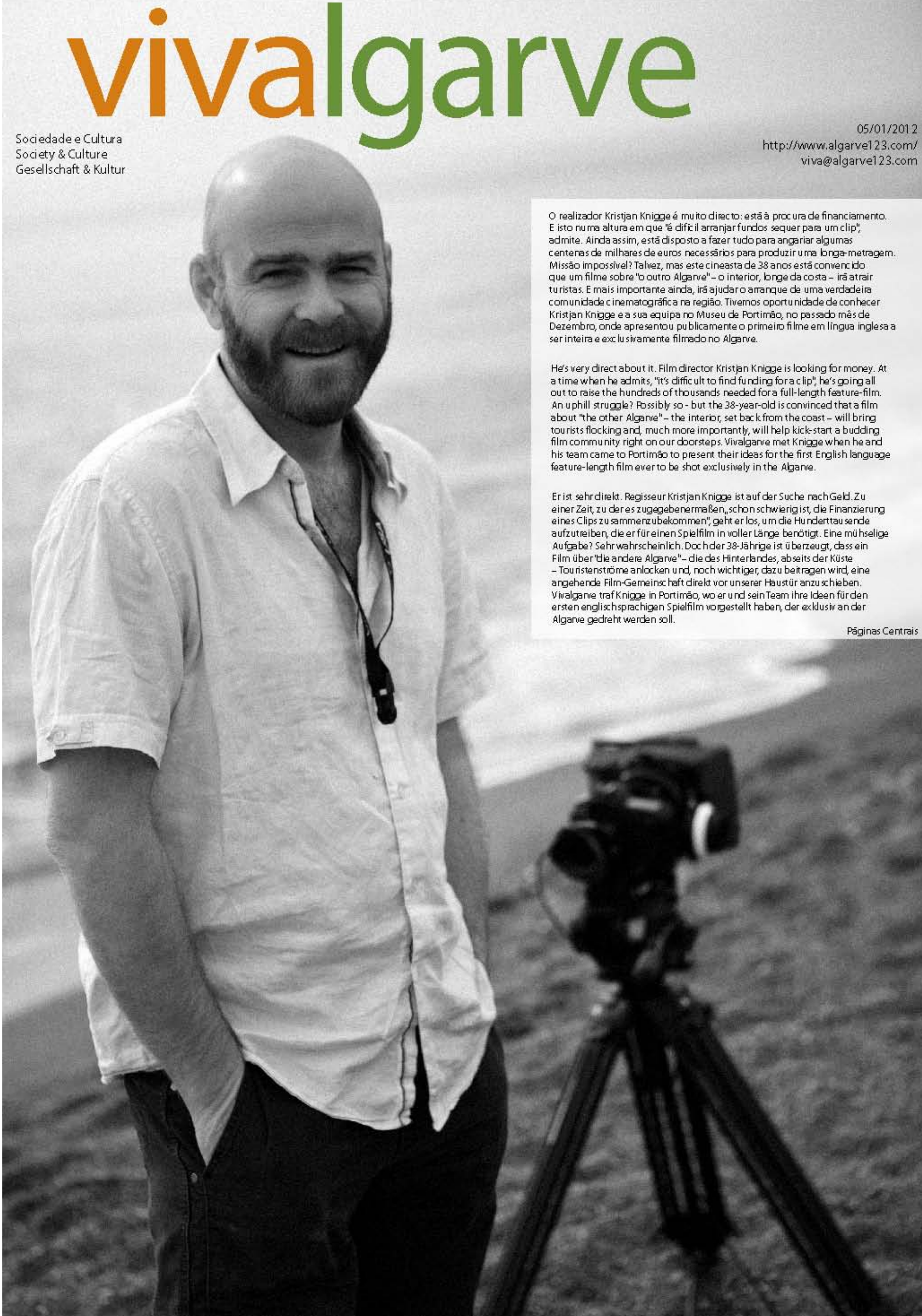


vivalgarve

Sociedade e Cultura
Society & Culture
Gesellschaft & Kultur

05/01/2012

<http://www.algarve123.com/>
viva@algarve123.com



O realizador Kristjan Knigge é muito directo: está à procura de financiamento. E isto numa altura em que "é difícil arranjar fundos sequer para um clip", admite. Ainda assim, está disposto a fazer tudo para angariar algumas centenas de milhares de euros necessários para produzir uma longa-metragem. Missão impossível? Talvez, mas este cineasta de 38 anos está convencido que um filme sobre "o outro Algarve" – o interior, longe da costa – irá atrair turistas. E mais importante ainda, irá ajudar o arranque de uma verdadeira comunidade cinematográfica na região. Tivemos oportunidade de conhecer Kristjan Knigge e a sua equipa no Museu de Portimão, no passado mês de Dezembro, onde apresentou publicamente o primeiro filme em língua inglesa a ser inteiramente e exclusivamente filmado no Algarve.

