



Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas

Músico Rui Aziago

Videoclip, Teaser, Vídeo de Abertura de Concerto e Identidade Visual

Carla Aziago

Orientador: Neel Naik

Dissertação apresentado à Escola Superior de Artes Aplicada do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Professor Neel Naik, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho 2017

Composição do Júri

Presidente – Especialista Sérgio Rolando.

Professor adjunto convidado da Escola Superior de Artes Aplicadas.

Arguente – Licenciado Lionel Louro.

Professor assistente convidado da Escola Superior de Artes Aplicadas.

Orientador – Especialista Neel Naik.

Professor adjunto convidado, da Escola Superior de Artes Aplicadas.

Dedicatória

Este projeto é dedicado à família e amigos que me ajudaram durante todo o meu percurso académico na Escola Superior de Artes Aplicadas, ajudando-me a enfrentar as dificuldades e obstáculos, dando-me sempre coragem para continuar em frente.

Dedico também este projeto ao Rui Aziago e à sua banda pela ajuda e disponibilidade que sempre se aprontaram a dar para que todos os objetivos fossem atingidos com sucesso.

A todos aqueles que participaram neste projeto e me apoiaram durante as duas dificuldades.

Agradecimentos

Começo por agradecer ao orientador de projeto, professor Neel Naik, por toda a disponibilidade e ajuda que me deu durante toda a execução do projeto.

Agradeço também ao meu colega Luís Dias pela incansável ajuda que me deu durante algumas fases de captação de imagem e apontamentos técnicos de material.

Ao Rui Aziago e a toda a banda que sempre se mantiveram dispostos a participar e ajudar neste projeto para que este fosse bem-sucedido.

Aos atores do videoclip 'Pérfido Amor' e amigos, Nuno Gil e Margarida Lopo Dias, que desde o primeiro convite a participar neste projeto demonstraram a vontade de ajudar e participar.

E por último a toda a minha família e amigos que me apoiaram durante a execução do trabalho e de toda a licenciatura.

A todos um grande obrigada!

Epígrafe

“Try and fail, but never fail to try”

Jared Leto

Resumo

No mundo da música, o que tem mais relevância e importância é a composição musical em si. É um mundo que nos transporta a outros lugares, a sentimentos e estados de espírito, a sua magia é essa.

Porém, esta torna-se muito mais forte e causa mais impacto quando tem a arte da imagem associada e interligada entre si, principalmente na arte audiovisual dos videoclips.

Por outro lado, numa vertente mais promocional é essencial uma boa divulgação para o sucesso desta.

Trabalhando com o músico Rui Aziago, que acabou de lançar um álbum de originais, o meu projeto consiste em transparecer isto, em melhorar a sua identidade enquanto artista e ajudar na divulgação do seu trabalho através do poder da imagem, seguindo sempre a mensagem que o Rui quer mostrar enquanto artista, nunca esquecendo a sua essência.

Palavras-Chave:

Audiovisual

Videoclip

Identidade visual

Promocional

Abstract

In the music world, what has more relevance is the musical composition itself. It is a world that transports us to other places, feelings and states of spirit, it's as a personal magic.

However, it becomes much stronger and causes more impact when it has the art of image associated with and interconnected with each other, especially in the audiovisual art of videoclips.

On the other hand, in a more promotional aspect it is essential a good publicity for the success of itself.

Working with the musician Rui Aziago, who has just released the first album of originals, my project is to show this, to improve his identity as an artist and to help disseminate his work through the power of the image, always following the message that the Rui wants to show as an artist, never forgetting his essence.

Keywords:

Audiovisual

Videoclip

Visual Identity

Promotional

Índice

Índice de Figuras.....	12
Índice de tabelas.....	14
Capítulo I.....	15
1- Introdução.....	15
1.1- Fundamentação do projeto e contextualização	16
1.1.1- Quem é Rui Aziago.....	16
1.1.2- Escolha de projeto	17
1.2- Motivação Pessoal.....	17
1.3- Objetivos Gerais	18
1.4- Objetivos Específicos	18
1.5- Apresentação dos Elementos Existentes	18
1.6- Tema do Trabalho.....	20
1.7- Público-Alvo	20
1.8- Estrutura do Relatório	21
Capítulo II- Pesquisa Audiovisual (Videoclip, Teaser e Vídeo de Abertura).....	23
2.1- Videoclipe.....	23
2.1.1- Definição.....	23
2.1.2- História.....	25
2.1.3- Importância	27
2.2- Identidade Visual nos Videoclips	27
2.3- Teaser enquanto Ação Promocional.....	27
2.4- Contextualização de Vídeo de Abertura para Concerto.....	28
3- Pesquisa Pré-Produção.....	28
3.1- A Imagem.....	29
3.1.1- Enquadramento: Planos e Ângulos.....	29
3.1.1.1- Definição e Importância.....	29
3.1.1.2- Tipos de Planos	31
3.1.1.3- Tipos de Ângulos.....	34
3.1.2- Movimentação de Câmara.....	35

3.1.2.1- Definição e Importância.....	35
3.1.2.2- Tipos de movimentação de câmara	36
3.1.3- Composição de Imagem.....	38
3.1.4-Iluminação	39
3.1.4.1- Definição E Importância	39
3.1.4.2- Tipos de Iluminação	40
3.1.5- Câmaras DSLR.....	41
3.1.6- Lentes.....	42
3.1.6.1-Importância	42
3.1.6.2-Tipos de Lente.....	43
3.1.7- Duração de Planos.....	45
3.1.8- <i>Reparage</i>	45
3.1.9-Guião.....	46
3.1.10- Casting.....	47
3.1.11- Planificação de Rodagem.....	47
3.1.12- Storyboard.....	48
4- Pesquisa de Produção	49
4.1- Rodagem, Captação de Imagem e Pré-visualização.....	49
5- Pesquisa de Pós-Produção	50
5.1- Edição	50
5.1.1-Definição	50
5.1.2-Tipos de Corte.....	50
5.1.2- Ritmo	51
5.1.3- Efeitos Emocionais	51
5.1.5- Técnicas de Edição.....	53
5.1.6-Regras de Edição.....	53
5.1.7- Som.....	54
5.1.8- Efeitos Especiais.....	55
5.1.9-Correção de Cor	56
Capítulo III - Pesquisa Gráfica- Identidade Visual.....	59
6.1- Importância na Música.....	59
6.2 – Importância Redes Sociais no Meio	60

Capitulo IV - Estudos de Caso.....	61
7.1-Cage the elephant – Cigarrate Daydreams	61
7.1.2- Contextualização	61
7.1.2- Estudo e Análise.....	61
7.2- Hot chip- I Need You Now	63
7.2.1-Contextualização.....	63
7.2.3- Estudo e Análise.....	63
Capitulo V – Desenvolvimento.....	65
8.1- Calendarização do Projeto.....	65
8.1.1- Gráfico de Gantt.....	65
8.1.2- Reuniões.....	66
8.1.3-Orçamento.....	67
9- Desenvolvimento Videoclip ‘Pérfido Amor’	70
9.1- Mensagem e Contextualização	70
9.2- Guião Videoclip.....	72
9.3- Storyboard Pérfido Amor.....	75
9.4- Calendarização das Filmagens	80
9.5- Captação de Imagens	81
9.6- Material Técnico	82
9.7- Iluminação	83
10- Desenvolvimento de Teaser.....	83
10.1- Mensagem e Contextualização	83
10.2- Guião Teaser.....	83
10.3- Calendarização das Filmagens	83
10.4- Captação de Imagem.....	84
10.5- Material Técnico	84
10.6- Iluminação	84
11- Desenvolvimento Vídeo de Abertura.....	84
11.1- Mensagem e Contextualização	84
11.2- Guião	85
11.3- Calendarização das Filmagens	86
11.4- Captação de Imagem.....	86

