



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas

## **Fado da Calçada** **Produção de um videoclipe, Grafismo e Promoção**

Tatiana Lameira

### **Orientador**

Miguel Ferreira

Dissertação apresentada à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciatura em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Professor Miguel Ferreira, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Junho de 2019**



## Composição do júri

Presidente do júri

Doutor, Neel Naik.

Prof. Adjunto Convidado do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Vogais

Doutora, Isabel Marcos.

Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Doutor, Miguel Ferreira

Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Castelo Branco.



## **Dedicatória**

Dedico a todos aqueles que prestaram apoio, paciência e ombro amigo neste processo de vida académica e realização deste projeto.

À banda Fado da Calçada pela confiança que prestaram em mim e pela oportunidade de realização deste projeto. Que tenham o maior sucesso!



## Agradecimentos

Um agradecimento especial ao colega e amigo Daniel Guiomar, que foi uma ajuda essencial no videoclipe deste projeto, pela sua captação de imagem.

Um agradecimento especial também à banda Fado da Calçada por me ter dado a oportunidade de desenvolver este projeto com eles.



## Epígrafe

“O caos é uma ordem por decifrar”

José Saramago



## Resumo

Este projeto tem como objetivo pôr em prática todos os conhecimentos desenvolvidos e apreendidos ao longo destes três anos da Licenciatura em Design de Comunicação e Produção Audiovisual. Com interesse em desenvolver capacidades, solucionar problemas e adquirir novas aptidões quer na área de Design Gráfico, quer na área de Audiovisual.

O trabalho consiste na realização de um videoclipe para a cover *Blackbird* da banda Fado da Calçada que irá englobar também o grafismo como o logotipo e a sua promoção sobre a entidade dos mesmos em redes sociais.

## Palavras chave

*Música, álbum musical, audiovisual, grafismo, identidade visual.*



## **Abstract**

This project aims to put into practice all the knowledge developed and learned during these three years of the Degree in Communication Design and Audiovisual Production. With an interest in developing skills, solving problems and acquiring new abilities both on the Graphic and Audiovisual area.

This project consists on the realization of a videoclip for the cover Blackbird by the band Fado da Calçada. That will also include the graphics as the logo and its promotion on the visual identity of the band in social networks.

## **Keywords**

*Music, music album, audiovisual, graphics, visual identity.*



# Índice geral

ÍNDICE GERAL	XV
ÍNDICE DE FIGURAS	XIX
LISTA DE TABELAS	XXI
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. <i>Contextualização do Tema / problemática</i>	1
1.1.1. <i>Fado da Calçada</i>	2
	2
1.1.2. <i>Blackbird</i>	3
1.2. <i>Motivação</i>	3
1.3. <i>Questão de Estudo</i>	3
1.4. <i>Objetivos</i>	4
1.4.1. <i>Objetivos Gerais</i>	4
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	4
1.5. <i>Público-alvo</i>	4
1.6. <i>Calendarização do projeto - Parte 1</i>	4
1.6.1. <i>Cronograma</i>	4
1.7. <i>Estrutura do Relatório</i>	6
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>7</b>
2. PESQUISA GRÁFICA	7
2.1. <i>Importância na música</i>	7
2.2. <i>Tema</i>	8
2.3. <i>Objetivo do Álbum</i>	8
2.4. <i>Estudos de Caso</i>	8
2.4.1. <i>Estudo de Caso 01 - “Os Quatro e Meia”</i>	9
2.4.1.1. <i>Contextualização do Tema</i>	9
2.4.1.2. <i>Estudo</i>	9
2.4.2. <i>Estudo de Caso 02 - “Freddy Strings and The Groove Fellas”</i>	10
2.4.2.1. <i>Contextualização do Tema</i>	10
2.4.2.2. <i>Estudo</i>	10
	10
2.4.3. <i>Estudo de Caso 03 “VIA”</i>	11
2.4.3.1. <i>Contextualização do Tema</i>	11
2.4.3.2. <i>Estudo</i>	11
	11
2.5. <i>Análise de Resultados</i>	12
2.6. <i>Produção Gráfica</i>	12
2.7. <i>Grafismo</i>	13

2.8. <i>Planificação</i>	14
2.8.1. <i>Sessão Fotográfica</i>	14
2.8.1.1. <i>Material Técnico</i>	15
2.8.1.2. <i>Iluminação</i>	15
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>16</b>
3. <b>PÓS-PRODUÇÃO GRÁFICA</b>	16
3.1. <i>Edição de Imagem</i>	16
3.2. <i>Correção de Cor</i>	16
3.3. <i>Artes Finais</i>	17
3.3.1. <i>Logotipo</i>	17
3.3.2. <i>Fotografias de retrato</i>	18
3.3.3. <i>Fotografias de silhueta</i>	18
3.3.4. <i>Foto de grupo</i>	19
3.3.5. <i>CD, Fado da Calçada</i>	20
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>22</b>
4. <b>APLICAÇÃO E GESTÃO DOS FADO DA CALÇADA EM REDES SOCIAIS</b>	22
4.1. <i>Fundamentação teórica</i>	22
4.1.1. <i>Instagram</i>	22
4.1.1.1. <i>Instastories</i>	23
4.1.2. <i>Facebook</i>	23
4.2. <i>Estudos de caso</i>	23
4.2.1. <i>Estudos de caso 01 - “Os Azeitonas “</i>	24
4.2.1.1. <i>Contextualização do tema</i>	24
4.2.1.2. <i>Estudo</i>	24
	24
4.2.2. <i>Estudos de caso 02 - “Tiago Nacarato “</i>	25
4.2.2.1. <i>Contextualização do tema</i>	25
4.2.2.2. <i>Estudo</i>	25
	25
4.3. <i>Aplicação de Artes Finais em redes sociais</i>	26
4.3.1. <i>Instagram</i>	26
	27
	27
4.3.1.1. <i>Instastories</i>	27
4.3.2. <i>Facebook</i>	28
4.4. <i>Análise de Resultados</i>	29
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>31</b>
5. <b>PESQUISA AUDIOVISUAL</b>	31
5.1. <i>Videoclipe (História, Definição)</i>	31
5.1.1. <i>Covers</i>	32
5.1.1.1. <i>Licença na plataforma YOUTUBE</i>	33

5.2. A Imagem	33
5.2.1. Enquadramento: Planos	33
5.2.2. Movimentos de Câmara	37
5.2.3. Composição de Imagem	39
5.3. Iluminação	40
5.4. Lentes	42
5.5. Edição	43
5.5.1. Ritmos e efeitos emocionais	44
5.5.2. Regras de Edição	44
5.5.3. Técnicas de Edição	46
5.5.4. Som	47
5.5.5. Efeitos Especiais	47
<b>CAPÍTULO VI</b>	<b>49</b>
6. ESTUDOS DE CASO	49
6.1. Estudo de Caso 01 - “Capitão Fausto - Amor a Nossa Vida”	49
6.1.1. Contextualização	49
6.1.2. Estudo	49
6.2. Estudo de Caso 02 - “Mammal Hands - Mansions of Millions of Years”	51
6.2.1. Contextualização	51
6.2.2. Estudo	52
6.3. Estudo de Caso 03 - “Birdman or (The Unexpected Virtue of Ignorance)”	52
6.3.1. Contextualização	52
6.3.2. Estudo	53
	53
6.4. Análise de Resultados	54
<b>CAPÍTULO VII</b>	<b>55</b>
7. PRÉ-PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	55
7.1. Calendarização do Projeto - Parte 2	55
7.1.1. Reuniões	55
7.1.2. Pesquisa	55
7.1.3. Reperage/Levantamento Fotográfico	56
7.1.4. Calendarização das Filmagens	56
7.2. Guião	57
7.2.1. Sinopse	57
7.3. Movimentos de câmara	57
7.3.1. Blackbird	57
7.4. Orçamento	60
7.5. Produção Audiovisual	63
7.5.1. Filmagens	63
7.5.2. Iluminação	63

7.5.3. <i>Música</i>	64
7.5.4. <i>Material Técnico</i>	65
<b>CAPÍTULO VIII</b>	<b>66</b>
8. PÓS-PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	66
8.1. <i>Organização</i>	66
8.2. <i>Edição de imagem</i>	66
8.3. <i>Correção de Cor</i>	67
<b>CAPÍTULO IX</b>	<b>68</b>
9. ANÁLISE E REFLEXÃO. CRÍTICA	68
9.1. <i>Reflexão Crítica e Conclusão</i>	68
9.2. <i>Planos Futuros</i>	68
<b>CAPÍTULO X</b>	<b>70</b>
10. REFERÊNCIAS	70
10.1. <i>Bibliografia</i>	70
10.2. <i>Webgrafia</i>	70
10.3. <i>Glossário</i>	71
10.4. <i>Anexos</i>	73

## Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Fado da Calçada	2
<b>Figura 2:</b> Banda Os Quatro e Meia.	9
<b>Figura 3:</b> Banda Freddy Strings and The Groove Fellas.	10
<b>Figura 4:</b> Cantora Via.	11
<b>Figura 5:</b> Logotipos de inspiração retirados da aplicação Pinterest.	13
<b>Figura 6:</b> Exemplo da correção de cor das fotografias tiradas, entre a original à esquerda e a editada à direita.	17
<b>Figura 7:</b> Logotipo Final da Banda Fado da Calçada.	17
<b>Figura 8:</b> Fotografias de retrato a cada elemento da banda.	18
<b>Figura 9:</b> Fotografias da silhueta de cada elemento da banda.	19
<b>Figura 10:</b> Foto de grupo da banda.	20
<b>Figura 11:</b> CD.	21
<b>Figura 12:</b> Facebook e Instagram da banda Azeitonas.	24
<b>Figura 13:</b> Facebook e Instagram do cantor Tiago Nacarato.	25
<b>Figura 14:</b> Layout do Instagram dos Fado da Calçada.	27
<b>Figura 15:</b> Fases de publicações em Instastories.	28
<b>Figura 16:</b> Layout do Facebook.	29
<b>Figura 17:</b> Plano aberto, exemplo.	34
<b>Figura 18:</b> <i>Plano médio, exemplo.</i>	34
<b>Figura 19:</b> Plano fechado ou close up, exemplo.	34
<b>Figura 20:</b> Plano geral, exemplo.	35
<b>Figura 21:</b> Plano americano, exemplo.	35
<b>Figura 22:</b> Primeiro plano, exemplo.	35
<b>Figura 23:</b> Primeiríssimo plano, exemplo.	36
<b>Figura 24:</b> Plano detalhado, exemplo.	36
<b>Figura 25:</b> Plano normal, exemplo.	36
<b>Figura 26:</b> Plano picado, exemplo.	37
<b>Figura 27:</b> Plano contrapicado, exemplo.	37
<b>Figura 28:</b> Regra dos terços, exemplo.	39
<b>Figura 29:</b> Regra da espiral de ouro, exemplo.	40
<b>Figura 30:</b> Vários tipos de iluminação.	41
<b>Figura 31:</b> Diferentes perspetivas da diferença focal sobre as lentes que abordo acima.	43
<b>Figura 32:</b> Diferentes tipos de lentes abordadas acima.	43
<b>Figura 33:</b> Capitão Fausto - “Amor a Nossa vida”, Movimento de câmara sobre o guitarrista aparecer de novo quase no mesmo plano, exemplo.	50
<b>Figura 34:</b> Mammal Hands - “Mansions of Millions of Years”, exemplo de planos em relação aos instrumentos sobre a forma de contraste, sombra.	52
<b>Figura 35:</b> Birdman, o filme como exemplo nos casos de estudo.	53

<b>Figura 36:</b> Iluminação de estúdio, quadro.	64
<b>Figura 37:</b> Fotografias da gravação da música Blackbird.	65
<b>Figura 38:</b> Exemplo de Edição de Imagem realizada para a música Blackbird.	67
<b>Figura 39:</b> Exemplo de Correção de Cor utilizada para a música Blackbird.	67

## Lista de tabelas

<b>Tabela 1:</b> Organização das fases do trabalho, cronograma.	5
<b>Tabela 2:</b> Estudo de posicionamento do videoclipe dos Capitão Fausto.	51
<b>Tabela 3:</b> Calendarização das filmagens.	56
<b>Tabela 4:</b> tabela de movimentos de câmara. Tabela inicial.	58
<b>Tabela 5:</b> tabela de movimentos de câmara, tabela final.	59
<b>Tabela 6:</b> Cálculo pessoal.	60
<b>Tabela 7:</b> Cálculo do horário do departamento gráfico.	61
<b>Tabela 8:</b> Cálculo do horário do departamento de vídeo, videoclipe, gravações.	61
<b>Tabela 9:</b> Cálculo de material.	62
<b>Tabela 10:</b> Cálculo final total.	62



# Capítulo I

## 1. Introdução

### 1.1. Contextualização do Tema / problemática

No âmbito da disciplina de Projeto Final, como requisito necessário à obtenção do grau de licenciatura, em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, foi proposto a elaboração de um trabalho na área de Design Gráfico ou Multimédia e Audiovisual. Um projeto que abrange as duas áreas no ensino.

Embora tenham surgido várias ideias para o projeto final de curso, optei por selecionar aquela que faria mais sentido trabalhar e com a qual me relacionava mais em termos profissionais a nível futuro. Existe um real interesse na área de vídeo e edição, mas também algum apreço na área de design gráfico. No entanto, optei sempre por querer juntar as duas áreas e com elas desenvolver um projeto que fosse de encontro às mesmas.

Surge, a pedido de um grupo que pensaram em formar uma banda, alunos da ESART, que fosse realizado um videoclipe e inclusive criada uma identidade fotográfica para o lançamento dos mesmos no mercado. Fado da Calçada, é o nome da banda com a qual tive o privilégio de conhecer e trabalhar para o meu projeto final. Banda que numa fase inicial elabora covers, e futuramente irão trabalhar em singles com assinatura própria. São elementos que frequentam o curso de Música com variante de Instrumento, criando assim um modo de ligação entre dois cursos da mesma escola, tomada a decisão de embarcar neste projeto.

O projeto consistia na produção e realização de um videoclipe que me foi solicitado pela banda, para conseguir dar notoriedade não só à banda em si como aos arranjos especiais, feitos pelos próprios, para que alcançassem uma maior notoriedade ao nível de mercado e poder haver um reconhecimento além-fronteiras.

Após alguma reflexão e conversa com o grupo, optei por incluir elementos gráficos que irão ser precisos para que a banda emerja de uma forma mais completa, fazendo assim todo o sentido criar toda a parte gráfica da mesma, visto que iria ser gravado um álbum EP de *covers*, com as músicas por eles trabalhadas.

Desde modo, faz sentido incluir a parte gráfica e audiovisual, visto que os Fado da Calçada necessitam de se lançar no mercado e precisam de criar um estatuto gráfico seguido de uma promoção audiovisual. Tendo em importância que o meu curso de Design de Comunicação e Produção Audiovisual, consegue abranger estas duas áreas, a gráfica e audiovisual, impulsiona assim uma ajuda em simultâneo. A eles na promoção da banda e a mim no projeto final.

Concluindo, o produto final terá uma vertente audiovisual e gráfica. Pretendendo criar coerência, harmonia e equilíbrio entre ambas, através de um aspeto visual igualmente apelativo, seguindo as mesmas formas, cores e ideias.

### 1.1.1. Fado da Calçada

Os Fado da Calçada deram os seus primeiros passos em 2018, a partir de um projeto em trio protagonizado pelo Mauro, Miguel e Tiago. Só depois vieram mais dois elementos, o Gabriel e o Fangueiro: “Passámos por diferentes formações, experimentando novas sonoridades até chegarmos ao quinteto que temos hoje, formado pelo Gabriel, Fangueiro, Mauro, Miguel, Tiago e também a forma como tocamos e como fazemos os nossos arranjos.”

O nome, “foi algo muito pensado. Para nós, *Fado da Calçada* é um espelho da nossa cultura. A “Calçada” é usada como uma homenagem à cultura portuguesa, devido à típica calçada portuguesa que é comum de norte a sul do país. Já o “Fado” tem como significado “destino”, abordando assim a nossa vontade de fazer parte do trajeto da nossa maior influência que é a cultura portuguesa. Como músicos individuais, todos temos influências diferentes, mas algo que é comum a todos é a tradição portuguesa.”, diz Mauro Resende.