He's very direct about it. Film director Kristjan Knigge is looking for money. At a time when he admits, "it's difficult to find funding for a clip", he's going all out to raise the hundreds of thousands needed for a full-length feature-film. An uphill struggle? Possibly so - but the 38-year-old is convinced that a film about "the other Algarve" – the interior, set back from the coast – will bring tourists flocking and, much more importantly, will help kick-start a budding film community right on our doorsteps. Vivalgarve met Knigge when he and his team came to Portimão to present their ideas for the first English language feature-length film ever to be shot exclusively in the Algarve.

Er ist sehr direkt. Regisseur Kristjan Knigge ist auf der Suche nach Geld. Zu einer Zeit, zu der es zugegebenermaßen, schon schwierig ist, die Finanzierung eines Clips zu sammeln zu bekommen", geht er los, um die Hunderttausende aufzutreiben, die er für einen Spielfilm in voller Länge benötigt. Eine mühselige Aufgabe? Sehr wahrscheinlich. Doch der 38-Jährige ist überzeugt, dass ein Film über "die andere Algarve" – die des Hinterlandes, abseits der Küste – Touristenströme anlocken und, noch wichtiger, dazu beitragen wird, eine angehende Film-Gemeinschaft direkt vor unserer Haustür anzu schieben. Vivalgarve traf Knigge in Portimão, wo er und sein Team ihre Ideen für den ersten englischsprachigen Spielfilm vorgestellt haben, der exklusiv an der Algarve gedreht werden soll.

Páginas Centrais

Texto: Natasha Donn; Traduções: Bruno Filipe Pires (PT), Julia Bragança (DE); B/W fotos: Maurits Veldhuis van Zanten



«The Right Juice/ O Sumo Certo»

A história é aparentemente tão azarada como a ideia de angariar dinheiro numa recessão global sem precedentes – Oliver Fellows, um gestor de investimentos fracassado compra uma quinta no Algarve, com o objectivo de cultivar um pomar de laranjas. A ideia tem tudo para falhar. Além disso, o seu casamento está por um fio, e há um vizinho que rouba a água e rega a toda gente ao redor. Portanto, o ex-bancário resolve cavar um poço... e encontra petróleo!

É uma comédia com várias reviravoltas, que pretende mostrar como às vezes, quando tudo parece errado, no final, as coisas acabam por se resolverem bem.

É também a oportunidade com que Kristjan Knigge sonha há bastante tempo.

"Cresci no Algarve, mas tenho estado fora nos últimos 20 anos. Parte do motivo pelo qual quero tanto fazer este filme é porque quero voltar a viver aqui. Fazer uma longa-metragem é apenas o princípio. Hoje, existe uma comunidade cinematográfica a crescer no Algarve, e verdade seja dita, é um paraíso para cineastas. Honestamente, este filme é apenas parte de um plano maior para a criação de uma indústria cinematográfica local!"

Knigge segue uma linhagem familiar. A sua mãe, e produtora do filme, é BJ Boulter, uma veterana de inúmeras publicidades filmadas no Algarve e responsável por um dos anúncios campeão de longevidade na história da televisão holandesa (por coincidência, a uma marca de sumo de laranja).

Criado nos cenários de filmagem algarvios, Knigge começou cedo a apreciar as qualidades tipo camaleão das paisagens portuguesas.

"Num dos anúncios da BJ, para a marca desportiva Umbro, ela filmou sete países diferentes em apenas três dias: todos à distância de uma hora de carro à volta de Lisboa", explica.