11.5- Material Técnico	87
11.6- Iluminação	87
Capítulo VI - Pós-Produção Audiovisual.....	89
12.1- Pós-Produção Audiovisual Videoclip	89
12.1.2- Organização	89
12.1.3- Triagem.....	89
12.1.4- Edição de Imagem.....	89
12.1.5- Correção de Cor.....	90
12.1.6-Efeitos Especiais e Transições.....	91
13.2- Pós-Produção Audiovisual Teaser.....	93
13.2.1- Organização e Triagem.....	93
13.2.3- Edição de Imagem.....	93
13.2.4- Correção de Cor.....	94
14.2- Pós-Produção Audiovisual Vídeo de Abertura.....	94
14.2.1- Organização	95
14.2.2- Edição de Imagem.....	95
14.2.3- Correção de Cor.....	95
Capítulo VII - Produção Gráfica.....	97
15 -Pré-Produção Gráfica	97
15.1- Planificação Sessão Fotográfica.....	98
15.1.1- Material Técnico	98
15.1.2- Iluminação	99
15.1.3- Grafismo.....	99
16- Pós-Produção Gráfica.....	99
16.1- Edição de Imagem.....	99
16.2- Correção de Cor.....	99
16.3- Artes Finais.....	100
16.4- Aplicação de Artes Finais para Redes Sociais	101
Capítulo VIII - Análise e reflexão crítica.....	103
18- Reflexão crítica e conclusão.....	103
19- Bibliografia.....	105

Índice de Figuras

Figura 1 -Rui Aziago.....	16
Figura 2- Capa de álbum.....	19
Figura 3- Interior de cd.....	19
Figura 4- Página de artista na rede social Facebook.....	20
Figura 5- Depeche Mode em 'I Feel You'	23
Figura 6- Arcade Fire em 'Reflektor'	24
Figura 7- 30 Seconds To Mars em 'Hurricane'.....	25
Figura 8- Elvis Presley em Jailhouse Rock.....	26
Figura 9- The Beatles ao vivo.....	26
Figura 10- Michael Jackson em 'Thriller'	26
Figura 11- Diferentes tipos de perspetiva Linear.....	30
Figura 12- Diferentes tipos de perspetiva Linear.....	30
Figura 13- Exemplo de Long Shot retirado do videoclip 'Pérfido Amor'	31
Figura 14- Exemplo de Plano Geral retirado do videoclip 'Pérfido Amor'.....	31
Figura 15- Exemplo de Plano Americano retirado do videoclip 'Pérfido Amor'.....	32
Figura 16- Exemplo de plano médio retirado do videoclip p'Pérfido Amor'	32
Figura 17- Exemplo de plano médio retirado do videoclip p'Pérfido Amor'	32
Figura 18- Exemplo de <i>Close-Up</i> retirado do videoclip 'Pérfido Amor'.....	33
Figura 19- Exemplo de Plano de Detalhe retirado do Videoclip 'Pérfido Amor'	33
Figura 20- Exemplo de Plano de Detalhe retirado do Videoclip 'Pérfido Amor'	33
Figura 21-Exemplo de ângulo <i>eye level view</i> retirado do videoclip 'Pérfido Amor'.....	34
Figura 22- Exemplo de ângulo de <i>low level view</i> do videoclip 'Pérfido Amor'.....	34
Figura 23- Exemplo de ângulo <i>high level view</i> do videoclip 'Pérfido Amor'.....	35
Figura 24- Explicação da técnica <i>PAN</i> , Tilt e Dolly.....	36
Figura 25-Explicação da técnica ZOOM.....	36
Figura 26- Explicação da técnica <i>Pull-Back</i> ou <i>Pull-Out</i>	37
Figura 27-Explicação da técnica <i>Crane Moves</i>	37
Figura 28-Exemplo regra dos três, retirado do videoclip 'Pérfido Amor'.....	38
Figura 29-Exemplo regra da espiral ouro, retirado do videoclip 'Pérfido Amor'	39
Figura 30-Relação das cores e emoções.....	40
Figura 31- Exemplo de luz de High Key e Low Key	41
Figura 32- Interior Câmara DSLR.....	41
Figura 33- Comparação de sensores.....	42
Figura 34- Exemplo de Lentes Canon.....	44
Figura 35- Reino de 'Dorne' em Game of Thrones localizado em Sevilha, Espanha.....	45
Figura 36- Início de guião do filme 'the curious case of benjamin button'	46
Figura 37- Exemplo de Casting.....	47
Figura 38- Exemplo de storyboard realizado por Hitchcock do filme 'Pshyco'	48

Figura 39- Filme 'Requiem for a Dream' 52	
em cores associadas a desespero	Figura 40 - Filme 'Braveheart'
em..... 52	
Figura 41- Produção do filme 'Alice in 55	
Wonderland'	Figura 42 - Filme 'The Revenant'
..... 55	
Figura 43- Exemplo de correção de cor e grading..... 57	
Figura 44- Imagens do videoclip 'Cigarrete Day Drems' por Cage The Elephant 62	
Figura 45- Imagens de Need You Know da banda Hot Chip..... 64	
Figura 46- Esquema de narrativa 'Pérfido Amor' 72	
Figura 47- Representação 9 fases do guião 'Pérfido Amor' 74	
Figura 48- Primeira folha de storyboard 75	
Figura 49- Terceira folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 76	
Figura 50- Segunda folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 76	
Figura 51- Quarta folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 77	
Figura 52- Quinta folha do storyboard 'Pérfido Amor' 77	
Figura 53- Sexta folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 78	
Figura 54- Sétima folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 78	
Figura 55- Oitava folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 79	
Figura 56- Nona folha do Storyboard 'Pérfido Amor' 79	
Figura 57- Captação de Imagem 'Pérfido Amor' 82	
Figura 58- Captação de Imagem Vídeo de Abertura 86	
Figura 59- Correção de Cor em Lumetri Color- 'Pérfido Amor' 91	
Figura 60- Exemplo de efeitos Especiais em 'Pérfido Amor' 92	
Figura 61- Edição em Premiere de Pérfido Amor..... 93	
Figura 62- Edição em Premiere do teaser de live concert..... 94	
Figura 63- Edição em Premiere do vídeo de abertura para concerto 95	
Figura 64- Fadista Mariza..... 97	
Figura 65- Fadista Camané 97	
Figura 66- Arte final com finalidade a foto de capa para a rede social facebook..... 100	
Figura 67- Arte final com a finalidade de foto de perfil para a rede social facebook. 100	
Figura 68 -Rui Aziago..... 101	
Figura 69- Artes finais aplicadas na rede social do Facebook. 101	

Índice de tabelas

Tabela 1- Gráfico de Gantt.....	65
Tabela 2- Cálculo da taxa horária	67
Tabela 3- Orçamento Criativo.....	68
Tabela 4- Cálculo da taxa horária	69
Tabela 5- Planejamento 'Pérfido Amor'	81

Capítulo I

1- Introdução

No âmbito da disciplina de projeto final foi proposto um trabalho na área de Design Gráfico ou Multimédia e Audiovisual. Dado o meu percurso na Escola Superior de Artes Aplicadas, a área pelo qual despertei mais gosto e interesse foi sem dúvida a área do audiovisual.

Dessa forma optei por escolher então um projeto em que pudesse aplicar maioritariamente os conhecimentos que aprendi ao longo destes quatro anos nessa área. Assim sendo, este projeto foi feito em parceria com Rui Aziago, músico e professor que tinha acabado de lançar o seu primeiro álbum de originais. Sendo que o Rui já tinha o CD lançado, mas com pouca divulgação e mínima identidade visual do seu projeto.

Com isto, o meu projeto consiste então participar na ação de divulgação e promoção deste artista através do poder da imagem. Claro que a principal relevância no mundo da música é a composição musical em si, o poder que tem de nos transportar a outros sítios, sentimentos e vontades, mas quando esta tem aliada a si a arte da imagem torna-se muito mais forte e marcante, para além de que é essencial que esta exista para uma forte promoção.

Com isto, o meu trabalho resume-se principalmente a quatro vertentes: A criação de um videoclip (Pérfido Amor); A criação de um teaser em live; Um vídeo de abertura de concertos; Renovação de Identidade Visual enquanto artista. Para além disto, inicialmente tinha também em visão a criação de um novo grafismo para o álbum que o Rui tinha lançado, mas após a apresentação da proposta do meu projeto final aos professores foi-me aconselhado a retirar este ponto por a capa já estar realizada e não sendo necessária acrescentar neste momento.

A essência do Rui enquanto artista foi sempre posta em consideração durante todo o projeto.

“celebrar a vida, o amor e a solidariedade na transparência da língua portuguesa”

Ou seja, sendo um projeto de divulgação ao Rui, tendo em conta todas as peças já referidas, o meu principal objetivo é demonstrar através da imagem a mensagem e essência deste artista aplicando todos os conhecimentos que adquiri ao longo de toda a licenciatura.

