CRIATIVIDADE OBRA PRIMA DE HOLLYWOOD

Stefhani Scheit Santos

“Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas” (m.books, 237 páginas) do John Howins, capitulo 5: O GENE DO ENTRETERIMENTO. A criatividade move o mundo e como comprovado pelo escritor John Howins move a economia também, e nada melhor para falar da economia criativa, do que falar das telas de cinema, que fascina gerações através de gerações. As produtoras cinematográficas são responsáveis por uma grande parte da economia que move o mundo.

As principais e maiores produtoras cinematográficas “fábricas de sonhos” se encontram em Hollywood, o maior palco mundial para os cérebros criativos que querem transformar ideias e criatividade em longos rolos de filme que passaram por cada canto do mundo, arrecadando altíssimos lucros.

DAVID PUTTNAM

Uma mente brilhante, com grandes ideias e criatividade imensa. David Puttnam é o produtor cinematográfico mais conhecido da Grã-Bretanha e comanda um estúdio de Hollywood. Não tendo somente habilidades para os filmes, ele conseguiu fazer com que o governo local investisse na área cinematográfica e também se mostrou muito preocupado com a educação, a ponto de seguir em um momento de sua careira para esse lado, ajudando na reforma do sistema educacional britânico.

De acordo com John Howkins, Puttnam tem três características que o tornam uma pessoa criativa que também são características da economia criativa, ele possui talento criativo exercendo sua profissão com amor, segundo ele não simplesmente tem ideias boas e criativas, mas ele consegui fazer elas de fato acontecerem e darem certo, por terceiro e por fim ele não usa seu talento somente para o seu trabalho, mas também para todas as áreas em que ele se encontra englobado, como por exemplo: a área da educação.

AS FÁBRICAS DE SONHOS

Em Hollywood se encontra os maiores estúdios cinematográficos, mais conhecidos como “as fábricas de sonhos”, podemos citar os principais estúdios: Warner Bros, Disney, Paramount Pictures, Universal Pictures, Columbia Pictures, Fox e Dream Works SKG. Tudo isso é um jogo onde os grandes têm um lugar especial e um espaço maior, mas no qual os menores têm direito a participar jogando sempre pra se tornar o maior através de ideias que talvez ninguém desse nada. A Warner e a Universal além de estarem entre os maiores estúdios tem 40% dos direitos de publicação musical do mundo, entre elas as mais tocadas do mundo. Isso não seria um jogo sem oponentes que tivessem boas castas na manga, ou como um ditado popular “bala na agulha”, no momento seus maiores rivais são outras impressas de telefonia, de transmissão a cabo e da internet, que querem trabalhar na área do entretenimento, como por exemplo, o Yahoo. Já disponibilizam de pacotes de software e uma grande clientela, poderiam facilmente comprar qualquer um dos grandes estúdios, caso algum deles estivesse à venda.

Existem muitas outras empresas neste jogo. Como dito antes, pequenas empresas que querem um espaço maior, abrem mão de grandes estrelas e investem em filmes com historias mais integrantes, literárias, de baixo custo e de pequena escala.

LIÇÕES DE HOLLYWOOD

Criatividade valorizada tanto para as que se encontram em frente às câmeras, como aquelas que se encontram atrás das mesmas. Se você tem boas ideias Hollywood é seu lar, sempre estará de braços abertos para acolher a uma mente criativa, que lhe pode fornecer bilhões em bilheteria. Ideias que talvez parecem sem futuro ganham espaço (quem diria que um filme sobre brinquedos “Toy Story” teria todo este sucesso).

Toda e qualquer investimento para um filme é um “tiro no escuro”, o filme pode carregar o nome de um grande diretor e ter as maiores estrelas de Hollywood e pode ser um grande fracasso, como um filme amador de um alguém desconhecido pode ser um recorde de bilheteria.

Por muitas vezes Hollywood preferiu investir no já criado, a releitura de filme ou até mesmo refaze-los. Filmes antigos que ganham uma moldura nova e voltam depois de anos para os cinemas com cheiro de novo, filmes que são refeitos tem uma maior probabilidade de sucesso, pelo motivo que se ele foi sucesso uma vez, existe grande chance de se obter o mesmo sucessor ou maior. A ideia de serie e continuações também os agrada e até mesmo contar a historia de pessoas reais.

Hollywood trabalha com um material simples, mas no qual tem total controle sobre ele e que o faz bem, ele nos passa lições financeiras, sendo uma empresa lucrativa, que opera não somente na produção como também na distribuição dos mesmos ou até mesmo ganhar muito com a distribuição de terceiros. Faça uma boa imagem do produto, eles chegam a gastar 20 vezes mais no marketing do filme do que na própria produção. Manter sigilo sobre as finanças, isso diz respeito somente a quem esta responsável sobre toda a parte financeira.

A trilha sonora pesa em um filme, é uma grande jogada de marketing. Tal como fazer um filme a partir de um livro de sucesso, o filme tem probabilidades grandes de sucesso, pois o livro já traz um grupo grande de “clientes” e seguidores. Tudo é feito visando o lucro, mas sempre existem momentos que poderá acontecer um prejuízo gigantesco.

“THAT’S NOT ALL, FOLKS!”

A criatividade se mostrou um grande produto. E Hollywood um dos maiores comerciantes deste produto. Muitas lições podem ser retiradas deles, não somente na questão financeira, mas também pelo motivo deles apreciarem e estarem abertos a qualquer ideia.