"O Alentejo pode fazer-se parecer como África. Lisboa como Paris. As aldeias do interior podem parecer-se com locais da Europa de Leste. Numa publicidade americana, a BJ retratou a Coca-Cola em seis países, que incluem a Índia e a Escócia, todos eles filmados num raio de 25 quilómetros à volta de onde estamos agora, em Portimão! É um país fantástico para o máximo impacto com o mínimo de custo – exactamente o lema do cinema actual!"

Nos dias em que Knigge começou na indústria cinematográfica, qualquer pessoa com ambições tinha que ir para Lisboa, ou então, deixar mesmo Portugal. O percurso da sua carreira levou-o até à Holanda onde tem trabalhado até agora – em curtas-metagens, anúncios, publicidades, filmes institucionais, vídeos musicais e documentários.

"Mas hoje, é tudo diferente", diz. "Há alguns excelentes jovens realizadores a trabalharem aqui no Algarve, em Almancil e em Faro – e até há o caso de empresas lisboetas a contratarem uma firma do Algarve para fazerem um filme institucional. Isso teria sido impensável há poucos anos atrás! É porque as coisas mudaram tanto que eu sinto que está na altura de tentar regressar. Esta é a minha casa. Não consigo pensar em nada melhor que conseguir voltar e trabalhar aqui!"

Mas, como toda a gente está consciente, agora não é exactamente a melhor altura, ou é?

The story is as apparently doomed as the idea of raising money in a crippling global recession: failed investment banker buys rundown farm in the Algarve, with a view to becoming an orange farmer. With the odds stacked against him, his marriage on the rocks, and a neighbouring landowner "stealing" everyone's water, said banker digs for water... and finds oil!

It's a comedy with twists, turns and dolphins, and it shows that even when the odds are all on the wrong side, things can come up trumps in the end.

It's also an opportunity that Knigge has been dreaming of for a very long time.

"I grew up in the Algarve, but have been away for 20 years. Part of the reason that I want so much to do this film is that I want to get back here. Making a feature length movie is just the beginning. There is a growing filmmaking community in the Algarve these days and, let's face it, it's a filmmaker's paradise. The Right Juice" is honestly just part of a bigger plan to create a local film industry!"

Knigge has something of a pedigree. His mother – and producer of the film – is BJ Boulter, a veteran of countless commercials shot in the Algarve and responsible for one of the longest-running adverts in the history of Dutch TV (coincidentally for orange juice!).

Growing up on film sets in the Algarve, Knigge soon appreciated the chameleon-like quality of Portugal's landscapes.

"In one of BJ's commercials, for Umbro, she shot 7 different countries" in just three days: all of them within an hour's drive of Lisbon," he explains. "The Alentejo can be made to look like Africa; Lisbon like Paris; interior villages can look like locations from Eastern Europe. An American Coca-Cola advert BJ made portrayed 6 countries, including India and Scotland, all shot within 25 kms of where we are standing now, Portimão! It's a marvellous country for maximum impact and minimum cost – which is just what this film is all about!"

In the days when Knigge began in the film industry, anyone with aspirations had to go to Lisbon, or leave Portugal altogether. His own career path took him to Holland, where he's been working ever since – making short films, commercials, corporate films, music videos and documentaries.

"But these days, it's different," he tells. "There are some excellent young filmmakers working in the Algarve, in Almancil and Faro – and there's even been the case of companies in Lisbon hiring a company from the Algarve to make a corporate film. That would have been unheard of years ago! It's because things have changed so much that I feel now's the time to try and come back. This is my "home"! I can't think of anything better than being able to come back and work here!"

But, as everyone is only too aware, now's not exactly the best time or is it?

Die Handlung der Geschichte ist so offensichtlich zum Scheitern verurteilt, wie die Idee der Geldbeschaffung in einer blühenden weltweiten Rezession: Ein gescheiterter Investment-Banker kauft an der Algarve einen heruntergekommenen Bauernhof, um Orangenbauer zu werden. Mit geringen Erfolgsaussichten, seiner auf Eis gelegten Ehe und einem benachbarten Landbesitzer, der allen das Wasser stiehlt, sucht der besagte Banker nach Wasser... und findet Öl!

Es ist eine Komödie mit Drehungen, Wendungen und Delphinen, und sie zeigt, dass selbst wenn alles gegen einen spricht, man am Ende einen Trumpherlangen kann.