1.1- Fundamentação do projeto e contextualização

1.1.1- Quem é Rui Aziago

Rui Aziago é um músico, compositor e professor, nasceu em Castelo Branco em novembro de 1980 e é natural do Ladoeiro. Concluiu o ensino secundário em 2000, mas já a partir de 1995 foi membro fundador do grupo de rock 'Freedom' enquanto vocalista. Em 2006 concluiu o curso de professor de ensino básico de Variante de Educação Musical. No mesmo ano é membro fundador do grupo de fados da Associação Académica da Guarda "Capas, Copos e Guitarradas' enquanto vocalista e instrumentalista (guitarra portuguesa).

No presente ano, enquanto compositor, transporta na bagagem mais de 50 temas de originais desde o rock ao fado.

O álbum, de nome próprio, é composto por 12 temas e é uma viagem que pretende celebrar a vida, o amor e a solidariedade na transparência da língua portuguesa.



FIGURA 1 -RUI AZIAGO

1.1.2- Escolha de projeto

A escolha do projeto inseriu-se essencialmente em questões pessoais, ou seja, principalmente as áreas que tenho preferência em trabalhar: Realização, Argumento e Edição.

Para além disto, junta um outro mundo que tenho como referência na minha vida e trabalho, a música.

Desta forma, é essencialmente a criatividade de dar imagem ao que está a ser ouvido e dito e a forma como é feita que me desperta interesse. Ao lermos um livro, temos a capacidade de imaginar imagens referentes ao que está escrito, essas são baseadas de acordo com as nossas vivências, mas é sempre interessante ver as outras possibilidades de representação que a mesma palavra pode ter para outra pessoa.

A arte do videoclipe surge um pouco nesse âmbito: a capacidade de ouvirmos uma música que nos transporta para lugares, sítios, narrativas e sentimentos e as enormes possibilidades que o temos para fazer.

Para além disto, há uma liberdade de criatividade na narrativa e edição, sendo que para além dos conhecimentos que adquiri ao longo da licenciatura, desperta a atenção para desafios que ainda não me foram impostos.

Trabalhando com o Rui Aziago, que aquando a escolha do projeto tinha acabado de lançar um álbum de originais, vi essa possibilidade a ser realizada. Tendo pouca ou quase nula identidade visual referente ao seu trabalho, a criação de um videoclip, teaser, identidade visual e um vídeo de abertura iria possibilitar uma maior abrangência de público, ou seja, uma vertente promocional, iria também defini-lo enquanto artista e as mensagens que ele pretende transmitir com as palavras que canta.

1.2- Motivação Pessoal

Sendo a área audiovisual que quero trabalhar num futuro após a licenciatura, a minha motivação é principalmente mostrar as minhas capacidades enquanto realizadora, argumentista e editora, ou seja, mostrar o meu trabalho de processo criativo, as minhas ideias e concluindo com um pouco de mim também, pois todo o trabalho que realizamos tem um cunho pessoal pelas vivências pessoais e personalidade.

Para além disto, trabalhar com um familiar meu foi também enriquecedor nesse sentido, pois existe a vontade de que ele tenha sucesso e se ao mesmo tempo possa também mostrar o meu trabalho, é um projeto ideal.

1.3- Objetivos Gerais

- Renovação de Identidade Visual enquanto artista
- Criação de Videoclip 'Pérfido Amor'
- Criação de um teaser de live concert
- Criação de um vídeo de abertura para concertos

1.4- Objetivos Específicos

- Dar a conhecer ao público Rui Aziago enquanto artista
- Promoção ao álbum para uma maior abrangência de público
- Criar uma relação entre artista e público através da linha de conceptualização de identidade apresentada nas diversas peças

1.5- Apresentação dos Elementos Existentes

Ao iniciar este projeto, o Rui já tinha lançado alguns elementos referentes a identidade de visual, como o álbum e página de rede social como o facebook.

Após uma análise a estas, é possível verificar que o poder de comunicação destas é fraco, não tendo coerência entre os diversos elementos nem a possibilidade de definir conceitos enquanto à essência do Rui enquanto artista. Assim, para além da ação promocional que irá ter todo o produto audiovisual (videoclip, teaser, vídeo de abertura) é também essencial criar ligações entre as diversas plataformas onde existe poder de dar a conhecer.

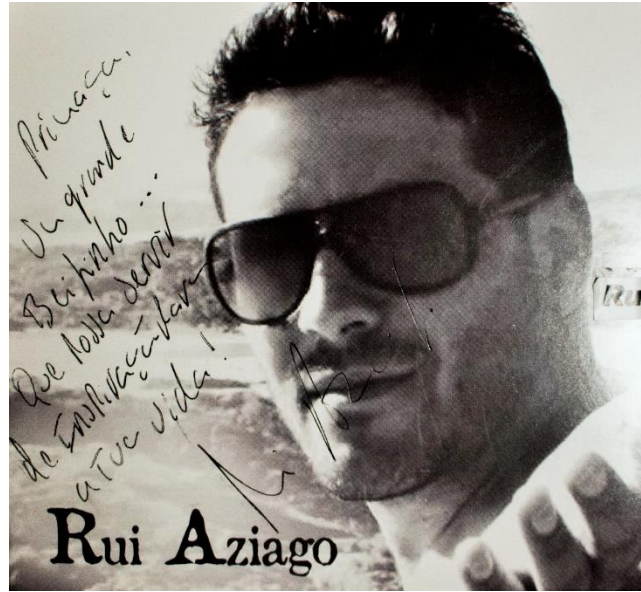


FIGURA 2- CAPA DE ÁLBUM



FIGURA 3- INTERIOR DE CD



FIGURA 4- PÁGINA DE ARTISTA NA REDE SOCIAL FACEBOOK

1.6- Tema do Trabalho

O tema de trabalho ao longo de todo o projeto baseia-se principalmente na conceptualização do Rui Aziago, ou seja, a sua definição enquanto artista, os sentimentos que projeta e vocaliza nas suas palavras e músicas. Para que isto seja eficaz foi então planeado a sua renovação de identidade visual, um videoclip (Pérfido Amor), a criação de um teaser de live concert e um vídeo de abertura para concertos, onde este projeta também um pouco de si.

É principalmente o poder da palavra e do sentimento (amor e solidariedade) que o Rui baseia todo o seu projeto. Assim, toda a narrativa escolhida é baseada principalmente numa vertente simbólica com objetivos de transmitir mensagens que o recetor associe a vários sentimentos e memórias pessoais.

1.7- Público-Alvo

Antes de lançar o primeiro álbum de originais, o Rui já tinha outros projetos como um grupo de fados “Capas, Copos e Guitarradas”, tendo então já algum renome na zona da

beira baixa associado ao fado. O seu primeiro álbum de originais vem de desencontro a esta associação, sendo um projeto mais virado para o rock-pop e baladas.

Assim, o principal objetivo no público alvo é manter todos os antigos ouvintes que referem o nome do Rui ao fado e cativar novo público e mais jovem com o lançamento deste álbum, localizando-se numa faixa etária entre os 16-50 anos.

A escolha de identidade visual vem um pouco desta associação do 'sereno' e 'simplicidade' que o Rui tem associado ao seu nome pelo fado, com um novo 'grito' que tem o videoclip 'Pérfido Amor', visualmente mais forte e destacado à diferença da harmonia do fado, com o objetivo de manter a sua essência pelo qual é conhecido juntamente a uma mudança pelo qual o Rui enquanto artista necessitava para a sua promoção e cativar novos ouvintes.

1.8- Estrutura do Relatório

O presente relatório encontra-se dividido por nove capítulos.

O primeiro capítulo de introdução é composto pela contextualização e objetivos do projeto.

No segundo capítulo encontra-se toda a pesquisa audiovisual necessária para complementar todo o trabalho de videoclip, teaser e vídeo de abertura, envolvendo todos os passos de Pré-Produção, Produção e Pós-Produção bem como a importância de cada um para uma boa vertente promocional da música.

No terceiro capítulo encontramos toda a pesquisa Gráfica com objetivos de Identidade Visual, sendo primordial a mensagem que esta transmite.

No quarto capítulo encontramos dois estudos de caso referentes ao processo do videoclip, ou seja, uma análise e resultados a dois videoclips de encontro ao mesmo estilo de edição que pretendo.