A narrativa e linguagem visual da banda seguem com instrumentos da sua formação erudita, com uma linguagem clássica, vintage, serena e com simplicidade, mas também eclética estilisticamente, com características da música tradicional portuguesa, jazz, bossa nova e pop. É deste modo que a banda quer ser representada e também transmitir emoções e sentimentos com a sua música, diferenciando-se pelos seus arranjos e tons melódicos.

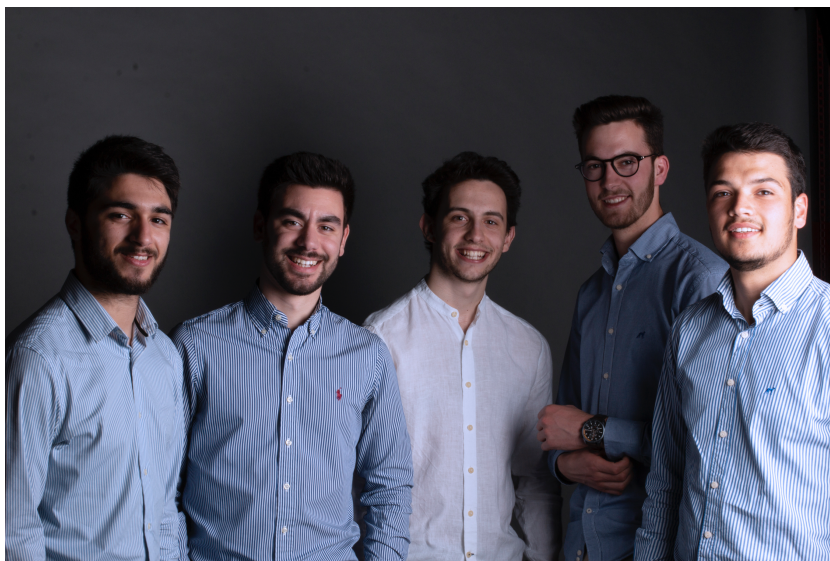


Figura 1: Fado da Calçada

### **1.1.2. *Blackbird***

*Blackbird* é um ícone conhecido em todo o mundo e um dos maiores êxitos lançados pelos Beatles. O intuito dos Fado da Calçada é “com esta música, mostrar as nossas influências - quem ouvir o nosso arranjo percebe a variedade de estilos musicais, sendo esse o objetivo de trabalho em cada música que tocamos.”

São as influências e o pensamento musical que serão espelhados e introduzidos no álbum, “portanto, a ideia de termos usado a *Blackbird* foi a de conseguirmos mostrar a nossa forma de pensar a música, usando como base algo que já é conhecido pelas pessoas.”

Todas as músicas escolhidas por eles, são obras de artistas que os mesmos admiram assim como o seu trabalho.

## **1.2. Motivação**

Este projeto foi realizado com a ambição de expandir a área de conhecimento e mostrar as minhas capacidades a nível audiovisual e gráfico, visto serem duas áreas que o curso oferece e com as quais me identifico. O grande objetivo é adquirir aprendizagens para além das valências obtidas no curso e conseguir trabalhar em simultâneo duas áreas: o videoclipe e o grafismo, que, por serem complexos, vão ser um desafio e exigir, da minha parte, dedicação e afinco.

## **1.3. Questão de Estudo**

- Público-alvo a partir dos 10 anos;
- Dar a conhecer música instrumental trabalhada;
- Demonstrar a ligação existente entre a produção audiovisual, grafismo e música;
- Criar empreendedorismo entre duas áreas (música e design de comunicação), mostrando as capacidades técnicas da mesma escola;
- Promover uma banda portuguesa;
- Transmitir uma narrativa visual entre o som e a imagem;
- Criar um impacto com o público, quer visual, quer sonoro.

## 1.4. Objetivos

### 1.4.1. Objetivos Gerais

- Criar uma identidade visual da banda (redes sociais, cd, logo);
- Produzir um videoclipe para uma música;
- Criar conteúdo fotográfico;
- Criar conteúdo para internet seguido de uma promoção da banda (Instagram, Facebook);

### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Dar a conhecer os Fado da Calçada enquanto banda/artista;
- Promover o álbum *Fado da Calçada*, para uma maior abrangência de público;
- Criar uma ligação direta entre a banda e o público-alvo através da linha de conceptualização de identidade apresentada nas diversas peças;

## 1.5. Público-alvo

De acordo com a banda e o seu estilo de música, o público-alvo a que este projeto se dirige, serve a partir dos 10 anos de idade, pois demonstra ser um estilo bastante fácil de agradar e com variantes musicais muito vastas.

Deste modo, prevê-se a criação de uma identidade que abrange o design gráfico e o videoclipe com um conceito moderno, mas ao mesmo tempo clássico, uma vez que pretende atingir todas as faixas etárias, desde jovens até grupos de mais idade.

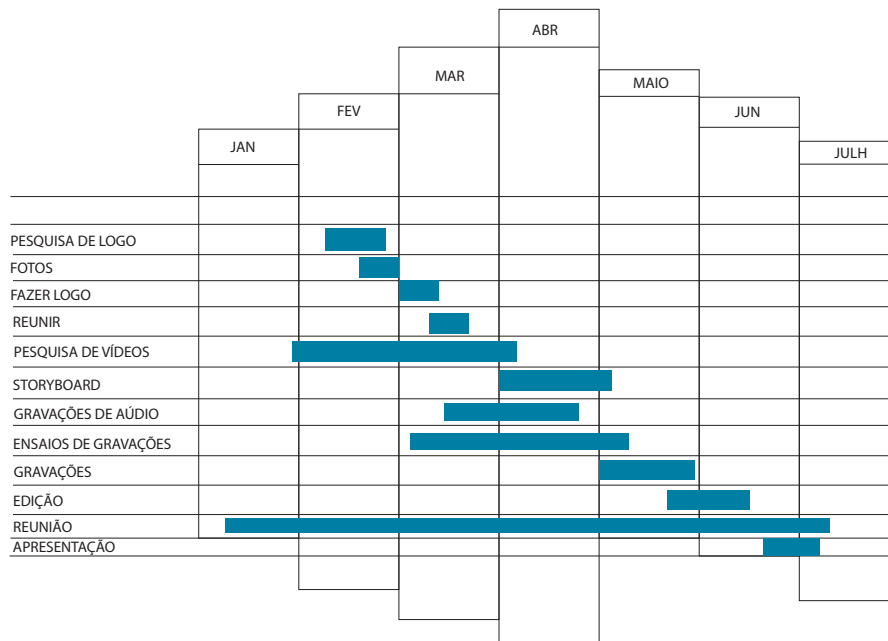
## 1.6. Calendarização do projeto - Parte 1

### 1.6.1. Cronograma

Um cronograma ajuda-nos a compreender entre determinado espaço de tempo no seu planeamento, exigindo a realização de tudo o que foi idealizado. É muito importante a criação de um cronograma pois permite ter uma perceção do que conseguimos realizar em tempo real.

Para a realização deste projeto foi criado um cronograma para que houvesse uma melhor gestão de tempo e organização pessoal, bem como profissional sobre todos os parâmetros que foram prometidos realizar, na área de design gráfico e audiovisual.

**Tabela 1:** Organização das fases do trabalho, cronograma.



## 1.7. Estrutura do Relatório

O presente relatório está dividido por dez capítulos.

O primeiro capítulo é composto pela introdução ao projeto, onde podemos encontrar a contextualização do tema proposto, conseguir perceber quem são a banda, a questão de estudo, os objetivos em concreto, calendarização do projeto entre outros aspetos.

O segundo capítulo remete para a pesquisa gráfica onde aborda temas relativamente ao conceito gráfico e a sua importância na música criando uma identidade, o objetivo do álbum, estudos de caso de bandas relativamente ao gráfico e em conclusão a produção gráfica com aspetos sobre a sessão fotográfica, material técnico e grafismos.

O terceiro capítulo é constituído pelas artes finais da parte gráfica, ou seja, pela pós-produção gráfica, em termos de edição de imagem, correção de cor e as suas artes finais.

No quarto capítulo podemos encontrar a fundamentação teórica do que são as redes sociais e casos de estudos de bandas inseridas no *Instagram* e *facebook*, assim como podemos visualizar alguns resultados aplicados nestas redes sociais.

O quinto capítulo apresenta a pesquisa audiovisual que contém a parte da contextualização sobre importância de um videoclipe, movimentos de câmara, planificação, técnicas de edição, entre outros.

O sexto capítulo contém os estudos, a contextualização dos estudos de caso e as suas análises e resultados da vertente audiovisual.

O sétimo capítulo apresenta a pré-produção da vertente audiovisual do projeto, ao nível da calendarização de filmagens, guião, storyboard e orçamento. Apresenta também a parte da produção audiovisual, aplicando todas as técnicas aprendidas no quinto capítulo, como as filmagens, e a iluminação.

O oitavo capítulo representa a arte final da vertente audiovisual, seja edição de imagem e correção de cor.

O nono capítulo trata a análise e reflexão crítica e os planos futuros deste projeto. Aqui é feito um balanço do que foi realizado ao longo deste projeto, tanto em pontos positivos, como negativos.

O décimo e último capítulo é composto pela bibliografia, glossário e anexos utilizados para a realização do projeto.

## Capítulo II

### 2. Pesquisa Gráfica

A vertente gráfica é uma área que avalia a competência de artes-finais sob forma manual ou eletrônica. Podem ser um simples cartão de visita até livros, brochuras, folhetos, embalagens, rótulos, cartazes, entre tantos outros que combinam vários tipos de materiais e de técnicas. O seu objetivo é a execução nos processos de pré-impressão, impressão e pós-impressão. Bem como marcas gráficas aliadas à vertente de design de comunicação, muito importante a abordar neste caso.

#### 2.1. Importância na música

Numa vertente promocional, a importância do design gráfico ligado ao mundo audiovisual tem tanto peso, como uma banda que necessita de um videoclipe para chegar ao público-alvo. É necessário que um nome esteja relacionado com a banda, e que a mesma seja reconhecida através de um logo, ou de uma marca que a define, pois é essencial conquistar quem ainda não a conhece.

A importância da identidade visual passa através da conceptualização e marca da banda, sendo extramente importante como ferramenta de divulgação e por uma questão mais estética. Esta deve ser clara e objetiva, tentando assim conseguir passar a mensagem ao público da forma que mais a caracteriza, sempre de acordo com a sua essência e mensagem.

É necessário ter em conta o processo de marca gráfica que podemos transmitir, de acordo com o que idealizamos. Conseguindo mostrar que o tipo de marca gráfica se adequa ao estilo da banda/artista, e assim conseguimos ter a perceção se uma identidade visual consegue determinar o sucesso da mesma.

A identidade é o que define visualmente a banda, principalmente através de três elementos: o logotipo, as cores, e as fontes.

Outro elemento a ter em conta na identidade visual, é a fotografia. É necessário que haja um elemento fotográfico para que este dê vida à marca gráfica do artista/banda, tendo em conta o contexto em que a mesma se encontra. Para que isso aconteça, é apropriado ter em atenção as cores e locais, para que haja uma linha contínua e de acordo com a interpretação dos que a procuram.

Todos estes fatores de marca gráfica como identidade visual, aliados à produção audiovisual, tornam o objetivo da mensagem mais completa e concisa, de forma a que o público em geral se sinta atraído, resultando de um modo de divulgação bem-sucedido.

## 2.2. Tema

Neste primeiro álbum dos Fado da Calçada, a banda pretendeu seguir um tema clássico, mas também que fosse algo descontraído. Estes são elementos que regem a banda e aquilo que querem passar para o público.

Os Fado da Calçada pretendem apresentar o seu primeiro álbum musical de *covers* com o título da mesma “Fado da Calçada” pois é o nome que os representa e com intuito de levar à avante ao público, sendo uma banda iniciante no mercado com aspiração de reconhecimento pelo seu trabalho.

## 2.3. Objetivo do Álbum

O objetivo do álbum tem como prioridade transmitir sensações, seguidas de uma linguagem clássica, serena e simples.

É pretendido que o público-alvo reconheça não só a música, como também o trabalho dos Fado da Calçada, que optando por instrumentos clássicos, e na sua composição sonora conseguem recriar os temas e alcançar um intuito musical expressivo através do ritmo da música.

O grafismo de um álbum representa a banda segundo o tema proposto, e consequentemente reconhecido segundo o público. Serão assim associadas imagens, cores ou fontes que sejam alusivos à banda para que seja formada uma marca gráfica em relação à mesma, pois será isso a sua representação.

## 2.4. Estudos de Caso

Nestes estudos de caso, vou salientar a pesquisa feita sobre a entidade de algumas bandas selecionadas que se enquadram na temática pretendida como inspiração para os Fado da Calçada pois são logotipos que propõem uma linguagem idêntica à qual vou criar.

A primeira fase deste projeto consiste numa pesquisa aos artistas, alguns nomes referidos pelos membros da banda que contém com um género musical que se enquadra, seja bandas de jazz, pop ou rock. Seguem-se os exemplos:

## 2.4.1. Estudo de Caso 01 - “Os Quatro e Meia”

### 2.4.1.1. Contextualização do Tema

Os Quatro e Meia são uma banda formada em Coimbra no ano de 2013, ao qual por desafio de amigos comuns, juntaram-se cinco rapazes com especial gosto pela música. São eles o Tiago, o Ricardo, o João, o Mário, o Pedro e o Rui.

O nome “Os Quatro e Meia” foi motivado por uma óbvia diferença de estaturas entre os cinco elementos que compunham a sua formação original e assim se manteve após a adição de mais um músico, uma vez que o baixinho (“Meia”), já não se encontrava em idade de crescer.

Tocam instrumentos similares ao estilo que os Fado da Calçada dominam, como guitarra, contrabaixo, violino, acordeão, bandolim e percussão. Desde o estilo “Pop-Rock” até ao “Fado”, numa tentativa de conferir novas sonoridades.

Os Quatro e Meia são agora uma banda nacionalmente conhecida, com alguns álbuns lançados e com um vasto historial de concertos.

### 2.4.1.2. Estudo



Figura 2: Banda Os Quatro e Meia.

A identidade dos Quatro e Meia é alvo de caso de estudo para dar inspiração ao logotipo da banda com a qual estou a trabalhar.

Neste logotipo conseguimos perceber a linguagem simples, com uma envolvente tipográfica envolta de um traço redondo. Regem cores a fundo negro e letras a branco.

É uma linguagem simples, com caracteres robustos, que também evidenciam para uma letra escrita. O traçado redondo não ofusca as letras com o nome da banda, que na

minha opinião que consegue dar ainda mais ênfase ao nome, fazendo-se notar em primeiro lugar.

## 2.4.2. Estudo de Caso 02 - “Freddy Strings and The Groove Fellas”

### 2.4.2.1. Contextualização do Tema

Nuno Federico Moreira é Freddy Strings. Desde 2012 juntou a voz à guitarra num projeto dedicado aos seus artistas de eleição, em formato de *covers*. Passados alguns anos, dá início à escrita e composição de canções originais.

Poupo a pouco, fizeram-se chegar os elementos que cresceram mais tarde formando assim o grupo Freddy Strings and The Groove Fellas.

Não se fixam em estilos específicos, e este caso de estudo não se orienta pelo formato musical, mas sim pela maneira com que inicialmente se originaram e como apresentam a sua identidade visual.

### 2.4.2.2. Estudo



Figura 3: Banda Freddy Strings and The Groove Fellas.

O logotipo dos Freddy Strings and The Groove Fellas, aparenta uma linguagem visual semelhante às que procuro. Com um tipo de letra *writing*, dentro dos brancos sob um fundo à escolha, que neste caso mais robusto, realçando completamente o nome da banda. Um logo que ainda esteja dentro da linguagem procurada, assemelha-se mais a uma identidade rígida, não fluída, contrariamente ao pretendido.

### 2.4.3. Estudo de Caso 03 “VIA”

#### 2.4.3.1. Contextualização do Tema

Nasceu no Porto e chama-se Elvira Brito e Faro, mas todos a tratam por VIA. Autodidata na guitarra e no *ukelele*, conta já com uma formação musical muito rica e diversa, tendo passado pela Escola Maiorff, pela Valentim de Carvalho e posteriormente pela Faculdade Nova de Lisboa, onde se licenciou em Ciências Musicais. Estudou piano jazz no Hot Club, e atualmente na ESMAE.

Desde cedo começou a escrever e compor os seus temas, mas, assumidamente reservada, só mais tarde decidiu mostrá-los. Os primeiros concertos, para amigos e em bares, eram à base de versões de outros artistas.