Es ist zudem eine Gelegenheit, von der Knigge lange geträumt hat.

"Ich bin an der Algarve aufgewachsen, war aber 20 Jahre weg. Zum Teil möchte ich den Film unbedingt drehen, weil ich hierher zurückkommen möchte. Ein Spielfilm ist nur der Anfang. Es gibt dieser Tage eine wachsende Gemeinschaft an Filmemachern an der Algarve – und, seien wir ehrlich, sie ist ein Paradies für Filmemacher. «The Right Juice» ist ehrlich gesagt nur Teil eines größeren Plans zur Schaffung einer lokalen Filmindustrie."

Knigge hat so etwas wie einen Stammbaum. Seine Mutter – und Produzentin des Films – ist BJ Boulter, eine Veteranin zahlreicher Werbespots, die an der Algarve gedreht wurden, und verantwortlich für eine der über längsten Zeiträume ausgestrahlten Werbung in der Geschichte des niederländischen Fernsehens (zufällig für Orangensaft!).

Aufgewachsen an den Film-Sets der Algarve, wusste Knigge bald die chameleon-ähnliche Qualität von Portugals Landschaft zu schätzen.

"Einen von BJ's Werbespots für Umbro, hat sie in nur drei Tagen in "sieben verschiedenen Ländern" gedreht – alle nur eine Stunde Fahrt von Lissabon entfernt", erklärt er. "Der Alentejo kann wie Afrika aussehen; Lissabon wie Paris; Dörfer im Hinterland können wie Orte in Osteuropa wirken. Eine amerikanische Coca-Cola-Werbung von BJ porträtiert sechs Länder, darunter Indien und Schottland, alles im Umkreis von 25 Kilometern von wo wir uns gerade befinden (Portimão) gedreht! Es ist ein wunderbares Land für maximale Wirkung und minimale Kosten – worauf es bei diesem Film ankommt."

Als Knigge in der Filmindustrie begann, musste jeder mit Ambitionen nach Lissabon gehen oder Portugal ganz verlassen. Seine eigene Laufbahn führte ihn nach Holland, wo er seither arbeitet – er dreht Kurzfilme, Werbespots, Unternehmensfilme, Musikvideos und Dokumentationen.

"Aber dieser Tage ist es anders", sagt er. "Es gibt einige hervorragende junge Filmemacher an der Algarve, in Almancil und Faro – und sogar Firmen in Lissabon beauftragen ein Unternehmen aus der Algarve für ihre Filme. Das wäre vor Jahren undenkbar gewesen! Weil sich die Dinge so verändert haben, fühle ich, dass jetzt die Zeit ist, um es hier zu versuchen und zurückzukommen. Dies ist mein "Zuhause". Ich kann mir nichts Besseres vorstellen, als in der Lage zu sein, zurückzukehren und hier zu arbeiten."





"Sim, o nosso prazo não é nada bom", sorri. "Financeiramente, é uma era horrível para a humanidade. E aqui não há dinheiro. Não há incentivos fiscais para cineastas. É uma batalha - mas estamos confiantes que conseguiremos fazê-lo, se tivermos a ajuda da comunidade local". De passagem pelo Algarve por apenas dois dias para promover «O Sumo Certo», Knigge e o seu co-produtor Chris Parker, planeiam mais visitas no final de Janeiro e em Fevereiro, para tentarem encontrar patrocinadores e angariar fundos.

Uma iniciativa de «crowd-funding» (financiamento colectivo) já está em marcha - que vai permitir a qualquer pessoa interessada fazer um donativo - e o filme já conta com um número de voluntários que disponibilizam bens e/ou serviços.

"Ainda precisamos de todo o tipo de coisas: um camião cheio de laranjas, bebidas para o elenco e para a equipa, combustível para os veículos, autocaravanas para serem utilizadas nos cenários... as pessoas podem visitar o nosso website e consultar todos estes detalhes", acrescenta Knigge. "Não estamos realmente à espera de ter todo o dinheiro que precisamos para começar a filmar. O orçamento nem sequer está fechado ainda! É mais uma questão de adaptarmos os recursos disponíveis".

Mas o plano geral é começar as primeiras filmagens no início de Abril e ter o filme pronto para comercializar no final de 2012.