No quinto capítulo encontra-se todo o desenvolvimento referente ao projeto: seja planificações, storyboards, mensagens e justificações de todas as escolhas feitas, tendo então toda a pré-produção e produção do videoclip, teaser e vídeo de abertura.

No sexto capítulo encontra-se toda a pós-produção dos elementos audiovisuais acima referidos, compostos por todas as escolhas de edição como ritmo, correção de cor e efeitos especiais e suas escolhas.

O sétimo capítulo é composto por toda a pré-produção e pós-produção gráfica, envolvendo a calendarização e escolhas gráficas, e mensagem envolvente.

O oitavo capítulo é composto pela análise, reflexão crítica e planos futuros daqui em diante. É então todo um balanço do trabalho que foi desenvolvido durante estes meses neste projeto.

No nono capítulo encontra-se a bibliografia, glossário e anexos necessários a este relatório.

Capítulo II- Pesquisa Audiovisual (Videoclip, Teaser e Vídeo de Abertura)

2.1- Videoclipe

2.1.1- Definição

O videoclip ou teledisco é uma peça audiovisual (digital ou analógica) que tem como principais elementos a música, letra e imagem, que são manipulados de forma a provocar produções de sentidos. Este é usado como forma de promoção a uma música ou álbum dos respetivos artistas, ou seja, principalmente usado no mundo da música. A montagem, ritmo, efeitos especiais, grafismos e movimentações de câmara são elementos recorrentes deste tipo de peça.

O videoclip pode ser dividido por duas categorias: videoclips de desempenho e videoclips concetuais.

O primeiro mostra principalmente o artista a cantar e a dançar, ou seja, de desempenho.



FIGURA 5- DEPECHE MODE EM 'I FEEL YOU'

O segundo é principalmente quando o videoclip mostra mais durante a sua duração, com ambições mais artísticas.



FIGURA 6- ARCADE FIRE EM 'REFLEKTOR'

Numa análise feita por Sven E Carlsson, cronista no site filmsound.org, este divide os videoclips por três tipos de artista:

Num tipo de performance em que o artista não é mais artista, ou seja, é uma materialização comercial que vende a sua voz, rosto, estilo de vida, tentando evocar o carisma do estrelato e da sexualidade, um sonho de ser celebridade e ser um centro de desejo.

Outro tipo de performance em que o artista usa letras banais e usa a televisão como um meio, ou seja, como um contador de histórias que usa imagens reais na tela em vez de mensagens internas e pessoais. Criando poesia visual, estes artistas usando letras de história banais empregam imagens de história sobre a vida e a morte.

E por último, o 'eletronic shaman'. O cronista defende este tipo de artista como um ego-bidimensional, conseguindo-se deslocar no tempo. Define-o como uma jornada espiritual através de cortes de imagem e atributos mágicos, sendo que para este à um significado oculto para tudo, sendo que a sua voz e ritmo formam uma linha de vida que conecta imagens e som simultaneamente criando novas experiências e associações para aqueles envolvidos na jornada de transmissão consciente fora do tempo e espaço.



FIGURA 7- 30 SECONDS TO MARS EM 'HURRICANE'

Assim, a arte do videoclip, para além da vertente promocional ao artista em questão, transporta consigo todo um poder de transmitir sentimentos, histórias e vontades, seja ou não, numa vertente mais artística, este é visto como uma linha de identidade do artista em questão, podendo o público retirar conclusões sobre a sua essência, para além da música promovida.

2.1.2- História

O videoclip viu as suas raízes criadas pelos anos 20. Já nessa altura os cineastas tentavam articular a montagem de imagem, música e efeitos para criar um novo tipo de narrativa, diferente dos tipos de peças (literatura, teatro) até então feitos.

Um dos primeiros considerados videoclips remonta-nos para a década de 1950, com a famosa cena de Gene Kelly em *Dancing in the Rain* e com o mítico rei do rock'n'roll Elvis Presley no filme *Jailhouse Rock* em 1957.

Em 1960, o videoclip começou a ser cada vez mais recorrente, principalmente a ser utilizado pela grande banda The Beatles, pois pela indisponibilidade de poderem dar tantos concertos ao vivo, assim era uma possibilidade de passarem na televisão e serem visíveis por muitas pessoas.



FIGURA 8- ELVIS PRESLEY EM JAILHOUSE ROCK



FIGURA 9- THE BEATLES AO VIVO

Em 1970 com o avanço da fita de vídeo e videocassetes domésticos, (reprodutores de cassetes de vídeo), em 1980 a experiência cinematográfica passou a ser mais íntima, privativa e residencial, sendo que os produtores passaram a aproximar as linguagens dos filmes às linguagens da televisão.

Em 1981 foi criado o canal de música americano MTV (The Music Channel) com o propósito de divulgação de música e de videoclips, criando uma maior dimensão no que toca à importância dos videoclips e a promoção aos artistas. A década de 80 marca também, para além do grande marco musical com a música synth e o rock, o início de grandes produções audiovisuais, destacando-se vários clássicos da época como Michael Jackson em *Thriller* ou Pink Floyd em *Another Break in The Wall*.



FIGURA 10- MICHAEL JACKSON EM 'THRILLER'

2.1.3- Importância

O videoclip é um meio que une o público e o artista. É um vínculo que relaciona o artista na sua própria arte entre a música e a imagem e o define enquanto essência e mensagens que transmite.

Para além de ser um meio que consegue chegar a muito mais público (cada vez mais pela internet) é uma forma de dar a conhecer não só a sua música, mas também um tipo de arte apoiada em imagem, sendo essencial para a promoção deste.

2.2- Identidade Visual nos Videoclips

No mundo da música, o que tem mais relevância e importância é sem dúvida a composição musical em si, ou seja, a peça criada pelo artista. Mas é sustentada pela arte da imagem que esta vai criar uma conceptualização do artista na sua composição como um todo, ou seja, como se o artista tivesse o seu “mundo”, composto pelas suas músicas, letras, imagem, mensagens, sentimentos. É aqui que entra a importância da identidade visual, é esta que vai ter a capacidade de relacionar tudo o que o artista faz ao encontro da sua essência e daquilo que este pretende demonstrar e fazer sentir ao público aquilo que ele é.

Sendo escolha ou não do artista, pois muitas vezes essas escolhas são implementadas por produtoras que vêem um artista como um meio de venda, mas maioritariamente este é como visse a sua ‘alma desnuda’, ou seja, implanta um pouco de si em tudo o que faz, sendo isto que irá criar uma relação e uma linha com o público que este cria.

2.3- Teaser enquanto Ação Promocional

Teaser, do verbo em inglês (“tease”) ou seja provocar, é uma técnica de marketing com finalidade que a própria impõe: provocar o desejo de ver mais, para chamar atenção e para aumentar o interesse do público alvo em questão.

A composição da peça, neste caso audiovisual, por norma é de curta duração (de 30 segundos a 1 minuto), com escolha de imagens particularmente que apelem o desejo e que tenham dinâmica para que vem a visualize fique com vontade de ver mais.

2.4- Contextualização de Vídeo de Abertura para Concerto

“Um concerto ao vivo para mim é emocionante por causa de toda a eletricidade gerada na multidão e no palco. É a minha parte favorita do negócio, concertos ao vivo.”

-Elvis Presley

Pegando pela citação em cima descrita, é esse o poder da música no seu estado mais puro: ao vivo.

É em palco que vemos o artista no seu estado mais ‘desnudo’ e puro, todas as suas emoções e todo o poder que este nos transmite. A música ao vivo é capaz de nos transportar para outros lugares, sentimentos, e principalmente criar um laço de união entre o público e o artista, sendo a sensação de uma ‘família’ em que todo o público está a celebrar e cantar a arte juntamente com quem a criou.

É pela importância dos concertos ao vivo e pela sua magia que se insere todo um conjunto de apoios (sejam audiovisuais, luzes) para acentuar esta experiência única.

3- Pesquisa Pré-Produção

A fase de pré-produção de um projeto é onde todo o planeamento ocorre antes que a câmara comece a gravar. Quer seja medido em minutos, horas ou dias, esta fase de planeamento define a visão geral do projeto. A pré-produção começa no momento em que se começa a escrever alguns pontos para cobrir num vídeo, mesmo que seja uma pequena peça feita para um blog. À medida que os projetos se tornam mais ambiciosos, pode começar o storyboard de um projeto. Os storyboards podem realmente suavizar o processo de pós-produção quando é hora de edição.