Depois de 4 anos a estudar em Lisboa, regressa ao Porto em 2014 e no ano seguinte inicia o seu projeto musical, VIA, numa formação com mais 3 elementos. Ao concorrer ao EDP Live Bands, entre mais de 300 bandas, conseguem chegar à final.

Estava dado o pontapé de saída para o percurso de um projeto que promete dar que falar na música portuguesa. VIA integra a Primeira Linha em 2016 e está já a trabalhar em novos temas.

O percurso da cantora VIA reflete aquilo que a banda Fado da Calçada pretende seguir. Inicialmente a cantora enveredou também por um caminho de músicas de outros artistas, como os Fado e só mais tarde começou a compor as suas músicas, registo que a banda pretende seguir. Quer a nível musical como em imagem, a cantora VIA enquadra-se perfeitamente no pretendido. É por isso que é estudo de caso.

#### 2.4.3.2. Estudo



Figura 4: Cantora Via.

A marca gráfica da cantora VIA tem como ligação ao pretendido. Uma tipografia com estilo *writing*.

Em distinção das outras identidades, faz-se notar pela apresentação de uma fotografia da autora sobre fundo a negro e na vertente frontal acompanha o logotipo, com um registo mais fluído, seguido de um ponto final, que nos remete para uma assinatura da própria.

## 2.5. Análise de Resultados

Partindo de uma análise sobre a parte gráfica referente aos músicos seleccionados que se enquadram no estilo musical pretendido obtenho uma linguagem cuidada, onde o nome sobressai e o seu registo *writing* torna-o mais pessoal conseguido ser mais íntimo com o público. Encontram-se favorecidas cores claras como branco, em contraste com cores escuras. Sem necessidade de fotografia, com alternativas de fundos sobre papel padrão, por exemplo.

É com este registo que pretendo que a banda Fado da Calçada siga os tons de cor, os contrastes e a escrita em branco. Tornando-o assim de fácil leitura, com apontamentos a acompanhar o logo/nome e tornando-o mais aconchegador.

## 2.6. Produção Gráfica

O propósito de criar uma identidade visual relativamente à banda Fado da Calçada, é definitivamente um ponto essencial para que a mesma contenha uma linha de identidade com que o público se possa identificar, fazendo assim sentido publicitar a mesma com um determinado logotipo ou marca de identidade.

A criação de um logotipo vem melhorar a estética e comunicação, não só incluído no CD/Capa, como também nas redes sociais essenciais, como o *facebook* e *instagram*, para a sua eventual promoção. Daí ser tão importante o seu impacto e realização, uma vez que a banda é iniciante e não tem qualquer logotipo associado.

Após uma discussão com a banda, e introduzindo um pouco o gosto musical e visual de cada um, decidimos partir como elemento visual a tipografia, como referência às pesquisas sobre outras bandas com o mesmo registo, sendo esse o logotipo da banda. Pensámos que a linha de identidade visual tinha como prioridade a simplicidade e serenidade, com um registo de um gesto fluído e neutral em termos de cor. Estes são elementos que se enquadram ao registo que a banda pretende.

## 2.7. Grafismo

Como dito anteriormente, a ideia inicial de grafismo relativamente ao logo tem como base a tipografia, sem qualquer tipo de imagem associada. É necessário que transmita um registo fluído, como se tratasse de uma caligrafia assinada pela banda, e que assinale coerência em relação à mesma com o que pretendem transmitir.

Dentro de pesquisas efetuadas entre vários logotipos, nomeadamente a bandas semelhantes como anteriormente demonstradas (a cantora VIA, Os Quatro e Meia e os Freddy Strings and The Good Fellas), bem como a logotipos de acordo com a temática que a banda pretendia, uma tipografia writing ou lettering.

Seguem-se alguns exemplos de inspiração:



Figura 5: Logotipos de inspiração retirados da aplicação Pinterest.

Estes exemplos de logotipos foram retirados do site *Pinterest*, uma referência para muitos designers e com ótimos modelos que servem de inspiração. Encontram-se nas qualidades futuras de um logotipo dos Fado da Calçada.

Tendo em conta o seu registo “escrito”, de leitura fácil, com alguns adereços nomeadamente em traçado, marcam um registo de tipografia fluído, cores neutras e dinâmica de posicionamento. Estas são características que prevalecem os valores da banda e com as quais queremos prosseguir.

## 2.8. Planificação

A associar à marca gráfica da banda, segue-se uma identidade fotográfica que irá rodar entre as redes sociais para que as pessoas associem a banda a retrato. Para que isto aconteça foi realizada uma sessão fotográfica que incidia em fotografar retratos individuais, em grupo e um jogo de sombras entre o instrumento e o corpo como silhueta.

### 2.8.1. Sessão Fotográfica

A sessão fotográfica é um complemento essencial para a comunicação da banda com o público. É com base nas fotografias que existe também uma identidade sobre os Fado da Calçada e um enquadramento ao nível da capa do cd bem como na divulgação para as redes sociais.

Inicialmente, houve uma sessão fotográfica planeada a 30 de janeiro de 2019, onde foi falado o que os elementos da banda iriam trazer vestido de acordo com a linguagem que queriam fazer passar. O combinado foi trazerem fato e gravata para demonstrar uma linguagem mais clássica.

As fotos foram inclusivamente tiradas, porém, chegámos à conclusão que a mensagem que estariam a passar era de uma linguagem inteiramente clássica e não pretendiam que fosse tão exigente quanto isso, visto que outros estilos também se enquadram no formato musical.

Ainda que a banda tenha chegado à conclusão de que a roupa se encontrava inadequada àquilo que queriam transmitir. Acabei também por perceber que as lentes que foram utilizadas, não eram adequadas ao pretendido, sendo a renovação da sessão fotográfica apropriada e essencial.

Foi então que voltámos a planear novamente uma sessão fotográfica, que ocorreu no dia 27 de fevereiro de 2019.

Para esta sessão, os membros da banda optaram por trazer camisas que são usadas no dia a dia, que ainda assim contêm uma linguagem visual mais clássica misturada com uma parte mais natural das circunstâncias. As cores diferenciavam ou não, de acordo com o que cada elemento da banda quisesse levar.

Baseei-me em solicitar que todos tirassem fotos individualmente e depois em conjunto.

As fotos individuais consistiam em realçar os elementos da banda para a promoção relativamente às redes sociais. Enquanto que as de conjunto, o propósito seria realçar o grupo por si só, com visão para a capa do álbum. Mantendo sempre o objetivo na promoção das redes sociais em cada foto tirada.

Uma sessão que conseguisse captar expressões o mais naturais possíveis e que cada retrato fosse o mais pessoal possível.

Com uma ideia que posteriormente surgiu, pedi que cada elemento trouxesse os respetivos instrumentos, para que estes também fossem fotografados visto ser característico dos Fado da Calçada. Esta parte da sessão baseou-se em captar exclusivamente o instrumento, conseguindo observar apenas o corpo como a silhueta.

A sessão ocorreu no estúdio da Escola Superior de Artes Aplicadas.

#### **2.8.1.1. Material Técnico**

O material utilizado na última sessão foram:

- Canon 70D
- Lente Canon EF 50 mm f/1.4 USM
- Uma softbox
- Uma cabeça de flash com soft box
- Trigger
- Tela Cinzenta

#### **2.8.1.2. Iluminação**

Para a iluminação na primeira sessão fotográfica, pensei introduzir, 2 cabeças de flash com uma softbox de cada lado e uma colmeia em cima, de modo a que a imagem ficasse com uma boa iluminação.

Após esta experiência, percebi que duas cabeças de flash e a colmeia não funcionavam pois não era o tipo de luz pretendida.

A seguir a uma utilização inadequada na primeira sessão, decidi optar na segunda e última sessão, uma iluminação feita a partir de duas softbox, para ter uma iluminação mais controlada e apenas um flash, para que houvesse uma saliência de sombreado sobre os rostos na parte oposta.

Assim, consegui ter uma imagem dinâmica onde o retrato fosse realmente salientado.

## Capítulo III

### 3. Pós-Produção Gráfica

#### 3.1. Edição de Imagem

No processo de edição de imagem, optei por fazer uma seleção de fotos, em conjunto com a banda, que continham uma melhor captação e que melhor adequavam ao tema proposto para a capa/CD e redes sociais. Elegendo quer fossem as imagens de grupo, individuais ou apenas com o instrumento de cada elemento, tentando sempre enquadrá-las com a identidade numa sequência de cor. Depois desta fase, comecei então por fazer uma recolha final de imagens que iriam ser utilizadas e editadas.

Pretendia-se uma imagem clara, mas ao mesmo tempo com contraste para que os rostos de cada um causassem impacto relativamente às fotos de retrato. Em relação às fotografias da silhueta, manter o instrumento mais inclinado para a luz, deixando a silhueta dos corpos não muito iluminada.

#### 3.2. Correção de Cor

Na edição final, a cor tratada foi de preferência em tons azulados pois nas originais surge um tom laranja que não é de muito agrado.

Assim sendo visto que na sessão fotográfica optei por fotografar em *raw* (que significa que a edição das mesmas permite uma vasta edição de cor), a edição foi feita no programa da Adobe no Photoshop, incluindo um filtro suave em tom azulado, como referido anteriormente. Editadas as fotos com um brilho a -14 e contraste a -13.



**Figura 6:** Exemplo da correção de cor das fotografias tiradas, entre a original à esquerda e a editada à direita.

### 3.3. Artes Finais

#### 3.3.1. Logotipo

Nomeadamente às artes finais do logotipo, a banda pretendeu um logo simples, com um registo fluído de acordo com o seu registo musical. Ao qual optei pelo tipo de letra encontrado: “*arkipelago*” no site [www.ardward.com](http://www.ardward.com) que contém fontes grátis.

A sua cor tonal predomina a branco, com tamanho de letra minúsculo e iniciais a maiúsculo com 52 pontos acompanhado de um traçado que reforça a fluidez de que se fala e acompanha o nome da banda em registo de assinatura.

Sem esquecer a linhagem da linguagem de identidade visual, que vai de encontro aos restantes elementos com a cor que se salienta por detrás, a cinza, que reúne as condições referentes às das fotografias.



**Figura 7:** Logotipo Final da Banda Fado da Calçada.

### 3.3.2. Fotografias de retrato

Em relação às fotografias de retrato, o principal objetivo era obter uma tonalidade de imagem azulada, com algum contraste num lado da face. Resultado em cores sóbrias sob o pano cinza. Camisas à escolha da banda, que acabaram por resultar em termos tonais.

São estas fotografias que irão ser publicadas em redes sociais (*instagram e facebook*) como forma promocional.



Figura 8: Fotografias de retrato a cada elemento da banda.

### 3.3.3. Fotografias de silhueta

As fotografias de silhueta são o resultado de uma ideia que me surgiu em salientar cada instrumento que os elementos da banda tocam. Fotografias que inclinam sob a forma de silhueta em relação ao corpo e ao instrumento, sendo mais visível o instrumento em si do que o corpo. Foi uma ideia para ser incluída nas redes sociais (*instagram e facebook*) também sob o efeito promocional e de apresentação indicando os respetivos instrumentos musicais.



**Figura 9:** Fotografias da silhueta de cada elemento da banda.

### 3.3.4. Foto de grupo

A foto de grupo representa a união, simplicidade e naturalidade deste grupo em conjunto. Significa também a amizade que transparecem e a garra com que manifestam em agarrar este projeto e alcançá-lo além-fronteiras. Tornei esta fotografia como foto principal da capa do cd dos Fado da Calçada por todo o Simbolismo que demonstra e porque se adequa na linguagem que irá interligar com as redes sociais dos mesmos, para que o público associe desde logo quem são e que mensagem querem passar.

Esta fotografia foi tirada de modo a ser utilizada na capa do cd e também em redes sociais.

A fotografia pode ser usada a preto e branco ou a cores consoante o requerimento da banda.



**Figura 10:** Foto de grupo da banda.

### **3.3.5. CD, *Fado da Calçada***

A capa do cd é um elemento importante para que no futuro possa vir a ser implementado, uma vez que a banda se encontra em gravações para lançar um álbum EP. Em conjunto com a banda definimos sempre que a capa do mesmo iria conter a fotografia de grupo bem como o nome do mesmo para uma fácil identificação face ao seu público. A banda quis que no disco incluisse o nome “Fado da Calçada” na qual optei por colocar na zona inferior do mesmo. Centrado, com uma opacidade a cinquenta por cento. Na contracapa do cd foram colocadas todas as músicas que o álbum inclui, bem como as respetivas participações especiais, havendo assim um contraste de tipo de letra para realçar os mesmos. Na zona inferior da contracapa foram colocados todos os tipos de intervenções desde os intervenientes das gravações, às participações especiais até ao design de capa; colocando por fim um código de barras para uma futura aquisição.



Figura 11: CD.

## Capítulo IV

### 4. Aplicação e gestão dos Fado da calçada em redes sociais

Atualmente, o mundo das redes sociais tem tido um grande impacto não só nos tempos livres, onde as pessoas passam felizmente ou infelizmente maior parte do tempo ao telemóvel, como no mundo do empreendedorismo, ações de solidariedade e também de forma publicitária.

É desta forma que a importância das redes sociais, maioritariamente o *Instagram* e o *Facebook*, têm vindo a alargar horizontes muito em conta ao nível da indústria de marketing e cativando um público-alvo cada vez mais vasto.

Nestas plataformas encontramos uma gestão publicitária mais eficaz derivado no qual estes meios nos facilitam o seu uso, e que haja uma maior procura e mais persuasiva por parte de quem o segue. Conseguimos perceber que uma banda é facilmente reconhecida através da internet do que na rádio, pois as características que prevalecem nas redes sociais são nomeadamente a imagem aliada à palavra (neste caso à música), entre a sua composição, enquanto na rádio apenas prevalece a música aliada ao nome.

Assim sendo, conseguimos perceber que atualmente a imagem para qualquer pessoa tem muito mais peso e dificilmente será esquecida de uma forma veloz.

Concluo que a gestão dos Fado da Calçada irá passar muito pelas redes de *Instagram* e *Facebook*, investindo na sua promoção para entrar de imediato em contacto com o público interessado. A sua gestão será abordada de uma forma contínua para que o nome da banda não caia em esquecimento de modo a conseguirem abranger um público-alvo mais vasto, expondo regularmente todo o seu trabalho e ideias por eles atingidas.

#### 4.1. Fundamentação teórica

##### 4.1.1. *Instagram*

O *Instagram* é uma das maiores redes sociais da atualidade e faz sucesso absoluto em várias partes do mundo.

Com a revolução tecnológica que se vive, o *Instagram* é um dos muitos conceitos surgidos associados à revolução das redes sociais. É precisamente uma das mais usadas atualmente em várias partes do mundo, cuja principal função é permitir aos seus inscritos o compartilhamento de fotos e vídeos entre os seus seguidores.

Nele, também são abordadas questões de marketing de forma a promoverem o produto em questão e conseguirem um determinado alcance que não surge em qualquer outro lado.

#### **4.1.1.1. *Instastories***

Um *instastorie* faz parte da aplicação abordada anteriormente, o *Instagram*.

O *instastorie* permite aos seguidores da plataforma e do perfil de quem segue, aceder a imagens e vídeos em apenas 24h. Este tempo determinado pode parecer insuficiente, mas tem um papel crucial na plataforma. É onde a maioria dos seus usuários obtém uma maior interação e consegue acompanhar quem segue em tempo real.

Neles conseguimos fazer uma gestão de marketing maior, como anunciar uma música ou postar um vídeo, no qual a interação consegue ser arrebatadora e triunfante.

#### **4.1.2. *Facebook***

O *Facebook* é uma outra rede social que mais é usada em todo o mundo. Um local onde pessoas trocam ideias, preocupações, mostram fotos e vídeos e até conseguem combinar um compromisso ou organizar um evento.

É um serviço gratuito, na qual os seus inscritos administram o próprio espaço pessoal através da sua página e é possível explorar inúmeras coisas sobre o que se pode fazer na plataforma. Não muito distinta do *Instagram*, aqui também é possível fazer uma gestão de marketing de uma empresa, de uma banda ou de um próprio negócio.

### **4.2. Estudos de caso**

Nestes estudos de caso vamos perceber de que maneira é possível haver uma jogada de marketing através do *Instagram* e do *facebook*, na qual vai permitir um melhor acesso ao público interessado de poder visualizar o conteúdo da banda de que mais gosta, como também permitir a quem faz essa gestão, entender em que ponto de situação se encontra a divulgação da banda através de alguns dados adquiridos. Deste modo, examino alguns exemplos que demonstrem a identidade visual de cada um e a jogada de imagens que impõem.