"O nosso sonho é o Festival de Sundance em 2013", explica o co-produtor Chris Parker. Recorda-se que este é o maior e mais prestigiado festival de cinema independente nos Estados Unidos da América, onde a ser reconhecido, «O Sumo Certo» ficaria pronto para a distribuição mundial, e com sorte, um prémio poderia ser o selo do sucesso. Mas o lucro/dinheiro não é realmente tudo o que interessa. O filme é sobre a promoção do Algarve, e de atrair um novo tipo de turismo. "A indústria cinematográfica pode traduzir-se em grandes oportunidades de negócio", explica Parker. "Basta ver o que o filme «Mamma Mia» fez pelas ilhas gregas. Ou o que «O sexo e a cidade» fez por Nova Iorque. Até fazem um ciclo temático! Bem, poderíamos fazer algo parecido aqui no Algarve com o nosso filme!" As possibilidades são, por assim dizer, infinitas. É apenas uma questão de trabalho duro, planeamento cuidadoso, talento e boa sorte. Knigge e a sua equipa têm agendas calculadas para executar o máximo trabalho reduzindo as despesas ao mínimo. Por exemplo, as filmagens vão realizar-se em apenas 30 dias (em Hollywood, podem durar para além de 100 dias). Há apenas sete cenários principais, apenas duas cenas nocturnas, e a maioria das acrobacias têm de ser feitas ao vivo (para poupar dinheiro em efeitos especiais computadorizados dependentes).

"Podemos fazê-lo. Temos a capacidade, podemos fazê-lo acontecer - mas vamos precisar do apoio da comunidade local", sublinham.

Para mais informações e para ver o teaser provisório, basta aceder ao website <http://www.therightjuice.net> e talvez descobrir como pode ajudar este projecto a nascer!

"Our timing sucks!" Knigge smiles. "It's a horrible financial era for humanity; there is no money here; there are no tax incentives for filmmakers. It's a battle - but we're confident we can do it, if we get help from the local community".

Here on a two-day promotional jaunt to publicise "The Right Juice", Knigge and his co-producer Chris Parker, plan further visits later this month: in Faro (18th January) and Portimão (19th), to try and raise funding/ sponsorship and backers.

The crowd-funding concept is already underway - with people donating as much as they can - and the film already has a number of sponsors who have pledged goods and/or services.

"We still need all sorts of things: a truck-full of oranges, drinks for the cast and crew, fuel for the vehicles, motorhomes for use on location... people should see our website for all the details," adds Knigge.

"We're not really expecting to have all the money we need by the time we start shooting... The budget isn't even finalised yet! It's more a question of adapting to resources available".

But the general plan is to start shooting in early April, and to have the film ready for selling by the end of 2012.

"Our dream is the Sundance Festival in 2013," co-producer Chris Parker tells us. Sundance is the largest independent cinema festival in the US, and recognition there would set "The Right Juice" up for worldwide distribution - while an award could set the seal on success.

But profit/ money isn't really what this film is about. It's about promoting the Algarve, and attracting a new kind of tourism.

"Film tourism can translate into big business", Parker explains. "You only have to look at what "Mamma Mia" did for the Greek islands, or "Sex and the City" for New York. They run "Sex and the City" days in New York now. Well, we could run a "Right Juice" day here in the Algarve!"

Possibilities, in other words, are endless. It's just a matter of hard work, careful planning, talent and good luck.

Knigge and his team have schedules worked out to maximise impact for minimum cost. For example, shooting will run over just 30 days (in Hollywood, films can run over 100 days), there are only seven main locations, just two night scenes - and almost all the stunts will be done live (to save the need for expensive computer effects).

"We can do it. We've got the expertise, we can make it happen - but we do need the support of the local community!" the team stress.

For more information and a look at the promotional "teaser", access www.therightjuice.net and see how you might be able to help make a movie that promotes the Algarve!