3.1- A Imagem

3.1.1- Enquadramento: Planos e Ângulos

3.1.1.1- Definição e Importância

A noção de enquadramento é essencial para o sucesso de qualquer peça audiovisual, é o enquadramento que vai decidir o que vai ser visto em cada momento de ação e o que o espetador irá perceber e sentir.

O enquadramento depende essencialmente de três elementos: o plano, a altura do ângulo e o lado do ângulo. O plano baseia-se principalmente entre distância entre a câmara e o objeto, levando de seguida a planear que tipo de lente usar.

Numa narrativa há muitas razões para escolher variados ângulos: dependendo de seguir o objeto, mudar o ponto de vista, a estabilização de locais ou de sentimentos a transmitir. O espaço onde a ação decorre é de extrema importância para suportar o tipo de ângulo que o objeto pede.

A história de criação de diversificação de planos e ângulos remonta-nos para os anos trinta e quarenta, na medida de corte de orçamento de gravação, sendo que as cenas de dialogo eram gravadas em estúdio e posteriormente integradas na localização pretendida, criando a ilusão de uma continuidade espacial. Sendo que essa técnica continua a ser muito usada nos dias de hoje, a verdade é que o objeto em questão e o espaço nunca estão separados numa narrativa. Juntas contribuem para o estado de emoção, atmosfera, formas fisionómicas e elementos dramáticos e interação de forma a produzir novos significados em cada plano.

O espaço relacional entre o objeto e a localização é determinada pelos ângulos de câmara, esta sozinha não tem qualquer tipo de impacto, pois o seu valor depende da narrativa em questão.

Num filme, ou qualquer peça audiovisual o visualizador identifica-se com a câmara. Quando a câmara se move, seja num *traking shot* ou através de cortes, o visualizador experiencia a sensação de movimento e de realidade, tornando-se parte da coreografia.

A noção de perspetiva é essencial para uma boa interação entre os planos e o espaço. É a perspetiva que vai dar realce a certos pontos que o plano pede e o realizador pretende. Seja para dar profundidade, seja para ver do ângulo de vista, seja para dar dois pontos de perspetiva. A perspetiva linear é fundamental no sucesso dos ângulos e planos.

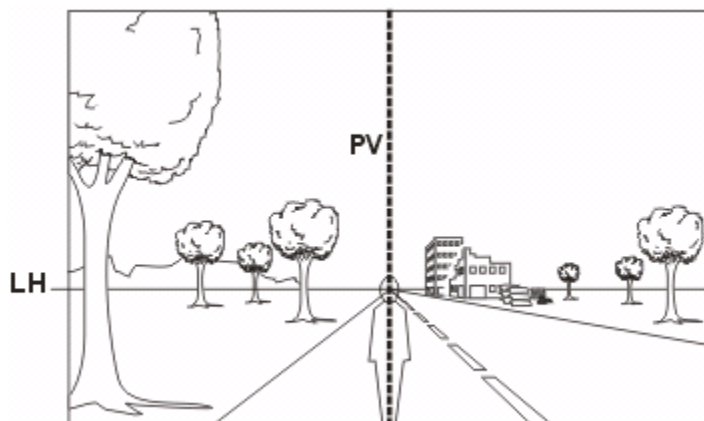


FIGURA 11- DIFERENTES TIPOS DE PERSPETIVA LINEAR

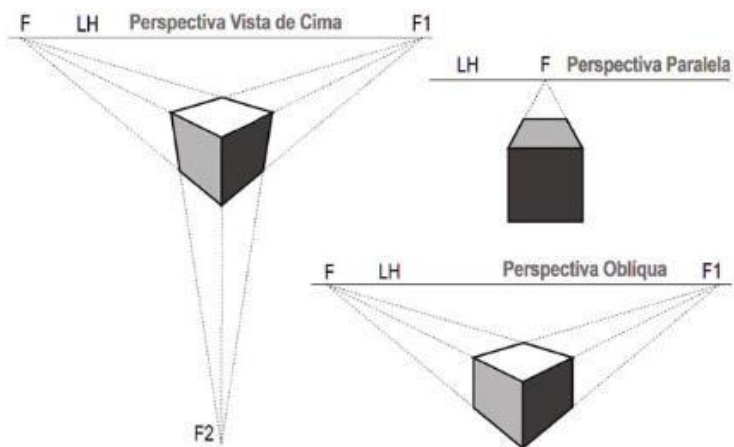


FIGURA 12- DIFERENTES TIPOS DE PERSPETIVA LINEAR

3.1.1.2- Tipos de Planos

Assim sendo, apresentam-se alguns tipos de planos usados no videoclip 'Pérfido Amor' criado para o projeto.



FIGURA 13- EXEMPLO DE LONG SHOT RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Long Shot- A câmara está distante do objeto, de modo a que ele ocupe uma pequena parte do cenário. É um Plano de ambientação.



FIGURA 14- EXEMPLO DE PLANO GERAL RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Plano Geral- O ângulo visual é bem aberto, deste modo, a câmara revela todo o cenário que está presente à sua frente. É aplicado frequentemente em exteriores ou interiores de grandes proporções.



FIGURA 15- EXEMPLO DE PLANO AMERICANO RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Plano Americano: Este, permite a visualização da personagem apenas do joelho para cima.

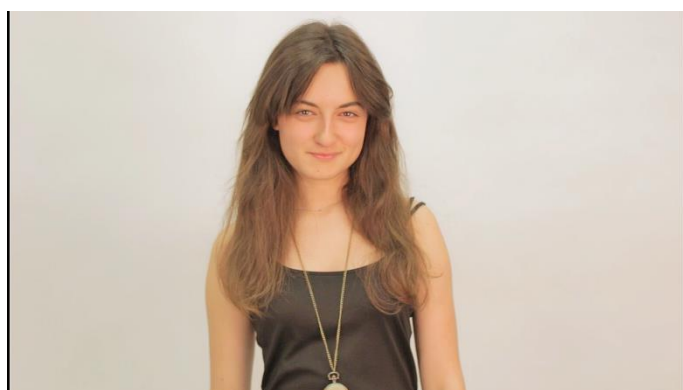


FIGURA 17- EXEMPLO DE PLANO MÉDIO RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'



FIGURA 16- EXEMPLO DE PLANO MÉDIO RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Plano médio: A personagem aparece apenas da cintura para cima, ocupando

grande parte do espaço da tela.



FIGURA 18- EXEMPLO DE *CLOSE-UP* RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Close-Up: Neste plano, a personagem é enquadrada do peito para cima, ocupando grande parte da tela, não revelando o espaço à sua volta.

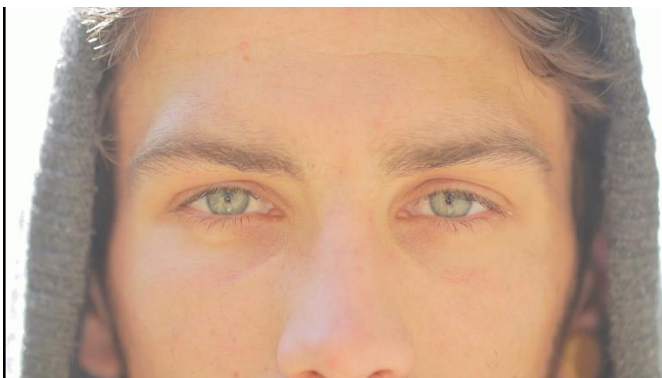


FIGURA 20- EXEMPLO DE PLANO DE DETALHE RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

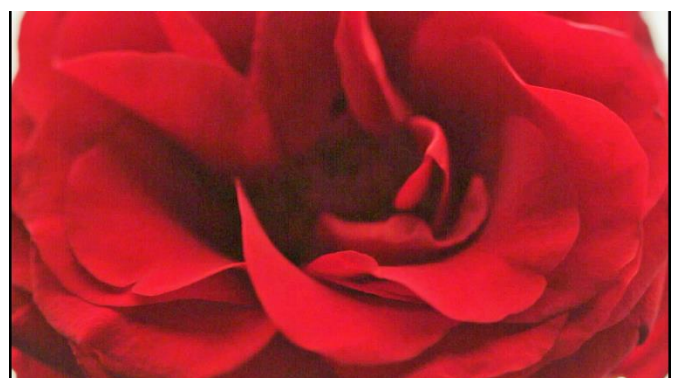


FIGURA 19- EXEMPLO DE PLANO DE DETALHE RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Plano de Detalhe: É enquadrado um pormenor relevante, poderá ser uma parte do corpo ou até mesmo um objeto.