## 4.2.1. Estudos de caso 01 - “Os Azeitonas “

### 4.2.1.1. Contextualização do tema

Os Azeitonas são uma banda de rock português oriunda do Porto. A banda é uma maturação de Neil Diamond e dos ABBA juntamente com baladas românticas.

Hoje em dia são uma banda que move multidões pelos espetáculos que são e a sua musicalidade é um sucesso a nível nacional.

### 4.2.1.2. Estudo

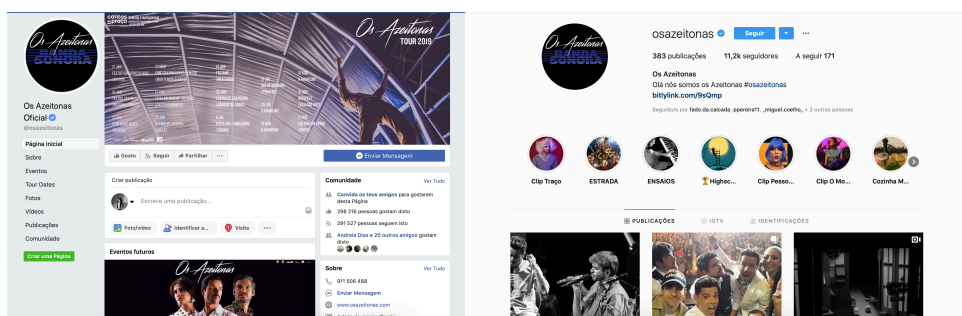


Figura 12: Facebook e Instagram da banda Azeitonas.

Conseguimos perceber que a banda Os Azeitonas, seguem uma marca visual bastante similar entre o *Instagram* e o *Facebook*. Neles, regem os elementos do logotipo dos mesmos quer na fotografia de perfil, nomeadamente do *facebook* e *Instagram*, quer no *banner* (somente no *facebook*). No seguimento do *banner*, podemos observar que utilizam uma estratégia de marketing ligada aos futuros concertos que irão dar.

Deste modo Os Azeitonas utilizam uma linguagem normal que acreditam que aproxime o público e “postam” fotografias ligadas ao que realizam e de encontro ao que a banda acredita.

As publicações vão de encontro a tons frios ou neutros, consoante a temática que se encontra no último álbum, de modo a entendermos uma ligação como estratégia de marketing.

## 4.2.2. Estudos de caso 02 - “Tiago Nacarato “

### 4.2.2.1. Contextualização do tema

O Tiago tem 27 anos e vive no Porto. O gosto e a paixão pela música começaram a ser mais evidentes quando formou a sua banda. Recria e acrescenta novas sonoridades, atua em diversos formatos, que pode ir até uma orquestra de quinze elementos. O seu registo musical encontra-se entre a bossa nova, jazz entre outras variantes.

### 4.2.2.2. Estudo

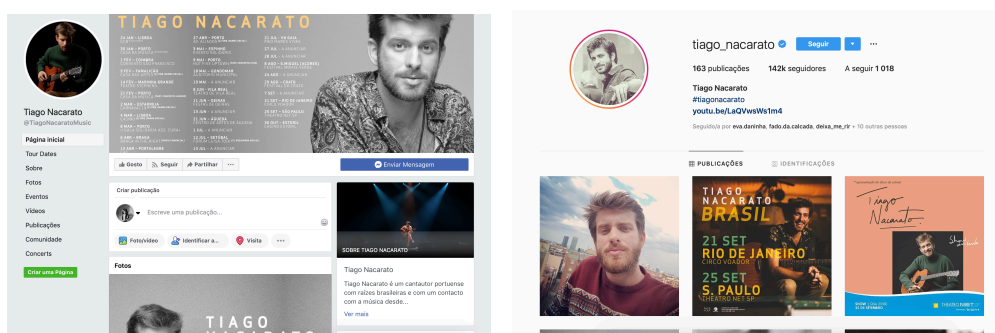


Figura 13: Facebook e Instagram do cantor Tiago Nacarato.

Em relação às diferentes plataformas do cantor Tiago Nacarato, conseguimos perceber que o seu uso tanto no *facebook* como no *Instagram* é distinto, mas não desligando do contexto e linguagem que rege o músico.

No *facebook* segue a mesma linhagem abordada anteriormente na banda Os Azeitonas, como a foto de perfil que faz alusão à sua cara para que o público identifique desde logo, e relativamente ao *banner*, encontra-se na mesma posição de marketing optando por mostrar os eventos seguintes aos interessados. Segue também uma linguagem simples de fácil entendimento.

Encontramos no *Instagram* uma linguagem igualmente descontraída, com a foto de perfil identificativa à sua cara e os “*posts*” também relacionados com a sua música, o seu trabalho.

São ambas distintas as publicações que Tiago Nacarato destaca, mas tendo sempre a mesma linguagem e referência ao seu trabalho, com tons escuros e contrastes coloridos, o registo do músico mantém esse registo em ambos os lados.

### 4.3. Aplicação de Artes Finais em redes sociais

Elegi sobre a forma de gestão de marketing nomeadamente à banda Fado da Calçada, que a mesma fosse transmitida através das plataformas sociais *Instagram* e *Facebook*.

Deste modo incluímos algumas fotografias que anteriormente foram tiradas, e alguns elementos alusivos à banda.

Segue-se nos pontos 4.3.1, 4.3.1.1 e 4.3.2 os exemplos de gestão promocional relativamente à banda.

#### 4.3.1. Instagram

Após a captação de fotos sobre os membros da banda, uma identidade criada e pesquisas realizadas a artistas semelhantes em redes sociais. A banda Fado da Calçada pretendeu seguir com o *Instagram* de uma maneira organizada, com tons de cor que se identificam com os mesmos.

Uma vez que a imagem ou *feed*, como costumamos chamar, costuma ser o maior alvo dos seus promissores seguidores, requer-se que a banda Fado da Calçada contenha uma linguagem coerente e o mais estética possível. Contribuindo e sem esquecer para a divulgação do seu trabalho.

Segue-se o layout do Instagram dos mesmos:

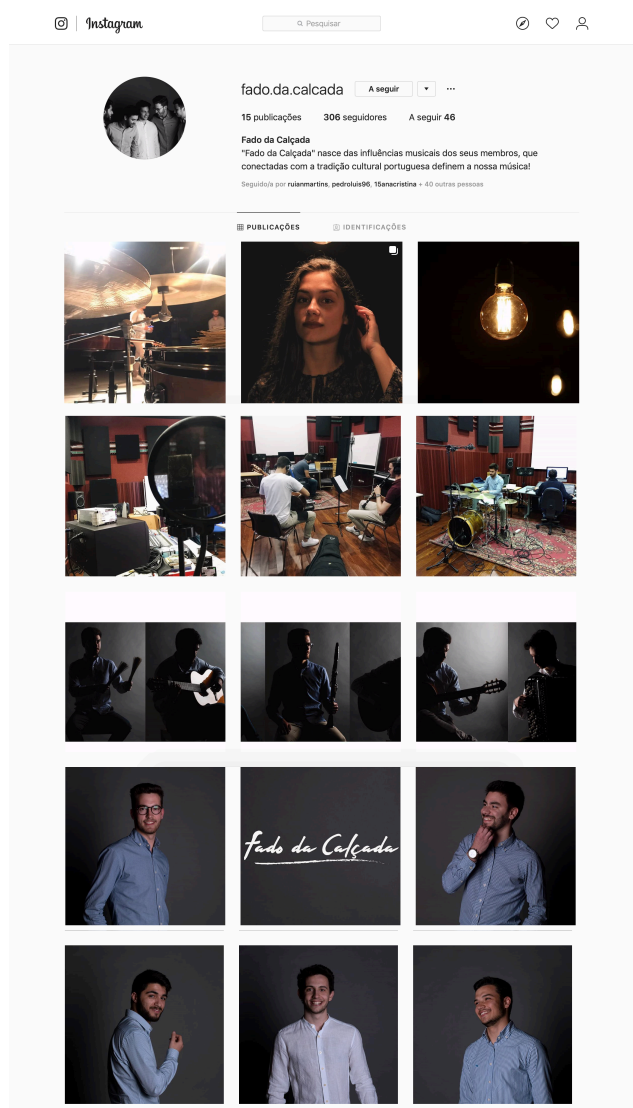


Figura 14: Layout do Instagram dos Fado da Calçada.

#### 4.3.1.1. Instastories

Como anteriormente referido, as *instastories* têm um papel crucial na comunicação, e maior ainda se a mesma estiver na categoria de marketing.

Os Fado da Calçada não se privaram e puderam partilhar vídeos anunciando aos seus seguidores que poderão contar com novidades por parte dos cinco elementos.

Inicialmente começámos com a estratégia em cada conta de *Instagram* pessoal (elementos da banda e eu própria) de criar um *instastorie* com o logotipo desfocado de forma a poder chamar a atenção. Dias depois colocámos um com a data de lançamento das plataformas (quer no *Instagram* quer no *facebook*). Mais tarde, na data reveladora colocámos no ar o *Instagram* e o *facebook* dos Fado da Calçada, permitindo assim aos seguidores acederem diretamente às partilhas e novidades que anunciam.

Optaram por partilhar desde os ensaios, ao início das gravações de áudio e gravações de videoclipe, bem como outras referências que quiseram partilhar com os seus seguidores.

É vantajoso não só partilhar o que oferecem como estarem ligados à plataforma quer através do *Instagram* quer através dos *instastories*, de uma forma recorrente na qual permite que se mantenham sempre em contacto com os seus seguidores e para que não percam a atenção desejada.

De realçar que alguns *instastories* foram partilhados pelos que seguiam os Fado da Calçada o que torna a sua comunicação mais vasta e um acontecimento bondoso e benéfico à banda e pelo alcance que adquire.

Seguem-se alguns exemplos de partilhas através dos *instastories*:



Figura 15: Fases de publicações em *Instastories*.

### 4.3.2. Facebook

Na plataforma *Facebook*, o caso foi muito semelhante ao *Instagram*.

Seguiu-se sob a forma de uma linguagem consensual e semelhante nas outras plataformas, com a utilização de imagens relacionadas com a banda.

As publicações foram feitas ao mesmo tempo que as da aplicação *Instagram* uma vez que o conteúdo que iria sendo partilhado seria de igual forma de ambos os lados e importante de realçar.

Na foto de perfil incluímos a foto de grupo da banda, uma vez que no *feed* principal de cada usuário é o que identifica e conseguimos assim ter uma relação entre o nome e a imagem. No *banner* do perfil dos Fado da Calçada, a banda optou por introduzir as fotos de silhueta em unísono e colocar em primeiro plano o logotipo “Fado da Calçada” de maneira a que cada seguidor da banda ao abrir o *facebook* se deparasse com o logotipo para que não fosse esquecido.

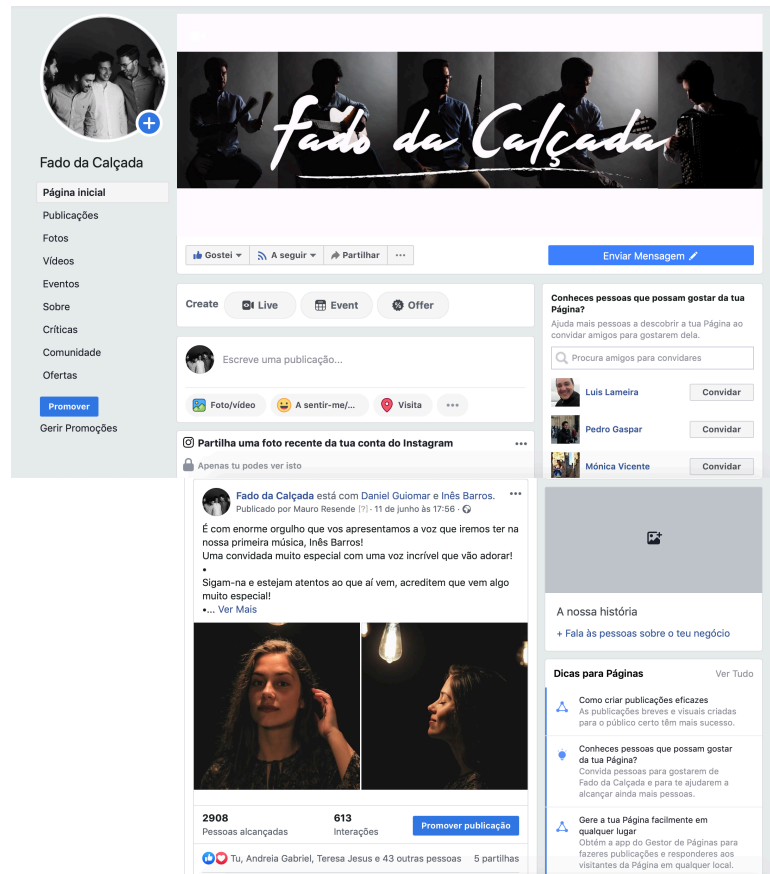


Figura 16: Layout do Facebook.

#### 4.4. Análise de Resultados

Em análise de resultados segue-se a conclusão de que as plataformas chegaram a ter um ótimo resultado tendo em conta a previsão de informação partilhada e conteúdos introduzidos nas mesmas.

A adesão do público face aos conteúdos partilhados foi bastante positiva tendo em conta que no início de junho, quando a mesma foi tornada pública, em uma semana, a

conta apresentou-se com mais de duzentos seguidores, o que para uma conta de raiz é um ponto bastante positivo. Conseguimos que os seus seguidores partilhassem as publicações tanto em *Instastories* com no *Facebook* e com isto mais pessoas foram alcançadas de maneira a trazerem mais seguidores, cada vez mais atentos e expetantes em relação aos Fado da Calçada. No *Facebook* a plataforma da banda conta com mais de setecentos seguidores em um mês o que torna os resultados bastante favoráveis face à minoria de tempo.

Com isto, a banda pretende levar avante os resultados até então obtidos e conseguir alcançar cada vez mais seguidores com o propósito partilhar sempre conteúdos elaborados pelos mesmos para um público ansioso de ver o seu trabalho e ser reconhecido pelo que mais presam, a música.

## Capítulo V

### 5. Pesquisa Audiovisual

#### 5.1. Videoclipe (História, Definição)

Um videoclipe é um pequeno filme, uma peça audiovisual que integra a música com a imagética e é produzido para determinada função promocional ou artística.

Segundo a história, já identificam como o começo desse tipo de vídeo na década dos anos 20, quando os cineastas tentavam encobrir os sons das máquinas nos filmes com algumas músicas através de montagens.

É em 1950 que surge um dos considerados primeiros videoclipes, com as cenas de Gene Kelly em *Singin' in The Rain* de 1952 e com o rei do rock, Elvis Presley em *Jailhouse Rock* de 1957.

Foi então na década de 60 que o videoclipe começou a ser frequentemente utilizado, principalmente pelos Beatles que usavam este tipo de vídeo quando ainda não tinham possibilidades para se deslocarem para cidades longínquas e como forma de divulgarem o seu trabalho, como forma de divulgação em televisão a serem vistos por inúmeras pessoas.

Com a evolução tecnológica, surge a fita de vídeo e videocassetes, sendo que os produtores passaram a aproximar linguagens dos filmes às linguagens televisivas.

É em 1980 que o canal MTV (The Music Channel), veio com o propósito de divulgação de filmes caseiros criados por vários artistas, como a forma de propagar a sua música, criando assim uma maior expansão no que toca à importância dos videoclipes em junção com a promoção dos artistas, destacando Pink Floyd com *Another Break in The Wal* e Michael Jackson em *Thriller*.

São os elementos que constituem um videoclipe assim como a música em conjunto com a imagem, de forma a serem manipulados, conseguindo gerar ritmo e efeitos especiais, iconografia, grafismos e movimentos de câmara, e de seguida tratados em pós-produção, ou seja, na edição.

O videoclipe consegue unir o público e o artista num só, ao mostrar a sua arte enquanto artista tendo em conta a mensagem que pretende passar, e enquanto público apreciá-la. É um meio cada vez mais utilizado porque consegue fazer chegar a milhares de pessoas, principalmente via internet, sendo essencial a sua promoção.

### 5.1.1. Covers

Os Fado da Calçada pretendem, como já referido anteriormente, lançar um álbum EP de covers, de bandas que lhes influenciam em termos musicais. Isto acontece numa fase inicial onde posteriormente, irão lançar músicas por eles escritas.

