Eventos nacionais são mais recomendados para iniciantes. Apresentação em eventos exigem muita preparação, já que as reuniões são numerosas, curtas e concisas.

Apresentação fora de eventos:

Não é uma boa opção para iniciantes. É necessário muito network para obter bons contatos que coloquem o produtor em contato com exibidores e produtoras grandes. Mesmo com contatos, a negociação pode durar até dois anos.

Tempo de Apresentação:

Nos eventos brasileiros, que são o foco deste modelo, o tempo máximo é de até 30 minutos para o AnimaMundi, e 20 para o Rio Content Market (R2C). Portanto, o guia deverá ter como objetivo criar um pitching de 20 minutos, pois se encaixa nos dois formatos. Cerca de 12 minutos de fala, e 7 minutos para perguntas e discussão com os players.

Conteúdo da apresentação:

O melhor é fazer uma bíblia, pois é um material tangível, que o executivo pode manusear e folhear. Foi recomendado que a estrutura básica seja:

- Capa
- Logline e Sinopse
- Descrição dos personagens
- Descrição do Universo e concept arts
- Resumo de 5 episódios

Colocar mais imagens que texto, teaser em vídeo totalmente animado, se houver. Não colocar na bíblia informações de orçamento e produção. Começar a bíblia do começo, desde os princípios e especificações básicas da série. Usar o tom da série na descrição dos

personagens. Exemplos de como os personagens agem são melhores que simples adjetivos.

[NOME DO PROTAGONISTA]

Descreva seu personagem, conte como é sua personalidade, como ele interage com outros, suas habilidades e seus traços mais marcantes. Qualquer coisa que chame atenção nele. Seja imaginativo. Porque seu personagem é único?

Evite usar adjetivos. Dê exemplos de como seu personagem demonstra suas características em situações diversas.

Use o próprio linguajar do personagem para descrevê-lo, que tal?

Sinta-se livre para brincar com a formatação desta página. Blocos de texto espalhados, o nome em uma posição diferente... Você decide.

Ilustre estas características com artes e concept arts dinâmicos que traduzam suas personalidades.

Lembre-se. Pouco texto, muita imagem.

Duplicate esta página caso haja outro protagonista.

The page features several white icons: a single person silhouette at the top right, a landscape with mountains and a person silhouette in the middle right, and two person silhouettes at the bottom left.

Figura 23: Página de Personagem

Modo de apresentar:

A apresentação deve ser cronometrada e ensaiada para ficar dentro do tempo previsto. A linguagem usada deve ser divertida e engajante, deve expressar a linguagem da série. O jeito de contar a história e envolver quem escuta é a parte mais importante da apresentação. Estrutura básica recomendada:

- Trocar cartões
- Dizer de onde é
- Apresentar rapidamente o portfólio (o que já produziu e produz)
- Entrar no projeto

Deixar alguns minutos no fim para perguntas dos players. Aqui eles perguntarão sobre valores, composição de orçamento, etc.

Dicas finais

Espero que este guia tenha sido útil para você criar sua própria Bíblia para sua série. Todos os aspectos dele foram baseados em pesquisas e entrevistas com estúdios que exibem séries e ganham dinheiro com produções apresentadas em eventos e feiras. Abaixo seguem as últimas dicas antes de nos despedirmos:

- Não coloque seu Orçamento na bíblia, ou mencione-o durante a apresentação, porém tenha os dados e calculos em mãos, pois os executivos dos canais podem pedir após sua fala.
- Cronometre sua apresentação em no máximo 20 minutos. Cerca de 12 minutos de fala e 8 para perguntas dos executivos.
- Seja entusiasmado, capture a atenção de quem está ouvindo. Traduza na sua fala o humor da série.
- Antes de começar, cumprimente os executivos, troque cartões, e apresente seu estúdio, mostrando o que já produziu.

Figura 24: Dicas Finais

3. CONCLUSÃO

Uma das propostas do guia é deixar claro que toda a diagramação e visual pode e deve mudar de acordo com a necessidade do produtor, portanto não pode estabelecer uma estrutura e diagramação fixa, utilizando um design e imagens que possam impedir a criatividade do mesmo. O projeto foi bem sucedido em utilizar como solução a isso ícones que representam os tipos de imagens que devem ser incluídas, e utilizando um fundo que remete à *blueprints*, ou plantas de construção, para deixar claro que o design do guia não influenciará no design da bíblia que o produtor criará.

O guia final ficou com uma linguagem e tom leve e coloquial, porém mantendo a seriedade técnica do assunto. Essa linguagem transmite com eficiência dicas de como o produtor deve escrever sua bíblia, enquanto ao mesmo tempo explica detalhes técnicos de formatação, tipos de informações a serem inseridas, disposição de imagens, etc, de forma séria e concisa.