3.1.1.3- Tipos de Ângulos

Relativamente aos ângulos, são apenas três as posições fundamentais de acordo com a finalidade da narrativa.



FIGURA 21- EXEMPLO DE ÂNGULO *EYE LEVEL VIEW* RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Eye Level View: A câmara encontra-se ao mesmo nível da personagem.



FIGURA 22- EXEMPLO DE ÂNGULO DE *LOW LEVEL VIEW* DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Low Angle View ou **ângulo contrapicado:** A câmara encontra-se a um nível inferior á personagem.



FIGURA 23- EXEMPLO DE ÂNGULO *HIGH LEVEL VIEW* DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

High Angle View ou **ângulo picado**: A câmara encontra-se a um nível superior á personagem.

3.1.2- Movimentação de Câmara

3.1.2.1- Definição e Importância

As razões para adicionar movimento a uma cena são direcionadas a partir da filosofia da narrativa e parâmetros de cada cena. A movimentação e a não movimentação de cada plano deve vir da história que queremos contar. Como a câmara se move é tão importante para a narrativa como o som, dialogo e luz.

Através da movimentação de câmara consegue-se mostrar perspetiva, como por exemplo o que a personagem vê, sente e reage, consegue-se mostrar emoção através da rapidez, ângulo e o tipo de movimentação sugere o que a personagem está a sentir, aumentando a tensão ou acabando com ela. Mas principalmente a movimentação de câmara é usada para enfatizar aquilo que queremos mostrar. Ao se mover a câmara em certo ângulo, o visualizador tem tendência a olhar para onde a imagem se está a deslocar, dessa forma conseguimos dar 'foco' ao que pretendemos e também que certos elementos passem despercebidos.

“Qual é a parte importante para olhar? Para onde a câmara está a ir”

Barry Andersson, The DSLR FILMAKER'S HANDBOOK. 2ª ed, 2015

3.1.2.2- Tipos de movimentação de câmara

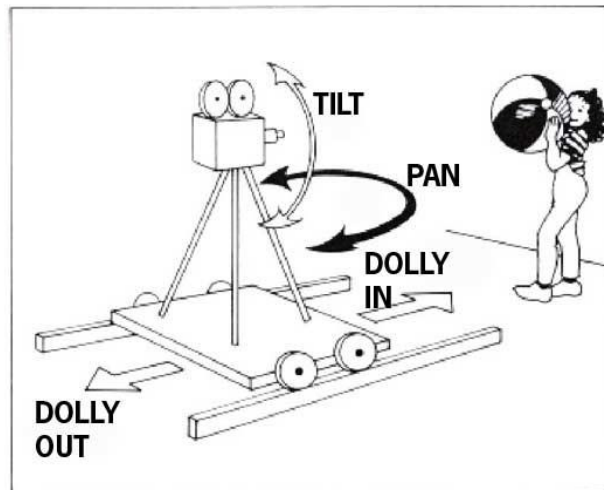


FIGURA 24- EXPLICAÇÃO DA TÉCNICA PAN , TILT E DOLLY

PAN e TILT -A câmara movimenta-se sobre o seu eixo da direita para a esquerda ou vice-versa. *Tilt* é quando o movimento se enquadra no eixo de cima para baixo na vertical.

Zoom–
Changing your framing with the lens while the camera isn't moving.

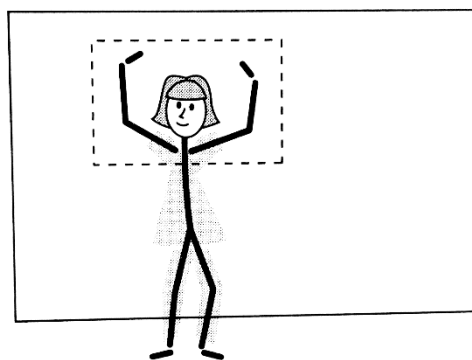


FIGURA 25-EXPLICAÇÃO DA TÉCNICA ZOOM

Imagem retirada de: Barry Andersson- The DSLR FILMAKER'S HANDBOOK. 2ª ed, 2015

Zooming- A movimentação de *zooming* só é possível quando a lente usada é de zoom. Esta serve para fazer o movimento de aproximação ou o contrário sem que a câmara ou o objeto em questão se mova.

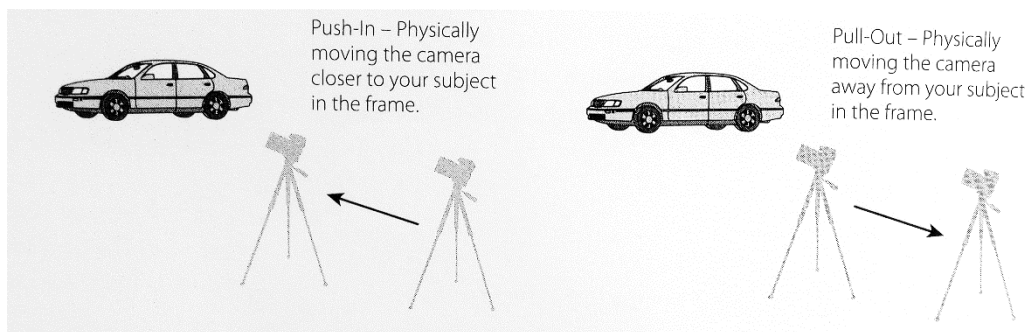


FIGURA 26- EXPLICAÇÃO DA TÉCNICA *PULL-BACK* OU *PULL-OUT*

Imagem retirada de: Barry Andersson- The DSLR
FILMAKER'S HANDBOOK. 2ª ed, 2015

Pull-Back (or Pull-Out) - Acontece quando a câmara se move para trás (ou para a frente) em relação ao objeto em questão (*Dolly*)

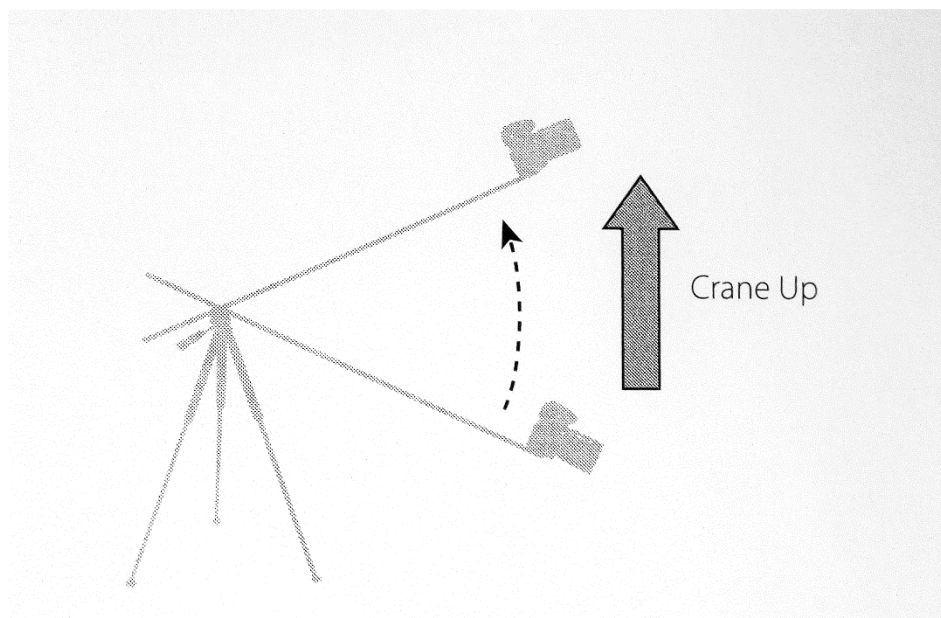


FIGURA 27-EXPLICAÇÃO DA TÉCNICA *CRANE MOVES*

Imagem retirada de: Barry Andersson- The DSLR
FILMAKER'S HANDBOOK. 2ª ed, 2015

Crane Moves: É uma movimentação que possibilita a câmara começar num angulo baixo perto do chão e elevar a câmara acima da ação e do chão.