*Cover* é um termo em inglês que caracteriza a versão que uma pessoa ou um grupo faz de um artista, cantor ou banda. Consiste na regravação de uma música que já foi originalmente gravada por outro artista.

O *cover* normalmente pode ser uma versão cantada por uma pessoa ou uma banda, onde é apresentada uma espécie de imitação da performance de um tema musical que foi registrado anteriormente por outro artista, mas também uma atuação específica ou uma dança.

É comum muitos músicos fazerem *covers* como uma forma de tributo a alguém que realizou uma performance pela primeira vez ou para homenagear algum artista ilustre, seja em vida ou em morte. Aliás, muitos dos artistas hoje mundialmente conhecidos, começaram as suas carreiras musicalmente a partir de covers.

Por exemplo, quando Michael Jackson faleceu em 2009, muitos tributos com versões em *cover* foram realizados para homenageá-lo. O mesmo aconteceu quando David Bowie morreu, em 2016.

Outra característica comum dos *covers* é que, além das músicas, as imitações também ocorrem na vestimenta, na coreografia ou no modo de agir do famoso, que precisam ser da mesma forma que o original.

Existem grupos que gravam álbuns inteiros de covers, só com interpretações de canções de outras pessoas, como o “*Acid eaters*” (1993) dos Ramones, que é composto por canções de bandas como Rolling Stones; The Who, The Byrds, entre outras.

Também existem grupos que se dedicam exclusivamente à interpretação de covers. Normalmente, bandas de rock como os Beatles, Kiss e até mesmo Elvis Presley possuem muitos covers pelo mundo.

De salientar que um *cover* é totalmente diferente de plágio. Plagiar é querer levar os créditos por algo originalmente criado, ou ainda, é copiar algo que alguém fez exatamente igual à música original.

Na tentativa dos Fado da Calçada realizarem um cover de uma música dos Beatles, *Blackbird*, estes vão seguir-se pela música original, porém, iram desviar-se entre notas musicais e introduzir as suas tonalidades para que a música se diferencie da originalmente conhecida e para que se fazerem ouvir pela sua diferença.

### 5.1.1.1. Licença na plataforma *YOUTUBE*

Para vender um *cover* legalmente, é necessário obter uma licença apropriada que de algum modo irão pagar aos editores da canção original.

Na teoria, para publicar um *cover* no *Spotify*, *Deezer*, *Apple Music*, *Tidal* ou qualquer outra plataforma de *streaming*, é necessário ter autorização. O mesmo acontece para o *Youtube* que leva muito a sério a legislação de direitos autorais.

Porém, se esse *cover* apenas se apresentar sem uma cópia total da música e se a imagem for original é então necessário que o vídeo apenas apresente determinadas características que fundamentam que a música é um *cover*, a começar no título do vídeo. Também seria de realçar na caixa da descrição do mesmo sobre a composição original pertencente aos respetivos criadores (por exemplo: “*Os direitos sobre esta música pertencem a João Serra, Editora PMA*”). E desta forma conseguem a legalidade da música na internet sem precisarem de recorrer a licenças de direitos de autor ou ter que agir monetariamente.

Os Fado da Calçada pretendem cumprir os termos da licença na plataforma *YOUTUBE*, pois terá um papel crucial no registo e introdução da música relacionada com o videoclipe para que seja legalizada a sua visualização. Deste modo, irão ser descritos todos os requerimentos apresentados acima, de acordo com a banda.

## 5.2. A Imagem

### 5.2.1. Enquadramento: Planos

A noção de enquadramento é uma parte essencial na linguagem cinematográfica. A partir daqui podemos decidir qual é o ponto mais interessante a ser retratado na imagem, e assentar o que faz parte do filme em cada momento de sua realização. Enquadrar também é determinar o modo como o espectador perceberá o mundo que está a ser criado através do filme.

É interessante estudarmos os vários tipos de enquadramentos sobre planos e ângulos existentes. O enquadramento depende de três elementos: o plano, a altura do ângulo e o lado do ângulo. Plano é uma das palavras mais comuns do cinema. Além de ser uma noção da estrutura do filme, é também o principal componente do enquadramento. Podemos dizer que escolher o plano é determinar qual é distância entre a camara e o objeto que está a ser filmado.

Seguem-se os diferentes tipos de ângulos que podem ser captados como exemplo:

**Plano aberto ou long shot:** a câmara está distante do objeto, de maneira que ocupe uma parte pequena do cenário. É um plano de ambientação.



**Figura 17:** Plano aberto, exemplo.

**Plano médio ou medium shot:** a câmara está a uma distância média do objeto, de modo a ocupar uma parte considerável do ambiente, mas ainda tem espaço à sua volta. É um plano de posicionamento e de movimentação.



**Figura 18:** Plano médio, exemplo.

**Plano fechado ou close up:** a câmara está muito próxima do objeto, ocupa quase todo o cenário, sem deixar grandes espaços à sua volta. É um plano de intimidade e expressão.



**Figura 19:** Plano fechado ou close up, exemplo.

**Plano geral:** Com um ângulo visual muito aberto, a câmara revela o cenário à sua frente. A figura humana ocupa espaço muito reduzido na tela. Plano para exteriores ou interiores de grandes proporções.



Figura 20: Plano geral, exemplo.

**Plano americano:** A figura humana é enquadrada do joelho para cima.



Figura 21: Plano americano, exemplo.

**Primeiro Plano:** A figura humana é enquadrada do peito para cima. Também chamado de “close up”, ou “close”.



Figura 22: Primeiro plano, exemplo.

**Primeiríssimo plano:** A figura humana é enquadrada dos ombros para cima. Também chamado de “big close-up”.



Figura 23: Primeiríssimo plano, exemplo.

**Plano detalhado:** A câmara enquadra uma parte do rosto ou do corpo (um olho, uma mão, um pé, etc.). Também usado para objetos pequenos, como uma caneta sobre a mesa, um copo, uma caixa de fósforos, etc.

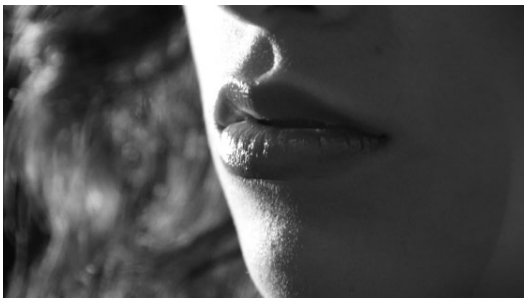


Figura 24: Plano detalhado, exemplo.

**Plano normal:** quando ela está no nível dos olhos da pessoa que está sendo filmada.



Figura 25: Plano normal, exemplo.

**Plano Picado:** quando ela está no nível dos olhos da pessoa que está sendo filmada quando a câmara está acima do nível dos olhos, voltada para baixo.



Figura 26: Plano picado, exemplo.

**Plano Contrapicado:** quando a câmara está abaixo do nível dos olhos, voltada para cima.



Figura 27: Plano contrapicado, exemplo.

### 5.2.2. Movimentos de Câmera

Movimentos de câmara é outro ponto interessante sobre o qual devemos debater e estudar, pois são eles que tornam a imagem mais consistente e poderosa para qualquer espectador e pelo que pretendemos passar através da sua mensagem.

Particularmente nos dias de hoje, a movimentação da câmara é essencial tendo em conta que nas décadas anteriores, e também porque não havia tanta acessibilidade, as técnicas nos videoclipes passavam muito pela história em si e não pelo tipo de imagem captada. Por isso, é com alguma importância que me debato sobre este tema, porque

conseguimos ter acesso a vídeos com muita incidência sobre as técnicas e movimentações utilizadas que tornam os vídeos especiais e merecidos de muita atenção por parte de quem aprecia e estuda.

O motivo para debater um pouco mais sobre este assunto, é a razão sobre o qual quero refletir no vídeo de Fado da Calçada, ter a câmera em constante movimento provocando ao espectador de que existe uma ação contínua.

Algumas técnicas de movimentação são:

**Plano fixo:** câmera permanece fixa, mesmo havendo um movimento interno da imagem ou cena (personagens, veículos, etc.)

**Panorâmica:** Movimento da câmera (que também permanece fixa) sobre um eixo fixo, com movimento giratório:

- Movimento horizontal;
- Movimento vertical;
- Movimento combinado.

Panorâmica é imagem dinâmica, descritiva / acompanhante, podendo criar suspense.

**Travelling:** Movimento de câmera sobre uma superfície. No travelling, a câmera não se mantém fixa; move-se pelo cenário. Pode-se deslocar, mantendo a mesma distância e o mesmo ângulo ao objeto, ou aproximando-se / afastando-se ou contornando os personagens ou objetos, com movimento:

- Horizontal;
- Vertical;
- Combinado;
- Transversal – (movimento no eixo da lente, para a frente / para trás).

O travelling é mais dinâmico e cria suspense.

**Zoom:** No Zoom, que pode ser “Zoom-in” ou “Zoom-out”, simula-se o movimento de câmera - (movimento aparente / ilusão) - para a frente ou para trás.

O tipo de plano que mais criou expectativas sobre a realização deste vídeo foi o *travelling*, um plano contínuo que dá a sensação ao expectador de que a filmagem não tem qualquer corte ou paragem. Foi um movimento que pude apreciar no videoclipe dos Capitão Fausto, estudo de caso que vou abordar mais à frente nos *Estudo de Caso 01 – “Capitão Fausto – Amor a Nossa Vida”*.

Este movimento dá espaço para que a edição seja criativa, tendo sempre em conta os cortes sobre a filmagens nos sítios corretos, no qual também vou abordar no ponto de *Edição de imagem*.

### 5.2.3. Composição de Imagem

A composição de imagem é muito importante porque é o arranjo dos elementos de uma imagem no ecrã. O seu objetivo principal é quebrar a monotonia da imagem, acrescentando um efeito emocional.

Assim, o enquadramento deve ser pensado para que o espectador fixe a sua atenção num ponto específico que pode ser no primeiro plano, no meio ou atrás. Se uma imagem não estiver bem composta, o espectador acabará por desviar a sua atenção para um ponto menos relevante, podendo receber a mensagem de maneira equivocada.

Principais regras de composição de imagem:

**Regra dos Terços:** É a regra básica da composição que serve para todos os tipos de imagem. O plano divide-se por um conjunto de linhas horizontais e verticais que dividem a imagem e dão origem a quatro pontos. Em qualquer um dos quatro pontos que a linha cruza, é nesses que se coloca as partes de interesse na imagem.

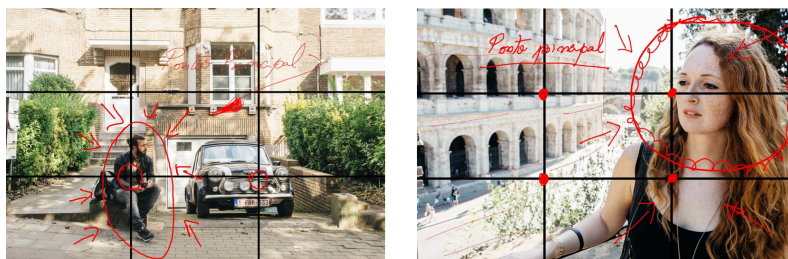


Figura 28: Regra dos terços, exemplo.

**Regra da espiral de ouro:** É sobre a espiral de ouro que a imagem vai ter o ponto principal da ação.

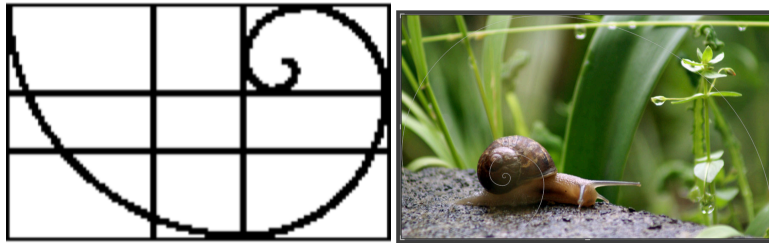


Figura 29: Regra da espiral de ouro, exemplo.

Existem inúmeras regras de enquadramento, das quais duas mais importantes apresentadas acima. Podemos reparar em outras existentes como: Enquadramentos em enquadramentos; composição simétrica; composição radial; sobreposição; composição horizontal; composição vertical; composição diagonal; composição em círculo; sombras; reflexos e plano de fundo. Sobre os quais de maior importância são os abordados anteriormente.

### 5.3. Iluminação

A função da iluminação, na sua forma mais simples, é fornecer iluminação suficiente para que a câmara possa reproduzir uma imagem. Os instrumentos de iluminação evoluíram tanto nas indústrias de palco ao cinema, onde a produção digital apenas aumentou a necessidade ponderada e cuidadosa sobre projetos e técnicas de iluminação.

A luz, é outra componente essencial nos vídeos para um bom resultado final. As condições de iluminação da cena desempenham um papel importante na qualidade artística. Deve ser realista, isto é, deve ser proveniente das fontes de luz lógicas da cena, sem causar múltiplas sombras de contraste ou mais criativas que podem ser usadas para transmitir humor e emoções para o público.

Tecnicamente, as câmaras devem ter um balanço de brancos antes de filmar o que quer que seja. Isso ocorre porque a cor branca pode ter temperaturas variadas, embora ainda pareça a mesma. Por exemplo, a luz do sol é significativamente mais quente do que o branco produzido por certas fontes de luz artificial. O balanço de brancos incorreto pode fazer com que o disparo termine de forma azulada ou avermelhada, dependendo de qual lado o erro do balanço dos brancos está.

Existem dois tipos básicos de equipamentos de iluminação: refletores e holofotes. Holofotes fornecem um feixe bastante estreito de iluminação através de lentes ou espelhos elipsoides, enquanto holofotes iluminam um volume maior de espaço. Os holofotes são fontes de luz altamente anisotrópicas e direcionais. Os holofotes têm mais de uma lâmpada colocada, a fim de melhor difundir a luz irradiada, de modo a que não

seja tão direcional como a fornecida por um holofote. Holofotes podem ser empregados para minimizar as múltiplas sombras projetadas por um objeto visado por holofotes. Estes podem fornecer, dependendo da sua configuração, bastante iluminação ambiente.

Existem três tipos básicos de instrumentos de iluminação de campo: holofotes, holofotes de foco e instrumentos de foco fixo.

**Holofotes:** estes fornecem uma luz difusa suave, não controlada, que se usa para cobrir grandes áreas e preencher áreas sombreadas.

**Bancos de LED:** são instrumentos de LED dispostos numa estrutura de montagem num suporte de gaffer.

**Softlights:** Os softlights são os maiores, conseguindo ser portáteis, construídos com dobradiças de alumínio e coberturas de refletor de pano.

**Broads:** são instrumentos menores, semelhantes a caixas, geralmente equipados para controlar a cobertura da luz. Geralmente contêm apenas uma lâmpada.

**Guarda-chuva:** uma técnica que pode ajustar qualquer holofote. Um conceito de iluminação para focar a luz de um holofote como um refletor para que a luz atinja a superfície côncava interna do guarda-chuva e seja refletida na direção oposto.



Figura 30: Vários tipos de iluminação.

## 5.4. Lentes

Um elemento indispensável para uma câmara são as lentes. São a perspectiva daquilo que vemos, são complexas pela sua componente técnica, compostas por camadas de vidro, revestimentos tecnológicos, partes eletrónicas para o seu foco automático, sensibilizadores e pelas variadas lentes existentes no mercado que cada uma contém o seu propósito para o objetivo proposto.

Vários tipos de lentes:

**Olho de peixe ou *Fisheye*:** digna do seu nome, esta lente é muito semelhante a um olho de peixe, de 8-24mm. Indicada para situações onde seja necessário captar uma grande área, fotografias panorâmicas, paisagens, paisagens urbanas, mobiliário, entre outros.

**Grande angular ou *Wide Angle*:** de 24-35mm, utilizada para captar imagens com uma maior profundidade de campo, podendo ir desde pequenas distâncias até mais longínquas distorcendo a perspectiva real. Indicada para interiores, arquitetura ou natureza florestal.

**Normais ou *Standard Prime*:** Estas lentes permitem captar imagens mais aproximadas a que um olho humano vê, de 35, 50, 85, 135mm. Capta melhor retratos, casamentos, documentários.

