

Campanha: INSTITUCIONAL 2025

Agência: FILADÉLFIA

Meios Utilizados/Veiculação:

- **Meios:** internet, OOH, DOOH, internos e eventos
- **Praça:** Minas Gerais
- **Duração do Filme:** 30" com redução para 15", 10" e 6"
- **Período de Veiculação:** 2 anos

Áudio

- **Trilha Sonora:** Trilha composta
- **Locução:** Prever 01 locutor para trechos destacados no roteiro
- Sound Design
- Captação de áudio direto em estúdio
- **Gravação de spot 30", com mesma produtora do áudio do filme, mesma trilha e mesmo locutor. Veiculação em rádio e carro de som**

Características das Peças

- **Legenda e Libras:** Incluir legendas em português e Libras (para acessibilidade).
- **Saídas:** 16x9, 9x16, 1x1.

Diárias de captação: 05

Araxá - 1 diária

Poços - 1 diária

RMBH - 3 diárias

Considerar logística para Tech Scout.

Locações Específicas do Filme

- estrada em más condições/esburacada - RMBH ou proximidades de Araxá ou Poços de Caldas
- estrada nova e asfaltada - RMBH ou proximidades de Araxá ou Poços de Caldas
- escola em obras - RMBH
- sala de aula - RMBH
- locação com paisagem natural típica de MG - RMBH ou proximidades de Araxá ou Poços de Caldas
- Grande Hotel de Araxá
- Thermas Antônio Carlos - Poços de Caldas
- consultório médico - RMBH
- consultório médico moderno - RMBH
- Sala Minas Gerais em funcionamento (com público ativo) - Rua Tenente Brito Melo, 1.090 - Barro Preto, Belo Horizonte)
- Carnaval de BH (banco de imagem)
- Expominas (drone) - BH

- Minascentro (drone) - BH
- Palácio das Mangabeiras (drone) - BH
- Projeto Minas Urbano (BH) (basquete, street dance e outras atividades relacionadas ao programa)

Elenco (figurantes)

- 1 Professora sala de aula
- 20 alunos em sala de aula - crianças/adolescentes.
- 5 figurantes funcionários da obra
- 6 figurantes Grande Hotel de Araxá
- 1 Médico
- 1 mulher grávida ou 1 mulher com criança
- 1 marido
- 5 pessoas se exercitando em uma praça
- 8 músicos ensaiando na Sala Minas Gerais
- 12 figurantes Projeto Minas Urbano
- 10 figurantes para as cenas finais

Equipe de Produção

- Direção de Cena (Conrado Almada - 31 9805-1041)
- Diretor de Fotografia
- 1º Assistente de Direção
- Direção de Arte
- Produção de Moda
- Coordenador de Produção
- Produção de Set
- Produção de Elenco
- Maquiagem
- Som Direto
- Intérprete de Libras
- Produtor Executivo

Equipe Técnica de Set

- **Equipe de Câmera:** A ser definida com o diretor de fotografia.
- **Equipe Elétrica e Maquinária:** A ser definida conforme briefing do diretor de fotografia.
- **Assistentes de Produção:** 1º e 2º assistentes.

Equipamento de Câmera | Movimento de Câmera & Maquinária

- **Kit Completo ARRI ALEXA ou RED:** Câmera principal para a produção. Escolha do fotógrafo.
- **Steadycam:** 05 diárias
- **Travelling**
- **Drone:** 1 diária
- **Jogo de Lentes Fixas de Cinema:** A definir com o diretor de fotografia. O fotógrafo escolherá as lentes adequadas ao estilo da produção e à estética visual do filme.
- **Tripés + Cabeça:** Para estabilidade e controle nas cenas mais estáticas.
- **Cartões de Memória:** Quantidade suficiente para a filmagem, com backup.
- **Filtros / Comando de Foco / Monitores / Cartões / Baterias / Acessórios e Cabos:** Todos os acessórios necessários para garantir a qualidade técnica da filmagem.
- **Objetos de Cena / Cenografia:** Produção de objetos pontual, cena a cena, sem nenhum cenário específico, mas com aquele cuidado habitual em deixar todos os elementos do quadro organizados e de acordo com o roteiro.
- **Equipamentos de Iluminação:** equipamento para iluminação, conforme briefing do diretor de fotografia
- **Equipamento de captação de áudio:** equipamento para captação de áudio, conforme briefing do diretor de cena / diretor de fotografia.

Montagem e Finalização

- Zefini (31) 99201-5869 ou Safari – (31) 99852-7094 ou pós produção da própria produtora cujo portfólio deverá ser aprovado previamente pelo diretor de cena.
- Colorização
- Tratamento de imagem
- Finalização das cenas / retoques

O orçamento deverá contemplar a cessão dos direitos autorais e conexos de cenas e trechos dos filmes (inclusive material bruto, se for o caso) para serem usados em outras peças da campanha sendo mídia impressa, OOH, na internet e redes sociais, como posts, stories, heads de páginas do cliente e/ou similares durante o período de veiculação da campanha.

Prazo de entrega:

21/08/2025: VT entregue produzido para veiculação

OBSERVAÇÕES:

PAGAMENTO: contra apresentação.

A proposta deverá ser apresentada em envelope lacrado, carimbada e assinada em papel timbrado com:

- Nome do Responsável
- Cargo
- RG

- CPF
- Razão social
- CNPJ
- Endereço completo