3.1.3- Composição de Imagem

Regra dos três terços

Muitas das máquinas digitais já apresentam esta regra no ecrã LCD. Esta consiste na divisão da imagem em nove blocos, com duas linhas horizontais equidistantes entre si e outras duas linhas verticais equidistantes entre si, criando um padrão 3x3 com quatro intersecções: os pontos de força.

Estes pontos são as áreas fortes da imagem, sendo que a nossa visão irá ter maior tendência a dar mais atenção a esta área. Assim, deveremos ter em conta esta regra na composição dos nossos planos e ângulos, pois a atenção do visualizador irá centrar -se nessa área.



FIGURA 28-EXEMPLO REGRA DOS TRÊS, RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

Regra da Espiral de Ouro

O plano divide-se através da aplicação de uma espiral que ao ficar cada vez mais fechada vai indicando os pontos de principal interesse da ação, sendo a parte de menor dimensão a de maior importância.

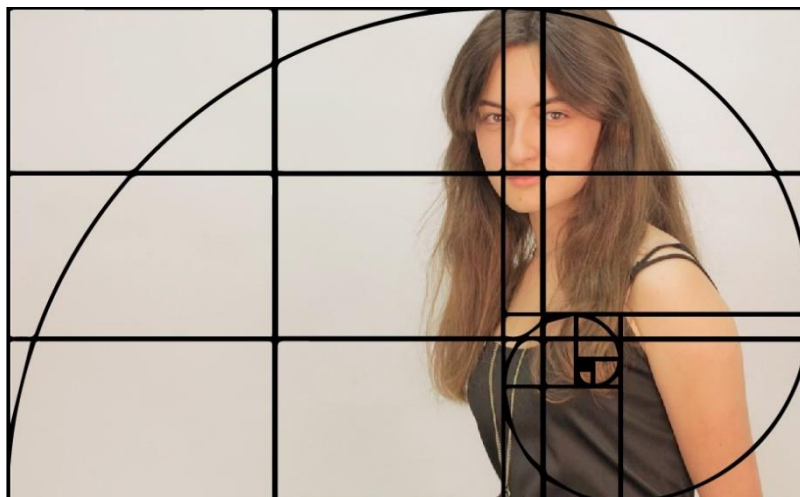


FIGURA 29-EXEMPLO REGRA DA ESPIRAL OURO, RETIRADO DO VIDEOCLIP 'PÉRFIDO AMOR'

3.1.4-Iluminação

3.1.4.1- Definição E Importância

Para qualquer cena, a iluminação é necessária. Mas esta pode transformar-se em arte, pois até com luz natural é possível escolher como o objeto em questão irá relacionar-se com esta através de definições de câmara, a localização escolhida e o ângulo da mesma.

A escolha de iluminação deve ser feita durante a pré-produção e esta deve ser pensada na composição de imagem planeada, sendo essencial constar também no storyboard planeado, como o tipo de luzes, o seu ângulo e posição e equipamento necessário.

Antes do decorrer de gravações a iluminação irá ser posta inicialmente como planeado, mas maioritariamente esta irá se alterar após toda a cena estar composta, pois após ensaios é necessário ver como todas as movimentações de câmara e luz estão compostas durante o decorrer de toda a cena.

Os diferentes tipos de fonte de luz distribuem a iluminação de forma diferente, sendo que esta pode até tomar formas dependendo de onde estas incidem. Outro elemento fundamental nas decisões de iluminação é a cor, pois a luz não é branca. Normalmente a cor é medida em graus kelvin, e esta pode influenciar o resultado final de uma cena, podendo-se escolher o tipo de luz baseado nas cores, filmar em certas horas do dia ou manipular esta em pós-produção.

“A cor é um resultado final de temperatura, das luzes, filtros, lentes e câmara”

Barry Andersson The DSLR FILMAKER'S HANDBOOK

Para além disto, a luz é responsável por adicionar profundidade e dimensão ao separar o objeto em questão do background, podendo-se ajustar de acordo com a narrativa da história. Essencial também à narrativa da história é transmitir emoções e estados das personagens e locais, e a luz é essencial para isso, através da quantidade de luz que transmitimos em cada cena e como o fazemos.

BLACK sophistication power mystery formality evil death	GRAY stability security strength of character authority maturity	PURPLE royalty luxury dignity wisdom spirituality passion vision magic
YELLOW joy cheerfulness friendliness intellect energy warmth caution cowardice	WHITE freshness hope goodness light purity cleanliness simplicity coolness	PINK romance compassion faithfulness beauty love friendship sensitivity
RED danger passion daring romance style excitement urgency energetic	BLUE peace stability calmness confidence tranquility sincerity affection integrity	GREEN life growth environment healing money safety relaxation freshness

FIGURA 30-RELAÇÃO DAS CORES E EMOÇÕES

3.1.4.2- Tipos de Iluminação

High Key

High Key lighting é um tipo de luz muito brilhante e tons claros pela cena. É característica pela falta de sombra e a maneira mais fácil de a utilizar é usar soft light, ou seja, luz muito difusa. Para se atingirem bons resultados a luz terá que ser a mesma e brilhante por toda a cena, até à sua profundidade, pois esta não será conseguida

apenas com a exposição da máquina, até porque iria perder a sua qualidade. Assim a luz é distribuída pelos pixéis mais claros do que pelos escuros.

Low Key

Low Key lighting é um tipo de luz com muito mais ambiente que a high key e faz uso das sombras para criar esse look. Esta é predominante em sombras e áreas mais escuras, sendo que as partes mais claras vão realçar muito mais. É necessário usar uma luz com bastante contraste para dar realce aos pormenores pretendidos.



FIGURA 31- EXEMPLO DE LUZ DE HIGH KEY E LOW KEY

3.1.5- Câmaras DSLR

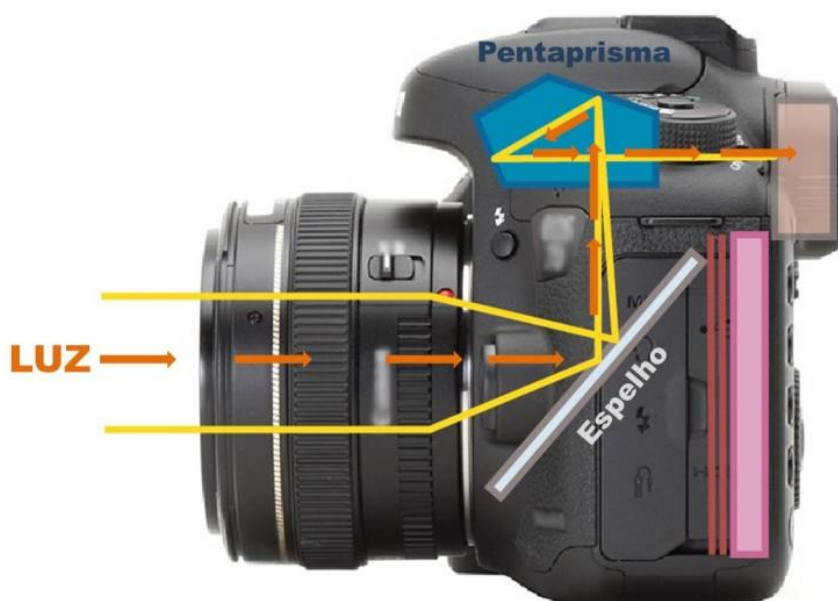


FIGURA 32- INTERIOR CÂMARA DSLR

Uma câmara DSLR (Digital Single Lens Reflex) distingue-se das máquinas analógicas e compactas por uma série de razões. Para além de mais opções de controlo, manipulação e lentes intercambiáveis, as câmaras DSLR vêm com um poderoso espelho: a reflex. Ou seja, a mesma imagem captada no visor é a mesma captada pela lente, o que confere uma precisão muito maior no que toca ao enquadramento e à luminosidade.

Para além disto o sensor de imagem é maior o que possibilita uma maior qualidade e profundidade de campo, sendo que estas variam consoante cada sensor e lente.



FIGURA 33- COMPARAÇÃO DE SENSORES

Para além disto, as câmaras possuem controlos manuais de forma a equilibrar a exposição de imagem da forma que pretendemos, conseguindo fotografias e vídeos da forma que desejamos. Possibilita, como já foi referido, a possibilidade de troca de lente e de acessórios como o flash, disparador e monitores, tornando -se assim num elemento fundamental para quem queira bons resultados no que toca à imagem.