**Zoom:** Estas lentes permitem-nos variar as distâncias focais, é o tipo de lente que pode substituir todas as lentes fixas compreendidas entre as suas distâncias focais, de 55-200mm. Pode captar retratos, casamentos ou vida selvagem.

**Macro:** Esta lente, de 50-200mm, permite focar situações mais detalhadas, até ao mais ínfimo pormenor. Utilizada para ocasiões como natureza entre outros registos.

**Teleobjectiva ou *Telephoto*:** Apropriadas para uma melhor captação dos objectos uma vez que este tipo de lente reduz a profundidade. Lente de 100-600mm, apropriada para a vida selvagem, desporto ou astrologia.

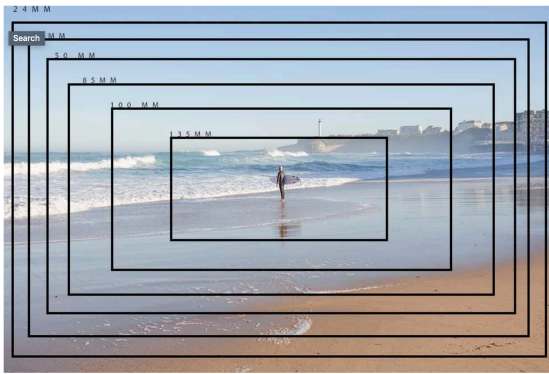


Figura 31: Diferentes perspectivas da diferença focal sobre as lentes que abordo acima.



Figura 32: Diferentes tipos de lentes abordadas acima.

## 5.5. Edição

Processo de justaposição de imagens filmadas separadamente, o corte, a junção da música consoante o seu ritmo, planos variados ou com pouca ação, e até mesmo técnicas de efeitos especiais que com o avanço tecnológico, hoje em dia conseguimos ter uma variável interessante para aumentar a pós-produção do vídeo.

A edição é a chave para a conclusão de um vídeo. É a edição que torna o vídeo essencial aos olhos de quem o observa pois seleciona, ordena e ajusta os *frames* consoante a narrativa que queremos. É um processo não linear. Cada imagem pode ser montada em qualquer ordem, *frames* individuais podem ser movidos e combinados com outros *frames* e transições e rearranjados à vontade sem afetar outros. As faixas de som são editadas separadamente e depois combinadas com as imagens no formulário final do processo de impressão para distribuição.

Após a produção de filmagens, chega a pós-produção que tem como objetivo a junção de peças audiovisuais ou *frames*, a edição. Esta tem três fases principais: o *Rough cut*, onde a primeira edição começa com o script, um corte feito a partir do guião do filme, que mostra ao editor onde o filme irá necessitar de mudanças, apontado os problemas que possam eventualmente surgir; o corte do diretor e o corte final que segue para o público.

É na edição onde se cria uma linguagem narrativa, atendendo a características que tornam essa linguagem mais especial, como o ritmo, a qualidade técnica, movimentos de câmara, som, entre outros.

Esta edição é normalmente feita em computador com programas como o *Adobe Premiere* ou o *Final Cut Pro*, que atualmente são indispensáveis com os inúmeros efeitos e técnicas que nos oferecem e fazem a magia acontecer nos ecrãs

### **5.5.1. Ritmos e efeitos emocionais**

O ritmo da edição depende de vários fatores. O principal é o da emoção que se pretende transmitir ao espetador. Por exemplo, um ritmo mais rápido vai procurar transmitir cenas de mais suspense, que faça com que o espetador procure ansiosamente sobre o que poderá acontecer de seguida, ao contrário de ritmos mais lentos, com pouca alteração de planos, que procura transmitir tranquilidades, normalidade.

Entre teóricos e realizadores, Sergei Eisenstein, um célebre cineasta russo, foi dos poucos a valorizar a transmissão de emoção. Com um projeto de cinema que era associado à propaganda, Sergei, assumia claramente a busca de efeitos emocionais como um dos objetivos centrais do seu trabalho, uma vez que a *“arte estava reservada para aqueles tipos de efeitos e mensagens não disponíveis à linguagem comum. Isto é, a arte visava antes de tudo a emoções e apenas em segundo lugar, à razão.”*

A música que acompanha as imagens induz também respostas emocionais consoante o tipo de categoria narrativa

### **5.5.2. Regras de Edição**

As regras de edição são dependentes do tipo de narrativa pretendida. Podemos juntar planos e formar sequências, inserir planos em sequências, juntar música, ruídos, ou apenas silêncio, tudo depende do que queremos transmitir com o produto final.

Criar a narrativa consiste em gerir o espaço e o tempo tendo sempre em atenção ao que queremos que venha antes e depois na narrativa para criar uma coerência. A interpretação de um plano depende sempre do que já foi visto e da expectativa do que estará para vir.

Através da edição conseguimos também transmitir sensações para o espetador como a surpresa, a dúvida, o mistério, o suspense, entre outros. Para conseguirmos este efeito temos de ter em atenção aos *raccords*. Estes são uma técnica que permite uma transição coerente de um plano para o outro através de efeitos visuais, sonoros ou de linguagem.

Esta técnica divide-se em quatro principais áreas, estas são essenciais para haver coerência na edição:

**Raccords:** a passagem de um plano para o outro é assegurada por eles, garantindo a coerência entre eles. Ou seja, são ligações credíveis através de efeitos visuais, sonoros ou de linguagem, dando continuidade à narrativa

**Raccords de ação:** aparência dos atores em movimento, entrada e saída de campo; adereços, cenário e posicionamento na cena;

**Raccords de elementos do cenário:** elementos fixos como móveis, quadros, acessórios, cores, entre outros; cuidado com os “toques” que se dão aos adereços entre o registo do 1º e 2º planos;

**Raccords técnicos de imagem:** a luz de cena, a objetiva, a abertura do diafragma, entre outros;

**Raccords técnicos no som:** níveis de som ambiente e ruído: chuva, vento, etc.

**De movimento:** quando um determinado movimento parece manter a credibilidade de um plano para o outro;

**De direção:** quando determinado elemento se movimenta deve seguir sempre a mesma direção. Se no primeiro plano ia da direita para a esquerda, o plano seguinte

tem de apresentar o resultado dessa direção, até que o movimento do elemento indique o contrário (uma paragem ou um cruzamento, por exemplo);

**Faux Raccord:** dá-se este nome perante uma sequência em que aparentemente os dois planos não têm conexão entre si. Este efeito é criado para criar uma dúvida no espectador, de modo a que ele crie as suas próprias conexões ou que ilustre uma série de factos aparentemente desconetados entre si.

Quando deveria existir um corte que não ocorre, o nome utilizado é precisamente o mesmo.

**Regra dos 180°:** A regra dos 180 graus refere-se à necessidade de manter a posição relativa dos objetos dentro do enquadramento nos vários planos de uma cena.

A posição relativa significa que no ecrã a duas dimensões os objetos ou pessoas mantenham a sua relação direita / esquerda, isto é, um plano que mostra o objeto A à esquerda do objeto B implica que essas posições relativas se mantenham em todos os planos da cena. Em termos práticos é necessário que ao fazer a planificação seja traçado o eixo da ação. E depois colocar as câmaras sempre do mesmo lado do eixo.

**Regra dos 30°:** Esta regra condiciona a posição da câmara em relação ao que se grava e a escala do plano que se faz do objeto. A regra dos 30 graus impede que dois planos montados em sequência sejam captados por câmaras que têm entre si e o objeto enquadrado um ângulo inferior ou igual a 30 graus e em simultâneo uma escala de plano semelhante.

### 5.5.3. Técnicas de Edição

São várias as técnicas de edição que podemos utilizar que compõem a conceção geral do filme. Estas são técnicas básicas que devemos ter em conta e com elas criar emoções ou mesmo criar soluções para que o espectador se sinta confortável em ver:

**Corte:** O corte é a técnica mais utilizada e fundamental na edição. É um motor de construção de um vídeo através da passagem de um plano para o outro, adaptando-o ao objetivo pretendido. Pode juntar dois planos na mesma ação, dois planos de uma

única cena ou dois planos de ação que se ligam descontinuamente. Nos cortes, é importante ser discreto, fazendo com que o espectador não consiga notar na diferença de planos como pode ser evidenciado fazendo um realce a uma passagem de uma cena para a outra, por exemplo.

**Jump-cut:** é um corte na edição de filmes em que dois *frames* sequenciais do mesmo assunto são tiradas de posições de câmara que variam um. Este tipo de edição dá o efeito de saltar para frente no tempo. É uma manipulação do espaço temporal usando a duração de um único disparo. Elimina partes desnecessárias.

**Fade:** é das transições mais recorrentes que acentua uma edição quer no início, quer no fim de cada cena. Existem dois tipos de fade: o fade-in trabalha com o aumento de luz no ecrã até a imagem adquirir toda a nitidez dando início à cena; o fade-out consiste precisamente nos termos contrários ao fade-in, fazendo com que a luz diminua no ecrã até o mesmo ficar negro e assim a imagem se dissipar por completo.

**Flash:** este tipo de edição faz com que se evite um determinado corte mais brusco, disfarça o salto na imagem entre dois planos semelhantes e permite uma mudança.

#### 5.5.4. Som

O áudio é um item indispensável para uma produção audiovisual. Apesar de muitos considerarem o aspeto visual mais importante, muitos não reparam que o som que acompanha a imagem é essencial para a sua narrativa e diferenciar certos aspetos. Neste caso, a representação do som num videoclipe é a peça fundamental.

Assim sendo, o áudio é um elemento valioso do vídeo que ajuda na compreensão da mensagem e do seu sentido.

#### 5.5.5. Efeitos Especiais

Numa produção audiovisual nem sempre podem ser concretizadas todas as ideias do realizador pelos meios reais, por isso, é frequente o recurso a várias técnicas de efeitos especiais.

Podem existir três tipos de efeitos:

**Efeitos sonoros:** produzidos digitalmente ou com o auxílio de misturas de som;

**Efeitos visuais:** Baseiam-se na manipulação de imagem. São produzidos digitalmente;

**Efeitos físicos:** Feitos na altura da rotação, como os sets e outros adereços importantes em cena.

## Capítulo VI

### 6. Estudos de Caso

#### 6.1. Estudo de Caso 01 - “Capitão Fausto - Amor a Nossa Vida”

##### 6.1.1. Contextualização

Os Capitão Fausto são uma banda portuguesa, com estilo alternativo, que apresentam uma mistura única de pop progressivo com laivos psicadélicos e que já arrasta num vasto público desde então em festivais e concertos que dão.

Formados em 2009, compostos por cinco elementos como Tomás Wallenstein (voz e guitarra), Domingos Coimbra (baixo), Manuel Palha (guitarra), Salvador Seabra (bateria) e Francisco Ferreira (teclas).

Em 2011, os *Capitão Fausto* lançaram o seu primeiro álbum, “*Gazela*”, alvo de críticas muito positivas a nível nacional. O segundo álbum foi lançado em 2014, intitulado “*Pesar ao sol*”, o disco aumentou a popularidade da banda, cujos temas psicadélicos a individualizaram como uma das melhores bandas portuguesas das últimas décadas. Em 2016, foi lançado “*Capitão Fausto tem os dias contados*”, o terceiro álbum da banda, de novo nacionalmente aclamado.

##### 6.1.2. Estudo

A música “*Amor a Nossa Vida*” cuja faz parte do álbum “*A Invenção do Dia Claro*” foi lançado em 2019 tendo sido realizado o videoclipe com a mesma.

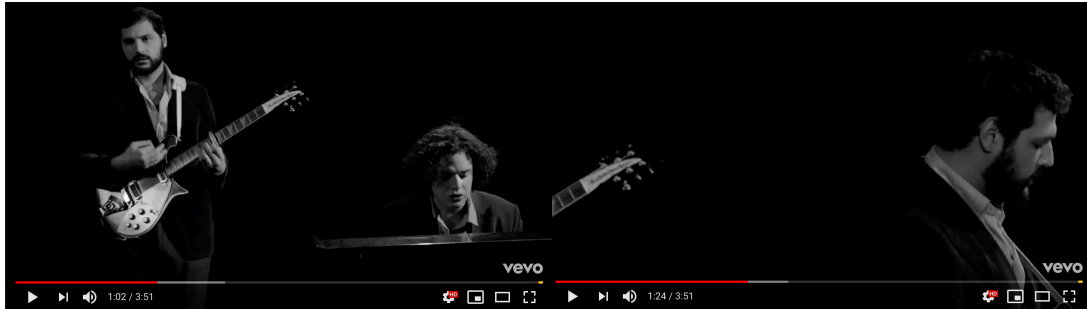
Os videoclipes da banda foram até então sempre filmados pelo mesmo realizador, Ricardo Oliveira e este não foi exceção.

Centra-se na banda e nos seus instrumentos, isolando-os num fundo negro e edição a preto. Esta opção estética é também simbólica pois, sem artifícios, emerge uma simplicidade a preto e branco, sem distrações para aquilo que realmente interessa: a música.

Os *Capitão Fausto* enfrentam, momentos de câmara, a olhar o espectador de frente criando assim um jogo de tensões e forças que, embora invisíveis, pretendem estimular o espectador.

Apesar de todos os jogos de olhares entre os momentos de câmara, também existe alguma pretensão em estimular o espectador entre as movimentações de câmara. Foi

nestas técnicas de movimentação de câmara em junção com a edição de imagem que me levaram a ser inspirada tendo em conta a diferenciação de planos trabalhados existentes no vídeo, bem como a sua junção de preto e branco e os restantes pormenores que passo a explicar:



**Figura 33:** Capitão Fausto - “Amor a Nossa vida”, Movimento de câmara sobre o guitarrista aparecer de novo quase no mesmo plano, exemplo.

Há medida que o vídeo dos Capitão Fausto se desenrola vamos percebendo que existe uma jogada de movimentação de câmara e de cortes na edição que nos fazem criar um olhar atento sobre a repetição de personagens que achamos estar no mesmo sítio ou com uma pequena deslocação sobre o ecrã. Porém, conseguimos perceber, exemplificado acima, que no início do vídeo, com a câmara sobre o pianista e guitarrista num plano frontal deslocando se ao guitarrista depois, existe um corte sobre a mesma imagem em fundo preto. De seguida aparece uma outra mesmo ao lado do primeiro plano falado, sobre um corte a preto novamente e uma câmara deslocada na lateral apanhando novamente o guitarrista e assim sucessivamente.

É neste tipo de gravação que pretendo com que o meu videoclipe seja abordado, sobre cortes em fundo preto e deslocações de câmara. Não exijo que saia à risca apenas pretendo que haja coerência e um pouco da técnica mencionada nos Capitão Fausto.

Concluo que este videoclipe tenha sido uma grande fonte de inspiração e orgulho nacional. Uma jogada simples, mas com algum impacto.

**Tabela 2: Estudo de posicionamento do videoclipe dos Capitão Fausto.**Posicionamento do vídeo dos Capitão Fausto1. De frente

(A câmara aproxima-se em direção ao pianista 1, de seguida desloca-se para a direita de encontro ao guitarrista 1)

2. Na lateral

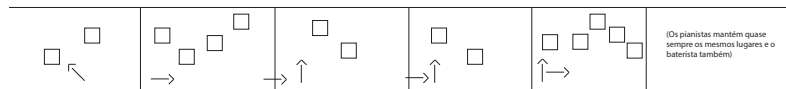
(A câmara desloca-se em direção à direita e faz uma imagem geral dos elementos da banda, aproximando-se depois do baterista)

3. Na lateral ----- Frente

(Corte)

4. Final Frente

(Os pianistas mantêm quase sempre os mesmos lugares e o baterista também)

**6.2. Estudo de Caso 02 - “Mammal Hands - Mansions of Millions of Years”****6.2.1. Contextualização**

Cativante, etéreo e majestoso, Mammal Hands é uma banda que contém Jordan Smart (saxofonista), Nick Smart (pianista), Jesse Barrett (baterista e percussionista) que esculpem um som original e refrescante de diversas influências: onde se inspiram no jazz espiritual, no norte da Índia, folk e música clássica. Tentam criar algo que seja inimitável.

Vindo de Norwich, uma das cidades mais isoladas e mais orientais da Grã-Bretanha, eles forjaram seu próprio caminho longe do mainstream musical que surgiu de longos ensaios improvisados. Todos os três membros contribuem igualmente para o processo de escrita: um que favorece a criação de uma poderosa dinâmica de grupo sobre solos individuais.

### 6.2.2. Estudo

O videoclipe *Mansions of Millions of Years* faz parte do álbum “Animalia” lançado em 2014.