A pesquisa teórica feita para este projeto e as entrevistas realizadas com os estúdios locais encaixam-se muito bem, e estas duas partes foram combinadas para gerar o conteúdo do guia. Como esperado, o que foi falado nas entrevistas coincidiu em grande parte com o que foi pesquisado na parte de revisão bibliográfica, reforçando assim e veracidade das informações e mostrando que a teoria é aplicada na prática, e gera resultados positivos, tendo em vista que o mercado utiliza estas informações com sucesso e lucro.

Como o objetivo deste projeto é guiar pequenos produtores e entusiastas no processo de criação de sua própria bíblia para apresentar para potenciais compradores, investidores ou distribuidores, ter a confirmação do próprio mercado de que as informações que o guia transmitirá são verdadeiras e que funcionam na prática, não tem preço.

Estes produtores têm também à sua disposição a legislação audiovisual vigente, que, favorece produções nacionais em canais de TV por assinatura. Possuindo uma bíblia que coloque seus projetos no mesmo nível de produções de grandes estúdios, ele tem chances muito maiores de fechar negócio e ter sua série exibida.

Com o modelo proposto, o produtor terá em mãos uma bíblia que atenda os requisitos dos maiores eventos de audiovisual nacionais e poderá inscrever-se em rodadas de negócios e apresentar seu projeto. Sendo assim o projeto concluiu com os objetivos propostos atingidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMENDOLA, Beatriz. **Líder na TV paga, Cartoon Network investe em séries nacionais e supera cota.** Disponível em:

<<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2015/10/22/lider-na-tv-paga-cartoon-network-investe-em-series-nacionais-e-supera-cota.htm>>
Acesso em: 13 Mai 2017

ANCINE. **Tire suas dúvidas sobre a lei da TV Paga**, 2012. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/faq-lei-da-tv-paga>> Acesso em: 22 Jun 2017

BRAVI. **Rio2C - RioContentMarket tem mais de 300 players confirmados.** Disponível em: <<http://bravi.tv/rio2criocontentmarket-tem-mais-de-300-players-confirmados/>> Acesso em: 14 Mai 2018

CANAL BRASIL. **RioContentMarket reúne mais de 1,5 mil players.** Disponível em:

<<http://canalbrasil.globo.com/programas/cinejornal/materias/riocontentmarket-reune-mais-de-15-mil-players.htm>> Acesso em: 14 Mai 2018

DOWLATABADI, Zahra; WINDER, Catherine. **Producing Animation**. 2 ed. Oxford: Focal Press, 2012.

NATELINHA. **Cartoon Network e TV Cultura se unem para produzir novo desenho nacional.** Disponível em:

<<http://natelinha.uol.com.br/noticias/2017/01/01/cartoon-network-e-tv-cultura-se-unem-para-produzir-novo-desenho-nacional-104337.php>>
Acesso em: 13 Mai 2017

REVISTA DE CINEMA. **Rio Content Market tem presença de grandes nomes da TV.** Disponível em:

<<http://revistadecinema.com.br/2017/03/rio-content-market-tem-presenca-de-grandes-nomes-da-tv/>> Acesso em: 14 Mai 2018

RILEY ANIMATION STUDIOS. **Kenny the Shark!**. Disponível em:

<<http://www.rileyanimation.com/kenny-the-shark-bye-bye-bully/>>
Acesso em: 12 Jun 2017

RILEY ANIMATION STUDIOS. **The Surfseekers!**. Disponível em: <<http://www.rileyanimation.com/the-surfseekers/>> Acesso em: 12 Jun 2017

SOUZA LIMA, Heverton. **A Lei da TV Paga: Impactos no Mercado Nacional**. 162 f. Dissertação de Mestrado – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

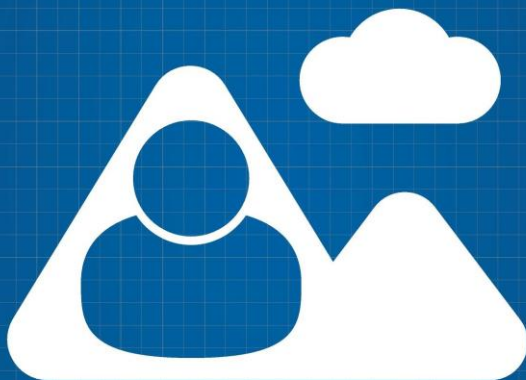
WARD. Pendleton. **“Adventure Time” Series Presentation**. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/3122798/Adventure-Time-series-presentation>> Acesso em: 15 Mai 2017

WARD. Pendleton. **“Bravest Warriors” Pitch Bible**. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/118981476/Bravest-Warriors-Pitch-Bible>> Acesso em: 15 Mai 2017

WHITE, Tony. **Animation from Pencil to Pixel: Classical Techniques for Digital Animators**. Oxford: Focal Press, 2006.