Aber wie jedem nur allzu bewusst ist, ist jetzt nicht gerade die beste Zeit - oder?, "Unser Timing ist echt mies!" lächelt Knigge. „Es ist eine schreckliche finanzielle Ära für die Menschheit. Es gibt hier kein Geld; es gibt keine steuerlichen Anreize für Filmemacher. Es ist ein Kampf - aber wir sind zuversichtlich, dass wir es schaffen können, wenn wir Hilfe von der lokalen Gemeinschaft erhalten.“

Auf einer zweitägigen Promotionstour für «The Right Juice» hier, planen Knigge und sein Co-Produzent Chris Parker noch weitere Besuche in diesem Monat, in Faro (18. Januar) und Portimão (19.), um zu versuchen eine Finanzierung, Sponsoren und Geldgeber zu finden. Das Finanzierung-Konzept hat bereits begonnen - mit Menschen, die so viel spenden, wie sie können -, und der Film hat schon eine Reihe von Sponsoren, die Waren oder Dienstleistungen zugesagt haben.

„Wir brauchen noch alle möglichen Dinge: einen Lkw voller Orangen, Getränke für die Besetzung und Crew, Kraftstoff für die Fahrzeuge, Wohnmobile für das Set... Details kann man auf unserer Website finden“, fügt Knigge hinzu. „Wir erwarten nicht wirklich, über all das Geld zu verfügen, das wir brauchen, wenn wir mit den Dreharbeiten beginnen. Das Budget ist noch nicht mal abgeschlossen! Es ist mehr eine Frage, sich den verfügbaren Ressourcen anzupassen.“

Aber der allgemeine Plan ist, Anfang April mit dem Dreh zu beginnen und den Film Ende 2012 für den Verkauf fertig zu haben.

„Unser Traum ist das Sundance Festival im Jahr 2013“, berichtet uns Co-Produzent Chris Parker. Das Sundance ist das größte Festival des unabhängigen Kinos in den USA und eine Anerkennung dort würde «The Right Juice» den weltweiten Vertrieb ermöglichen - während eine Auszeichnung den Erfolg besiegeln könnte.

Aber es geht bei diesem Film nicht wirklich um Geld oder Gewinn. Es geht um die Förderung der Algarve und um eine neue Art, den Tourismus anzuziehen. „Film-Tourismus kann ein großes Geschäft werden“, erklärt Parker. „Man muss sich nur anschauen, was «Mama Mia» für die griechischen Inseln oder «Sex and the City» für New York getan hat. In New York gibt es inzwischen «Sex and the City»-Tage. Wir können an der Algarve einen «Right Juice»-Tag einführen!“

In anderen Worten, die Möglichkeiten sind unbegrenzt. Es ist nur eine Frage harter Arbeit, sorgfältiger Planung, Talent und Glück.

Knigge und sein Team haben eine Planung maximaler Wirkung zu minimalen Kosten ausgearbeitet. Die Dreharbeiten laufen nur 30 Tage (in Hollywood können es über 100 Drehtage sein), es gibt nur sieben Hauptdrehtorte, nur zwei Nachtszenen - und fast alle Stunts werden live abgedreht (um teure Computer-Effekte zu sparen).

„Wir können es schaffen. Wir haben das Know-how, wir können es möglich machen - aber wir benötigen die Unterstützung der lokalen Gemeinschaft!“, betont das Team.

Für weitere Informationen und einen Blick auf den "Teaser" besuchen Sie die Webseite www.therightjuice.net, und sehen Sie, wie Sie vielleicht dabei helfen können, einen Film zu produzieren, der die Algarve fördert!

Reabertura com nova Gerência
Virgílio Soqueira
(Barca Velha)

RESTAURANTE DOIS IRMÃOS

De Segunda a Sábado
vários pratos do dia, por 7.50 €
inclui (prato, sopa, 1 bebida, café e sobremesa).

Vale de Louças EN. 125
Porches - 963 704 897

CERVEJARIA - RESTAURANTE

Barca Velha

Música para dançar
Matinée aos domingos
GRANDES ARTISTAS
Faça já a sua reserva
MENU - 7,50 €

+351 938 233 909
+351 282 102 832

ALEXANDRE VARELA, FITO D'AVILA
SPACES
SOUL JAZZ & FUNK

Café Inglês

Cristina Afonso & Luuk Meulemans

soul & jazz
SEXTA FRIDAY 6 JAN 20.30h

TUNIKO GOULART
ZÉ MANEL MARTINI

nanook & little b
Pedro power Gil Blues

JANEIRO 8 JANUARY

DOMINGO 14h30
SUNDAY 2:30 pm

ANGOLA & BRASIL