Este faz jus aos instrumentos que a banda toca, tendo a mesma a referência do preto e branco ao nível da imagem, ilustrando os instrumentos através de sombra. Chamou-me particularmente a atenção sobre os tipos de ângulos que realizam dando alguma ênfase aos instrumentos que a banda domina sendo que alguns deles são idênticos ao estilo que os Fado da Calçada tocam. Seguem alguns exemplos:



**Figura 34:** Mammal Hands - “Mansions of Millions of Years”, exemplo de planos em relação aos instrumentos sobre a forma de contraste, sombra.

## 6.3. Estudo de Caso 03 - “Birdman or (The Unexpected Virtue of Ignorance)”

### 6.3.1. Contextualização

É um extraordinário filme realizado por Alejandro González Iñárritu em 2014. Tem atores como Michael Keaton, Emma Stone, Edward Norton, Amy Rayn, entre outros.

A história segue Riggan Thomson, um ator de Hollywood famoso que interpreta um super-herói chamado Birdman e que caiu no ostracismo enquanto ele luta para monyar uma adaptação na Broadway de conto escrito por Raymond Carver.

### 6.3.2. Estudo

Este filme é de interesse de estudo, particularmente por ser uma grande admiradora do mesmo e pela estonteante realização que o filme nos proporciona. Tendo também em conta como um filme merecedor de um Óscar, da mais prestigiada academia de prémios do cinema.

O filme tem a sua primeira importância pela maneira como foi realizado de modo a que aparentasse inteiramente gravado em apenas uma rotação. Conseguimos visualizar o filme sem qualquer tipo de cortes, ou pelo menos, sem a sua notoriedade. Porém, o filme contou com apenas 16 cortes visíveis entre planos, onde dá a sensação de que estamos a viver dentro do filme, a viver os dramas dos personagens, e onde somos embalados pelo Jazz que desponta várias vezes, a cunhar o ritmo marcado pelo movimento da narrativa. Razão pela qual este filme foi eleito caso de estudo muito inclusive pela *one shot* de Iñárritu e sensações rítmicas dadas pela música e enquadradas com a narrativa.

E sob um olhar atento e de retrospeção, este filme serve como inspiração à realização do videoclipe, que combina com o tipo de filmagens que se enquadram e tempos rítmicos que prevalecem a música em componente com a imagem.



**Figura 35:** Birdman, o filme como exemplo nos casos de estudo.

#### 6.4. Análise de Resultados

É desta forma que após a análise de cada um destes estudos de caso, consegui retirar algumas técnicas e inspirações que cativaram a minha atenção e que acho que são um exemplo a seguir e uma grande mais valia neste projeto.

Todos estes casos prevalecem técnicas em comum com as quais me quero debruçar sobre, e todos produzidos em torno da questão da movimentação de câmara abordada anteriormente. Muito também de encontro ao que o cliente procura e exige.

No estudo de caso anteriormente referido, nomeadamente aos Capitão Fausto – “Amor a Nossa Vida”, é sem dúvida o que mais se identifica ao pretendido. Desde a passagem da música em sintonia com o vídeo e ao seu estilo minimalista, mas super marcante com as passagens de vídeo da câmara.

Na conclusão sobre estes estudos de caso, é importantíssimo que o planeamento seja realizado antecipadamente, de modo a perceber qual o seguimento da câmara e tentar sintonizar o vídeo com a música dos Fado da Calçada, de modo que haja coerência e um equilíbrio, acentuando os tons melódicos por eles trabalhados.

## Capítulo VII

### 7. Pré-Produção Audiovisual

#### 7.1. Calendarização do Projeto - Parte 2

##### 7.1.1. Reuniões

As reuniões foram sendo realizadas ao longo do projeto, nomeadamente com o meu orientador Miguel Ferreira sempre que surgia algo novo ou alguma questão a impor. Durante as mesmas era questionado como deveria agir durante o projeto e até mesmo no processo das filmagens, uma vez que o docente é da área de audiovisual.

Ainda que tenha tido acompanhamento com o meu orientador, senti necessidade de obter mais opiniões sobre o que poderia realizar. Assim sendo, resolvi procurar ajuda externa dos professores Neel Naik e Carlos Reis que me ajudaram bastante sobre questões de iluminação de estúdio e configurações de máquina entre outras questões no programa de edição. Ao nível de design gráfico coloquei questões à professora Isabel Castro que me ajudou com o grafismo e me deu algumas sugestões que achei relevantes e que me ajudaram.

As reuniões realizadas com o cliente (banda Fado da Calçada) foram praticadas todos os meses de modo a dar ao cliente um levantamento sobre a evolução do projeto ou sobre algum requerimento em questões de mudança relativamente a design gráfico/identidade visual, de forma a permitir sempre uma decisão final acerca do projeto.

Deste modo conseguimos discutir e levar o trabalho a bom porto, de modo a que ambas as partes ficassem satisfeitas com o trabalho desenvolvido.

##### 7.1.2. Pesquisa

Toda a pesquisa desenvolvida em todo o projeto foi sendo realizada no decorrer do mesmo. Inicialmente comecei por fazer uma pesquisa relativamente ao design gráfico e de seguida à parte audiovisual, como se pode constar mais acima na tabela 1.

### 7.1.3. Reperage/Levantamento Fotográfico

Estes foram realizados em estúdio entre o mês de maio e abril no estúdio, de forma a perceber toda a gestão de espaço, luzes e máquina de filmar, bem como alguns meios acessórios/equipamento que tinham de ser testados e com os quais nunca havia trabalhado.

### 7.1.4. Calendarização das Filmagens

Acerca da calendarização das filmagens, as mesmas sofreram pequenas alterações, devido à disponibilidade dos elementos da banda e também logística de tempo mantendo sempre como prioridade a finalização em Maio.

Entre os dias de filmagens foram distribuídas também as cenas, como também as horas e o nome dos elementos da banda que filmavam nesse dia.

**Tabela 3:** Calendarização das filmagens.

12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S
Domingo	Cenas II M T III G Mc	Cenas IV/V M VI T G Mc				
	20h	20h				
20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D
Cenas VIII T XI F XII Mc	Cenas I B F	Cenas VI M VII B IX G X T F				
18h30	20h	17h				
27 S	28 T					
Cenas A ANUNCIAR	Cenas A ANUNCIAR					
18h						

## 7.2. Guião

O guião de um videoclipe tem como função orientar as gravações e a narrativa, podendo ser posteriormente alterado.

Um guião técnico contém planificações necessários para a produção audiovisual de forma a poder orientar as personagens em cena. Aqui devem estar incluídos todos os elementos desde o som à forma como agem bem como a planificação do espaço em que se vai decorrer.

Após a observação de estudos de caso e visionamento de espaço, foi feita a realização de um guião, o mesmo pode-se observar em *Anexo I*, o guião do videoclipe *Blackbird*.

Para elaborar o guião do videoclipe *Blackbird*, não foram necessárias quaisquer falas ou enredos, mas sim, tendo sempre em conta os músicos e os movimentos de câmara.

Para uma abordagem mais aproximada de posicionamento e movimento de câmara elaborei um storyboard para uma melhor precisão.

### 7.2.1. Sinopse

Este projeto é composto por um videoclipe, identidade visual da banda e a sua respetiva promoção. Através de tudo isto pretendemos dar a conhecer esta nova banda, representar as mensagens melódicas das suas músicas, o estilo e personalidade que transmitem.

A música *Blackbird* foi trabalhada em tons melódicos distintos da música original, sendo esta uma música *cover*. “Toda uma versatilidade de linguagem ou discurso musical que conseguimos usar numa só música. Que através dela e da melodia que por ela é composta que conseguimos nos expressar ao nível de diferentes estilos.”.

## 7.3. Movimentos de câmara

### 7.3.1. *Blackbird*

O storyboard foi elaborado de uma forma invulgar. Este foi executado em torno da movimentação da câmara uma vez que achei crucial o seu planeamento, pois seria necessário entender corretamente a sua captação e movimentação, para a temática que

planei realizar neste vídeo. Não achei necessário desenhar ou incluir qualquer tipo de imagem associada a planos que quisesse elaborar, pois o seguimento da câmara era a principal prioridade e estrutura. Porém algumas imagens foram previamente pesquisadas através de inspirações e idealizações que resultaram adequadamente ao pretendido no vídeo.

Inicialmente o storyboard foi construído com um posicionamento que mais tarde não se adequou ao pretendido, nomeadamente aos jogos de luz que não favoreceram os movimentos de câmara. Nesse caso, adaptando aos focos de luz, e obtendo uma noção exata dos mesmos fazendo um levantamento no local, consegui perceber como atuava a câmara.

Segue-se o storyboard inicial e de seguida o final, consoante o posicionamento de câmara e dos elementos da banda:

**Tabela 4:** tabela de movimentos de câmara. Tabela inicial.

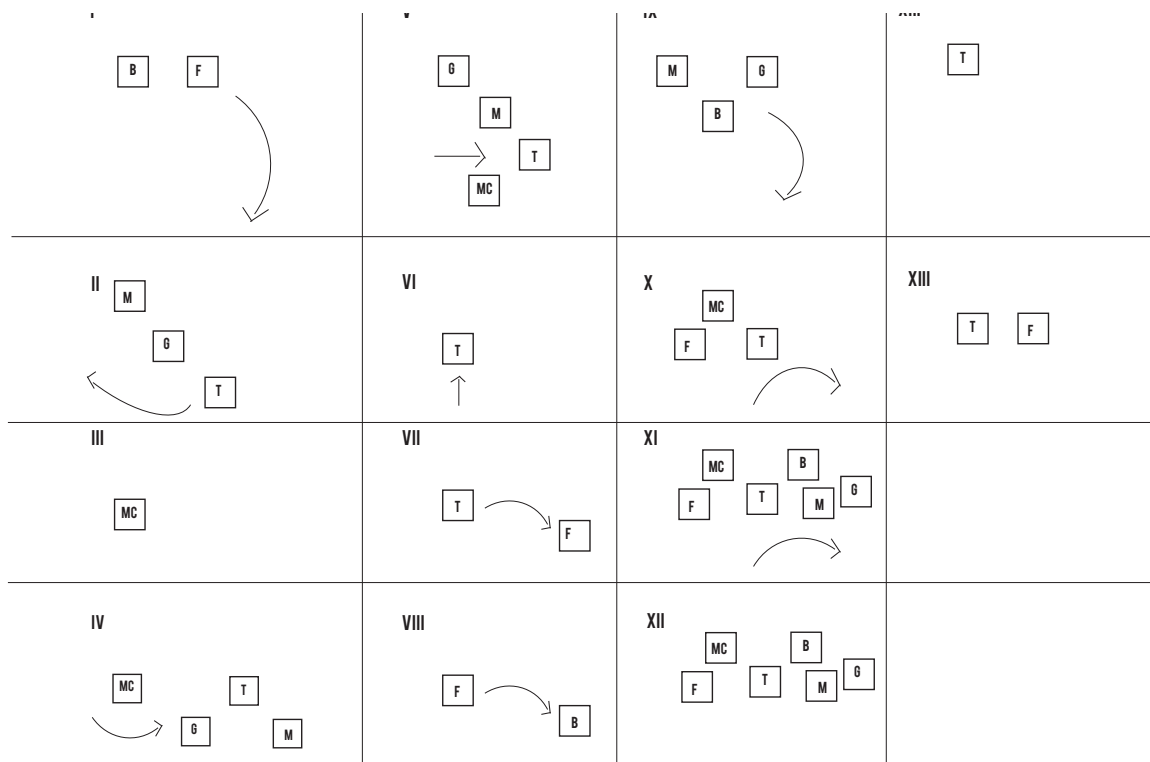


Tabela 5: tabela de movimentos de câmara, tabela final.

I				
II				
III				
IV				
V				

LEGENDA: B - Barros (cantora)  
 F - Fangueiro (acordeão)  
 M - Miguel (clarinete)  
 M- Mauro (guitarra)  
 G - Gabriel (guitarra)  
 T - Tiago (percussão)

Em anexo, segue o guião do storyboard que segue como complemento à explicação do mesmo. Em *Anexo I*.

## 7.4. Orçamento

O orçamento ajuda-nos a calcular as despesas que iremos contar com o projeto ao nível dos gastos, materiais, entre outras e colocar em perspetiva ao cliente da quantia a despende. O cálculo, embora seja maioritariamente fictício ajuda-nos a perceber as despesas e a saber lidar com o cliente dessa forma.

O orçamento foi composto com base nas minhas despesas pessoais e cálculo horário, bem como o aluguer de material, a alimentação de 8 pessoas (5 elementos da banda + cantora + técnico de câmara), horas de trabalho ao nível do Design Gráfico e horas de gravação em conjunto com horas de trabalho de pré pesquisa (entre outros) ao nível do audiovisual. Foi também feita a junção da ajuda de um técnico de câmara sob o orçamento.

Segue-se o orçamento em questão:

Organizei uma tabela de cálculo pessoal pois auxilia-me entre o cálculo do horário e o valor em horas.

**Tabela 6:** Cálculo pessoal.

Custos pessoais	
Renda	115 €
Despesas	40€
Alimentação	200€
Roupa	70€
Transportes	150€
Saúde	50€
Extras	80€
TOTAL	705€
25% irs	176,25€
Margem (1,5%)	138€
TOTAL POR ANO (14MESES)	14.210€
Custos profissionais (3anos)	
Propinas	3000€
Computador	2000€
Software	800€
Material	200€
TOTAL	6000€
Por ano	1500€
Prof. + pessoal	15.710€
TOTAL POR ANO	17.010€
Divisão por hora (1300h)	13€

	horas	€/h	Total
Tatiana	125	13	1.625€

De seguida, comecei por fazer o cálculo sobre a gestão do departamento gráfico que me permite calcular o número de horas laborais.

Tabela 7: Cálculo do horário do departamento gráfico.

Mês	MARÇO			ABRIL					MAIO			
Semanas	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
PESQUISA DE LOGO	3h											
FAZER LOGO								4h				
FACEBOOK									6h			
INSTAGRAM									6h			
CAPA DO CD								10h				
<b>Total de Custos</b>												
	29 horas x 13€ (cálculo pessoal)								<b>377€</b>			

Segue-se o cálculo do número de horas laborais em relação ao departamento de vídeo.

Tabela 8: Cálculo do horário do departamento de vídeo, videoclipe, gravações.

Segunda	4h
Terça	4h
Segunda	5:30h
Terça	4h
Quarta	7h
Segunda	6h
40h x 13€ por hora	
	<b>Total: 520€</b>

12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S
Domingo	Cenas II III Me	Cenas W T G Me	Cenas W/W W G Me			
	20h	20h				
20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D
Cenas VII X XIII Me	Cenas I VIII F	Cenas IX VI XII F				
18h:30	20h	17h				
27 S	28 T					
Cenas XV F	Cenas A ANUNCIAR					
18h						

Posteriormente, calculei o material que iria ser utilizado como que este fosse de aluguer. Em causa estão materiais de vídeo como máquinas, tripés, entre outros, bem como o estúdio de gravação.

**Tabela 9:** Cálculo de material.

Câmara – Sony A7 III + FE 28 – 70 mm f/3.5-5.6 OSS   85€ dia	Total de custos x dias
Slider – Kanova k5 (0.80m)   20€ dia	170 x 5 = 850€
Estabilizador – DJI Ronin – 5' Standard kit   65€ dia	850€ + 1250 €
Estúdio – 8h / 250€ x 5 dias = 1250€	<hr/>
	2100€

E por fim, fiz o cálculo final. Um orçamento total onde inclui todos os parâmetros acima referidos.

**Tabela 10:** Cálculo final total.

ALUGUER DE MATERIAL	.....▶	2100
HORAS DE DESIGN GRÁFICO	.....▶	377
ALIMENTAÇÃO X 8 PESSOAS	.....▶	320
HORAS DE GRAVAÇÃO	.....▶	+ 320
		<hr/>
		3117 €
		+ - 3200 €

O projeto que abrange os departamentos de design gráfico e audiovisual, nomeadamente a identidade e videoclipe dos Fado da Calçada, constam em cálculo final a módica quantia de **3200 €**.

## 7.5. Produção Audiovisual

### 7.5.1. Filmagens

Anteriormente à realização de filmagens, semanas antes foram praticados alguns ensaios com os materiais que iriam ser utilizados para que tivesse uma melhor percepção sobre os mesmos de forma a entender como poderiam ser utilizados.