WRIGHT, Jean Ann. **Animation Writing and Development: From Script Development to Pitch**. Oxford: Focal Press, 2005.

[SEU PITCHING]



Insira nesta página o nome e o logotipo da sua série

**Guia de criação de bíblia
para pitching de serie animada**

Que guia é esse?

Este guia foi desenvolvido pensando em auxiliar pequenos produtores e entusiastas de séries de animação que buscam financiadores, distribuidores, canais, ou estúdios para viabilizar seu projeto.

Este livro é um modelo de bíblia baseado nos padrões e requisitos das rodadas de negociação dos principais eventos e feiras de entretenimento audiovisual do país.

Você pode personalizar a disposição dos textos e imagens como quiser, seguindo as instruções desde guia. Basta substituir as imagens e textos pelo material da sua série!

Com excessão desta página, e da ultima, todas fazem parte do modelo e devem estar na sua bíblia, incluindo a capa do Livro. Formate com páginas em tamanho A3 seguindo este guia, imprima, e pronto!

[TÍTULO DA SÉRIE]



Aqui você escreverá o **LOGLINE** da sua série.

O que é **LOGLINE**? É o resumo da série em cerca de duas frases.

Este é o seu primeiro contato com o leitor, mostre a essência da série e sobre o que ela fala. Capture a atenção dele, intrigue-o. É aqui que ele decide se continuará a leitura. Use uma linguagem condizente com a série.

Imagens **SEMPRE** são melhores que textos, sacou? Escreva pouco, ilustre muito.

Use artes que mostrem seus personagens interagindo, suas personalidades, habilidades e peculiaridades.



Escreva aqui a SINOPSE da sua série.

A SINOPSE é um resumo mais detalhado da premissa, do mundo e tom da série.

Não tenha medo de usar linguagem coloquial!

Imagine-se no lugar do leitor. Você não sabe nada sobre o universo nem sobre os princípios mais básicos dele. Comece pelo começo. Explique o contexto da série. Quais são as regras do universo? O que está acontecendo atualmente nele? Quem vive nele? Faça com que o leitor se apaixone pelo mundo que você criou! Use esta página para isso.

Use artes que mostrem os cenários da série, as diferentes localidades, suas semelhanças e diferenças, e os locais em que os personagens passarão seu tempo.

[NOME DO PROTAGONISTA]

Descreva seu personagem, conte como é sua personalidade, como ele interage com outros, suas habilidades e seus traços mais marcantes. Qualquer coisa que chame atenção nele. Seja imaginativo. Porque seu personagem é único?

Evite usar adjetivos. Dê exemplos de como seu personagem demonstra suas características em situações diversas.

Use o próprio linguajar do personagem para descrevê-lo, que tal?

Sinta-se livre para brincar com a formatação desta página. Blocos de texto espalhados, o nome em uma posição diferente... Você decide.

Ilustre estas características com artes e concept arts dinâmicos que traduzam suas personalidades.

Lembre-se. Pouco texto, muita imagem.

Duplicate esta página caso haja outro protagonista.



Apesar destes serem os principais personagens, ao longo da série conheceremos outros personagens, como:

[NOME DO PERSONAGEM]

Esta página não é obrigatória.

Se sua série tiver outros personagens importantes, porém secundários, apresente-os aqui. Mas lembre-se, a última coisa que você precisa é uma lista sem fim de personagens. Resuma suas características principais e qual é sua relação com o protagonista.



[NOME DO PERSONAGEM]

Mantenha as descrições em um parágrafo. Ilustre toda a seção de personagens com suas expressões faciais, até mesmo pequenos diálogos e interações entre eles. Não esqueça de trazer a personalidade dos personagens para o texto!



[UNIVERSO]

Use esta página para apresentar as artes do universo da série e dos cenários presentes nos episódios. O título não é obrigatório aqui.

Paisagens, veículos, armas, tudo que é importante para os personagens e para a série. Coloque uma breve descrição de cada imagem, lembrando de utilizar uma linguagem que transmita o tom da série.

Apenas utilize arte cuja qualidade seja no mínimo excelente. Este é o requisito básico para qualquer arte nesta bíblia.