Relativamente aos acessórios de vídeo os materiais praticados foram nomeadamente: a *steady cam* no qual depois optei por escolher por ser bom de estabilização sem me privar de conseguir pedir assistência nas gravações; o apoio de ombro (estabilizador), que não me deu muita margem de movimentação de câmara; e o slide cam que poderia ser uma hipótese a ponderar em alguns planos. No que diz respeito aos materiais de câmara, quis entender de que forma funcionavam os diferentes tipos de objetivas para vídeo. Estes foram: a lente EFS 18-135mm, que conseguia ser boa de focagem mas não muito prática em termos de alcance; a lente EFS 50 mm, não conseguia ter estabilização, não focava em tempo real pois conseguia ser muito lenta embora seja uma boa lente de focagem, porém teria que estar fixa num tripé o que não era adequado ao pretendido.

As filmagens foram realizadas no mês de maio, entre os dias 13, 14, 20, 21, 22, 27 e 28 em ambiente interior, nomeadamente no estúdio fotográfico da Escola Superior de Artes Aplicadas, para a produção da faixa *Blackbird*.

Este espaço foi o eleito devido às condições encontradas que foram necessárias para as gravações, em contexto de iluminação e fundo a negro, que permitiram uma criação de imagem como a planeada, bem como a sua calma o que de forma contrária não se encontraria em espaços exteriores.

Nas filmagens contei com a ajuda de um colega de audiovisual, Daniel Guiomar, que conseguiu realizar um trabalho incrível na forma como captou as filmagens, utilizando a *steady cam*.

Todas as filmagens foram previamente divididas em torno do *storyboard* o que nos facilitou em questões de horários e disponibilidade da banda.

### 7.5.2. Iluminação

A questão da iluminação era um ponto chave nas gravações do videoclipe. Era crucial que a luz fosse direcionada a cada um dos elementos da banda, para que todos fossem iluminados e houvesse uma estabilidade de imagem em câmara.

Para que houvesse uma boa iluminação achei necessário dias anteriores às filmagens ir a estúdio e ensaiar os focos de luz necessários para a gravação. A ajuda do

professor Carlos Reis assim como do professor Neel foi crucial para ter uma melhor percepção das escolhas de luz bem como o seu funcionamento.

Em estúdio, foram utilizados os focos de luz que eram direcionados a cada pessoa, que deu num total de seis focos. A luz incidiu-se não muito aberta, com alguma suavidade para depois não contrastar muito em vídeo e não obter uma imagem muito queimada ao nível dos brancos.



Figura 36: Iluminação de estúdio, quadro.

### 7.5.3. Música

Para a realização do videoclipe era crucial a utilização da música, música essa anteriormente abordada, *Blackbird*, com 03:16min, gravada pelos Fado da Calçada. A mesma foi gravada em estúdio, nas instalações da Escola Superior de Artes Aplicadas, realizada pelos alunos José Assunção e Miguel Carvalho do curso de música eletrónica. Os Fado da Calçada contaram com a parceria da Inês Barros que participou no programa *Factor X Portugal* e que conta com uma gravação com o cantor *Berg* e que dá a voz na música *Blackbird*.

A música foi tocada num dispositivo móvel para que os tempos rítmicos entre a imagem do vídeo e o som estejam em sincronia nas gravações de estúdio para o videoclipe.



Figura 37: Fotografias da gravação da música Blackbird.

#### 7.5.4. Material Técnico

Para as gravações foram utilizados os seguintes materiais:

- *Panasonic Lumix GH4*;
- Lente *SIGMA 18-35 mm 1.8 DC*;
- Focos de luz de estúdio;
- *Slider*;
- Tripé;
- *Steady Cam*;

A câmara *Panasonic Lumix GH4* permitiu uma grande captação de imagem ao nível da sua tonalidade e foco, que em conjunto com a lente acima referida permitiu uma nitidez acima da média.

O *slider* foi funcional em termos de movimentação de câmara assim como a *Steady Cam*.

O tripé fez parte de filmagens estáticas que foram necessárias em vídeo.

Foram também adicionadas luzes *LED* que interessaram à banda para que fossem colocadas no videoclipe. As luzes foram suspensas nas instalações do estúdio, utilizadas através de quatro tomadas onde acabavam numa tomada mestre para que pudessem ser ligadas e desligadas numa só vez. As luzes foram localizadas no meio do mesmo para que houvesse uma estética o mais bonita possível, com as respetivas lâmpadas e fio desnivelados em comprimento para dar uma perspetiva mais ampla e dinâmica.

## Capítulo VIII

### 8. Pós-Produção Audiovisual

#### 8.1. Organização

A organização em Pós-Produção dividiu-se em duas partes. A primeira parte consistiu na seleção das melhores filmagens recolhidas, passando depois para a edição do videoclipe, de acordo com o ritmo da faixa em questão.

Na segunda parte tratou-se a correção de cor em edição de imagem bem como últimos pormenores e melhorias acerca do produto.

Por fim seguiu-se a exportação do vídeo em MPEG.

#### 8.2. Edição de imagem

De encontro à análise de Casos de Estudo anteriormente referidos e algumas pesquisas sobre técnicas de edição, tive como objetivo com que os vídeos tivessem uma linguagem cinematográfica contínua, sem uma linguagem narrativa, apenas valorizando a música pelos Fado da Calçada realizada sobre a sua sonorização através dos instrumentos por eles tocados.

Deste modo, optei por fazer a junção de filmagens de acordo com o pretendido introduzindo alguns efeitos de edição como “*Dissolução Cruzada*” e “*Dissolução aditiva*” optando também por adicionar o efeito de estabilização “*Estabilizador de Distorção*”.

É deste modo, correspondendo ao que o cliente deseja, que tornei o videoclipe da cover da música *Blackbird num* vídeo simples, mas com a qualidade desejada conseguindo transmitir a valorização da música que a banda pretende conduzir ao seu público-alvo através da sonoridade que lhe impõem correspondendo aos seus valores e inspirações musicais.



Figura 38: Exemplo de Edição de Imagem realizada para a música Blackbird.

### 8.3. Correção de Cor

Tendo em conta que o objetivo do vídeo é transmitir sensações correspondentes à forma que os Fado da Calçada pretendem conduzir, notei que a forma mais simples e mais carregada de concretizar esse efeito é sobre a forma de cor a preto e branco. Para tal, utilizei o efeito no *Premiere* “SL NOIR TRI-X”.

Deste modo o vídeo não só segue a simplicidade da banda como faz notar ainda mais as suas transmissões musicais bem como a sua interpretação a preto e branco consegue dar um impacto ainda maior em termos de imagem, ajudando a cobrir o fundo que a cores sobressalta e queremos eliminar.



Figura 39: Exemplo de Correção de Cor utilizada para a música Blackbird.

## Capítulo IX

### 9. Análise e Reflexão. Crítica

#### 9.1. Reflexão Crítica e Conclusão

Após o desenlace deste projeto, concluo que foi essencial à minha evolução ao longo de todas as etapas propostas, desde o design gráfico ao audiovisual.

Notei um desenvolvimento primeiramente na organização que me foi inculcida por mim própria, onde me deu margem para realizar tudo atempadamente. Houve um melhoramento a nível técnico, não só na utilização de material como edição. Consegui mostrar capacidades de comunicação ao longo do tempo desenvolvidas com o cliente, através de reuniões com ele obtidas, de forma a apresentar o trabalho que ia ser executado. Tive também a capacidade de melhorar a nível gráfico, na criação de um logotipo, identidade gráfica para redes sociais e criação de um álbum musical, tendo em conta as bases adquiridas no curso de encontro a este tema assim como tive a oportunidade de pôr em prática dos saberes adquiridos.

De um modo geral, este projeto deu-me capacidade que desconhecia em mim que pudesse atingir bem como a capacidade desenvolvida de trabalhar com o cliente real assim como a concretização de dois cursos da Escola Superior de Artes Aplicadas de onde nasceu um projeto que espero orgulhosamente vir a dar frutos.

Este projeto ajudou-me a encarar problemas e perceber perspetivas com o cliente que até então me eram desconhecidas que se desencadearam como que lições para melhorar o trabalho consoante o agrado do cliente. Houve um preparo significativo para o futuro profissional, com situações reais como a falta de equipamento, falta de disponibilidade dos elementos da banda, entre outros.

Concluo que este projeto foi uma superação face aos obstáculos encontrados e uma mais-valia para adquirir conhecimentos e técnicas tanto a nível audiovisual e gráfico bem como a situação profissional.

#### 9.2. Planos Futuros

Planeio concluir ao que inicialmente tinha planeado.

Proceder à projeção do videoclipe da música *Blackbird* nas plataformas *Youtube*, assim como a sua divulgação nas redes sociais *Instagram* e *Facebook* de forma a conseguir aumentar o seu público-alvo e corresponder às expetativas criadas pela banda.

Seguir com a finalização do álbum assim como as gravações de áudio também por concluir, conseguindo assim futuramente permitir a impressão e venda do álbum.

Está também em mente a introdução das músicas gravadas na plataforma *Spotify*, uma plataforma que reúne todas as condições possíveis para se ouvir as músicas

Pretendo continuar a seguir a banda, de modo a que não a perca como cliente e que a contemple a obter os resultados desejados continuamente.

## Capítulo X

### 10. Referências

#### 10.1. Bibliografia

Prof. Ioannia Potas - Digital vídeo and tv, 2003

Barry. Andersson – THE DSLR FILMKER'S

Geral Millerson Jim Owens - Video Production Handbook

Single-camera – Video Production

D. Katz Steven – Shot by Shot

Ken Dancyger - Técnicas de edição para cinema e vídeo

#### 10.2. Webgrafia

Colesclassroom.com

pt.wikipedia.org

filmsound.org

picturecorrect.com

brainyquote.com

primeirofilme.com.br

thevideoeffect.tv

luismacedophotography.wordpress.com

dicasdefotografia.com.br

blog.emania.com.br

timelineamescipl.wordpress.com

omeuolhar.com

tertulianarrativa.com

caminhos.info

learn.org

cuvideoedit.com

blog.ponds.com

geracao.net  
enterprise-pm.com  
pichforck.com  
pt.slideshare.net  
fotografiadicas.com.br  
room.com.br

### 10.3. Glossário

#### A

**Ação** – Termo utilizado para descrever o movimento que acontece frente à câmara.

**Álbum Musical / Álbum** – Coleção de músicas relacionadas, lançadas em conjunto num formato de áudio para o público.

**Álbum EP** – Um álbum EP é considerado com apenas 4-6 músicas com um tempo de execução total de 30 minutos ou menos.

#### B

**Blur** – Efeito de desfoque na imagem.

#### C

**Cena** – Sequência dramática com unidade de lugar e tempo, que pode ser captada de vários ângulos no momento da filmagem. Dá-se a estas captações o nome de planos.

**Contraste**- Diferença de tons na iluminação de objeto, áreas ou pessoas.

**Cover** – Consiste na regravação de uma música.

**Cronograma** – Ferramenta de gestão de atividades que contempla o tempo em que as mesmas se vão realizar.

#### E

**Edição** – Processo que consiste em selecionar, ordenar e ajustar os planos de um produto audiovisual a fim de alcançar o resultado desejado.

#### F

**Facebook** – Rede social.

**Frames** – é cada uma das imagens fixas num produto audiovisual.

#### G

**Grafismo** – Representação visual de uma ideia ou de uma mensagem.

I

**Identidade Visual** – Conjunto de elementos formais que representam visualmente, de forma sistematizada, um nome, ideia, produto, empresa, instituição, entre outros.

**Instagram** – Redes Social.

**Instastories** – Dentro da rede social Instagram existem os *instastories*. Aplicação de interação de vídeo e fotos.

J

**Jazz** – origem musical, estilo musical.

L

**Logotipo** – Peça de design que identifica uma entidade (marca ou produto).

M

**Marca gráfica** – representação simbólica de uma entidade.

P

**Pinterest** – rede social.

**Pop** – origem musical, estilo musical.

**Plano** – modo de enquadramento de uma imagem que se foca numa parte da cena.

**Photoshop** – software concretizado para a edição de imagens.

R

**Raccord** – Continuação da narrativa através de ligações credíveis nas passagens de uns planos para os outros.

**Ritmo** – Sucessão regular dos tempos fortes e fracos numa frase musical. Indica o valor das notas, de acordo com a intensidade e o tempo.

**Rock** – origem musical, estilo musical.

W

**Writing** – forma escrita

V

**Videoclipe** – Filme curto que transmite uma composição musical elaborada pelos músicos. Junção da imagem com a música. Em suporte eletrónico.

## 10.4. Anexos

### ANEXO I – GUIÃO *BLACKBIRD*

#### **GUIÃO BLACKBIRD - FADO DA CALÇADA**

#### **CENA 01 INT. ESTÚDIO DE FOTOGRAFIA**

**- NOITE : 20H**

INÊS BARROS E FANGUEIRO

(Sem olharem para a câmara. O Fangueiro tem o acordeão)

Não existem falas neste guião. Só instrumental e a voz da Barros.

Existe um compasso de espera para que o nome da música surja. A seguir o Fangueiro dá entrada primeiro, pega no acordeão e começa a tocar ao mesmo tempo que a música começa a dar. A câmara começa a movimentar-se em volta dele.

Plano médio com alguns close-ups.

Depois a câmara desaproxima do Fangueiro.

(entra logo de seguida a Barros.)

Não há cortes.

A câmara ainda em movimento começa a apanhar a Barros e o Fangueiros, onde esta começa a cantar.

(A Barros canta)

Depois desse plano, passamos para um plano mais aproximado da Barros.

Plano médio.

E a câmara sai de cena para o fundo preto.

Planos contínuos, sem corte.

#### **CENA 02 INT. ESTÚDIO DE FOTOGRAFIA**

**-NOITE : 20H**

MAURO, GABRIEL E TIAGO

(sentados, cada um com o seu instrumento)

Não existem falas neste guião. Só instrumental.

A câmara parte do fundo preto.

(os músicos começam a tocar, cada um com o seu instrumento)

A câmara faz um plano aproximado do Mauro.  
De seguida passa no Gabriel.  
E apanha o Tiago.  
A câmara sai para o fundo preto.  
Planos contínuos. Sem corte.  
Plano Médio.

**CENA 03 INT. ESTÚDIO DE FOTOGRAFIA**

**- CONTINUA**

MIGUEL

(o Miguel está de pé com o Clarinete)

Não existem falas neste guião, só instrumental.  
A câmara começa do fundo a preto em torno do Miguel, de costas.  
Acaba em fundo preto.  
Plano contínuo. Sem corte.  
Plano Close-up.

**Obs:** Aparece sozinho com essa intenção.

**CENA 04 INT. ESTÚDIO DE FOTOGRAFIA**

**- NIGHT : 20H**

MAURO, GABRIEL, TIAGO E MIGUEL

(Cada elemento com o seu instrumento, todos sentados menos o Miguel que está de pé)

Não existem falas neste guião. Só instrumental.  
A câmara parte do fundo preto.

(os músicos começam a tocar, cada um com o seu instrumento)

O Tiago é o primeiro a aparecer, seguido do Miguel, depois Gabriel, Mauro e volta ao Gabriel quando acaba uma frase da música em sintonia com o toque do Gabriel da guitarra.  
A câmara sai para o fundo preto.  
Plano contínuo. Sem cortes.  
Plano Médio.

**CENA 05 INT. ESTÚDIO DE FOTOGRAFIA**

**- DIA : 17H**

BARROS, MAURO, MIGUEL, GABRIEL, TIAGO E FANGUEIRO

(Cada elemento com o seu instrumento, todos sentados menos o Miguel e a Barros que estão de pé)

Não existem falas neste guião. Só instrumental e a voz da Barros.

A câmara parte do fundo preto.

(os músicos começam a tocar, cada um com o seu instrumento)

O Fangeiro é o primeiro a aparecer juntamente com o Miguel.

(A Barros começa a cantar)

Aparece juntamente com os anteriores a Barros e o Tiago.

Depois a câmara inclina-se para os guitarristas (o Mauro e o Gabriel) juntamente com a Barros e o Tiago.

Sempre em movimento a câmara volta a deslocar-se para o Miguel e o Fangeiro, juntamente com a Barros.

De seguida a câmara posiciona-se no meio de todos para obter um plano geral dos músicos.

E por fim, existe uma aproximação de câmara desde o ponto de posicionamento estático ao Tiago.

Acaba sob fundo a negro.

Plano contínuo. Sem cortes.

Plano Médio. Depois plano geral.