[TÍTULO DO EPISÓDIO]

Agora que você já apresentou o mundo que criou e o povoou com seus personagens, é hora de dar vida a eles, mostrar em um exemplo prático como eles agem em situações variadas, como interagem entre si, como suas personalidades são representadas e apresentar como seria um episódio da sua série. Escolha o melhor episódio que você tem escrito, que mostre todos os personagens em ação



Junte os personagens e o universo. Mostre porque esta série é digna de atenção, como ela é engraçada, ou cheia de ação, aventura ou mistério.



Não escreva o roteiro final. Conte a história em um texto com começo, meio e fim, não deixe nada no ar. Use a página inteira para isso.

Ilustre com artes relacionadas ao episódio. Essa é a parte mais importante do pitching.



[TÍTULO DO EPISÓDIO]

Agora escolha outros quatro roteiros de episódios que reforcem ainda mais os papéis dos personagens e o tom e essência da série e resuma em até cinco linhas nesta página. Lembre-se de mostrar o começo, meio e fim da história.



[TÍTULO DO EPISÓDIO]

Escreva de forma divertida e mostre os pontos altos do episódio. Não se esqueça do objetivo deste guia, capture a atenção do leitor, mostre porque, e como, estas histórias são divertidas, ou misteriosas, ou cheias de ação.



[TÍTULO DO EPISÓDIO]

Você não precisa ilustrar cada episódio desta página. Escolha artes de dois ou três histórias, as mais bonitas e que mostrem o padrão de cenários da série, a interação entre os personagens e seus movimentos e expressões faciais.



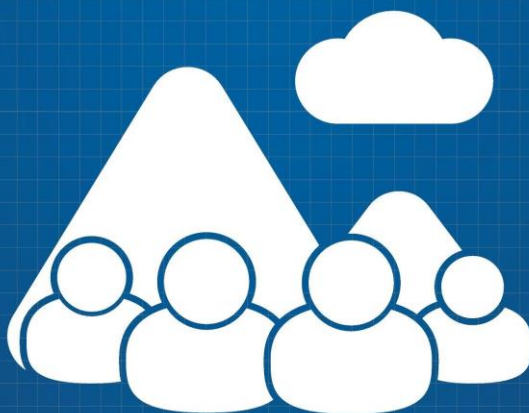
[TÍTULO DO EPISÓDIO]

Lembre-se, a diagramação e composição da sua bíblia você que decide. Espalhe os episódios pela página, coloque na diagonal, em blocos separados, brinque com a página, porém mantenha em mente a facilidade de leitura, tanto dos textos como das imagens.

[SUA LOGO]

Para terminar, adicione nesta página suas informações de contato. Coloque o logotipo de seu estúdio (se não houver, apenas seu nome), seu nome, o nome de sua equipe, website, e-mail, telefone e endereço, como se fosse um rodapé de e-mail. Uma estrutura padrão e formal é mais indicada aqui, para facilitar a identificação das informações.

Termine com uma arte final que represente sua série como um todo, uma última imagem para relembrar o humor da história, a personalidade de seus personagens, e, principalmente, o por quê sua série merece atenção e financiamento, produção, exibição e distribuição.



Dicas finais

Espero que este guia tenha sido útil para você criar sua própria Bíblia para sua série. Todos os aspectos dele foram baseados em pesquisas e entrevistas com estúdios que exibem séries e ganham dinheiro com produções apresentadas em eventos e feiras. Abaixo seguem as últimas dicas antes de nos despedirmos:

- Não coloque seu Orçamento na bíblia, ou mencione-o durante a apresentação, porém tenha os dados e calculos em mãos, pois os executivos dos canais podem pedir após sua fala.
- Cronometre sua apresentação em no máximo 20 minutos. Cerca de 12 minutos de fala e 8 para perguntas dos executivos.
- Seja entusiasmado, capture a atenção de quem está ouvindo. Traduza na sua fala o humor da série.
- Antes de começar, cumprimente os executivos, troque cartões, e apresente seu estúdio, mostrando o que já produziu.

APÊNDICE II

DADOS DAS ENTREVISTAS

- Cafundó Estúdio Criativo:

Entrevistado: Pablo Prudencio.

Data: 28/03/2018

Local: Cafundó Estúdio Criativo, Florianópolis - SC.

Duração: 25 minutos.

- Belli Studio:

Entrevistada: Aline Belli.

Data: 16/04/2018

Local: Entrevista online via e-mail.

Duração: -

- 52 Animation Studio:

Entrevistada: Rodrigo Eller.

Data: 31/08/2017

Local: Berinjela Gourmet Sandwich, Florianópolis - SC

Duração: 32 minutos