3.1.6- Lentes

3.1.6.1-Importância

Após a escolha de máquinas, é essencial a escolha de lentes. São estas que vão decidir o aspeto geral do plano e da profundidade do mesmo. Dependendo da narrativa, a escolha de lentes para cada cena, movimentação de câmara e ângulos são decisões essenciais na pré-produção de qualquer peça audiovisual para o sucesso desta.

3.1.6.2-Tipos de Lente

Apresentam-se vários tipos de lente, de acordo com o site o meuolhar.com:

Lente micro

- **Aplicação:** estas lentes são especialmente indicadas para fotografias de temas muito pequenos, os quais são ampliados pelas lentes.
- **Distorção:** por apresentar profundidade de campo muito reduzida, a perspetiva da fotografia é perdida na desfocagem.
- **Imagem:** Maior que o objeto fotografado.

Lente macro

- **Aplicação:** estas lentes são indicadas para fotografias de temas de pequena dimensão onde é necessário um grande detalhe. Pode focar objetos a pequenas distâncias, e assim proporciona ao fotógrafo a possibilidade de fotografar detalhes minúsculos de objetos, pequenos insetos, plantas ou micro-organismos.
- **Distorção:** apresenta profundidade de campo muito reduzida e distorções.
- **Imagem:** Um pouco maior ou menor que o objeto fotografado.

Lente olho de peixe

- **Aplicação:** estas lentes são indicadas para situações onde é necessário capturar uma grande área do espaço ou ambiente. Com características de uma grande angular mais poderosa, é capaz de abarcar um ângulo até 180 graus.
- **Distorção:** provoca grandes distorções na imagem.
- **Imagem:** Menor que o objeto fotografado.

Lente grande angular

- **Aplicação:** estas lentes são mais apropriadas para fotos de paisagens ou em ocasiões em que se tem pouca distância para fotografar em recintos pequenos, como por exemplo salas em que precisamos enquadrar o máximo de área possível. Uma outra característica destas lentes é proporcionar grandes profundidades de campo, desde pequenas distâncias até ao infinito.
- **Distorção:** apresenta distorção da imagem.
- **Imagem:** Menor que o objeto fotografado.

Lente normal

- **Aplicação:** estas lentes produzem uma imagem com perspectiva que se aproxima da visão normal, em que a proporção dos assuntos enquadrados não sofre ampliação nem redução perceptível.
- **Distorção:** semelhante à do olho humano.
- **Imagem:** Menor que o objeto fotografado.

Lente teleobjectiva

- **Aplicação:** estas lentes de grandes distâncias focais são apropriadas para fotografar a longa distância.
- **Distorção:** quanto maior é a distância focal, maior é a desvalorização da perspectiva e o achatamento da imagem.
- **Imagem:** Menor que o objeto fotografado.

Lente zoom

- **Aplicação** Este tipo de lentes não é mais do que uma lente que permite variar a distância focal, e por consequência, variam o campo abrangido e o tamanho da imagem. Devido à sua versatilidade e conveniência, as objetivas zoom são talvez as mais populares de todas. Como uma lente zoom tem uma distância focal variável de maneira contínua, ela pode substituir todas as lentes fixas compreendidas entre as suas distâncias focais máxima e mínima.
- **Distorção:** Depende da distância focal.
- **Imagem:** Depende da distância focal.



FIGURA 34- EXEMPLO DE LENTES CANON

3.1.7- Duração de Planos

A duração de planos numa peça audiovisual varia consoante a narrativa que está a ser contada. Esta pode conter cinco *frames* como demorar três minutos. Uma cena de diálogo não pode conter o mesmo tempo como por exemplo uma cena de ação, sendo que cada cena tem pormenores e dinâmicas diferentes. Esta duração é normalmente definida pelo realizador e posteriormente pelo editor ao montar a peça final e verificar o trabalho no seu conjunto.

3.1.8- *Reparage*

Na criação de qualquer peça para o cinema ou televisão existe uma fase de rastreamento na pré-produção que se define por *Reparage*. Esta define-se pela escolha de espaços e lugares apropriados para fazer a cena em questão, podendo ser ao livre ou dentro de casas. Esta pesquisa normalmente é feita pelo diretor e assistentes, sendo que muitas vezes os *storyboard artists* também vão ao local para tomar referências.

Estes técnicos são chamados de “*spotters*” e cabe a eles encontrar lugares que preenchem todo um conjunto de requisitos levados pela narrativa e realização para a aprovação do diretor.



FIGURA 35- REINO DE 'DORNE' EM GAME OF THRONES LOCALIZADO EM SEVILHA, ESPANHA

3.1.9-Guião

Um guião é um filme escrito em palavras. É todo o filme transcrito em papel, todo o argumento. O guião serve como guia para toda a produção pois através dele é possível prever e desenvolver uma lista para a produção do projeto, seja orçamento, equipa, storyboard, iluminação etc.

A maior parte dos filmes ou peças audiovisuais começa com um guião. Estes são a referência de o início e o fim de um filme, assim para compreender o processo criativo de um guião o diretor deve conhecer as suas formas, regras e linguagem. Este deve inicialmente ler o manuscrito e construir um processo de leitura, teste e análise para que possa criar um processo criativo e conceptualização ao longo de todo o filme.

O guião apresenta apenas a estrutura do filme na sua base. Conta com os elementos chave de um filme: personagens, localizações, ações, diálogos e a forma dramática geral. Os guionistas ao apresentarem o guião provavelmente não terão a sua forma final como descrita, pois todo o guião irá passar por uma equipa criativa que irá sofrer alterações, sendo este alterado imensas vezes durante as gravações por surgimento de mais ideias, limitações ou imposições não planeadas.

THE CURIOUS CASE OF BENJAMIN BUTTON

Written by
Eric Roth

Based on the short story by F. Scott Fitzgerald

10/30/07

As all things do, it begins in the dark. EYES blink open. Blue eyes. The first thing they see is a WOMAN near 40, standing looking out a window, watching the wind blowing, rattling a window.

A WOMAN'S (V.O.)
What are you looking at?

CAROLINE
The wind, Mother... They say a hurricane is on its way... You've been asleep... I was waiting to see you...

FIGURA 36- INICIO DE GUIÃO DO FILME 'THE CURIOUS CASE OF BENJAMIN BUTTON'

3.1.10- Casting

A escolha de casting é muito importante para o sucesso de qualquer peça/filme. De acordo com o livro *DIRECTING film techniques and aesthetics* de Michael Rabiger e Mick Hurbis-Cherrier, um filme pode aumentar cerca de 75% o seu sucesso se a escolha de atores for a certa. O ator tem que ser entusiástico com o seu trabalho e com a personagem que vão interpretar, e principalmente serem leais com o projeto, a escolha destes é importante pois vão depender o sucesso de um filme ao acrescentarem a realidade pretendida para ser transmitida na narrativa criada.

Num casting, e para o guião dos atores, é necessária toda uma descrição da personagem, das cenas e *sides* (escolha de partes de guião). Este guião deverá ser dado 24 horas antes da audição. Existem técnicos como *casting director* ou *casting agency* que realizam esta escolha de acordo com todos os parâmetros pretendidos.



FIGURA 37- EXEMPLO DE CASTING

3.1.11- Planificação de Rodagem

A planificação de rodagem envolve todo o trabalho a ser desenvolvido por toda a equipa técnica, ou seja, é uma elaboração de um plano que contém todos os elementos (storyboard, planos, iluminação, movimentação de câmara, atores) calendarizado por dias ou semanas de acordo com a narrativa. É a fase que antecede à produção do que está descrito na planificação.

3.1.12- Storyboard

Numa explicação simplificada, os storyboards são ilustrações ou imagens em sequência com o propósito de visualizar as ideias de planos, movimentações de câmara e referências de edição, ou seja, uma espécie de roteiro de um filme. Para além de ajudar o planeamento de toda a peça audiovisual, possibilita uma melhor compreensão do que é pedido, ou seja um maior controlo, o que significa um melhor resultado.

Qualquer peça visual necessita de um storyboard para uma maior facilidade na sua produção e pós-produção. É no storyboard que ‘vemos’ o filme antes de este ser feito. Este, é maioritariamente feito por *art designer's*, com conhecimentos em edição, produção e material técnico como lentes. Mas muitos diretores são também *art director's*, como é exemplo Hitchcock.

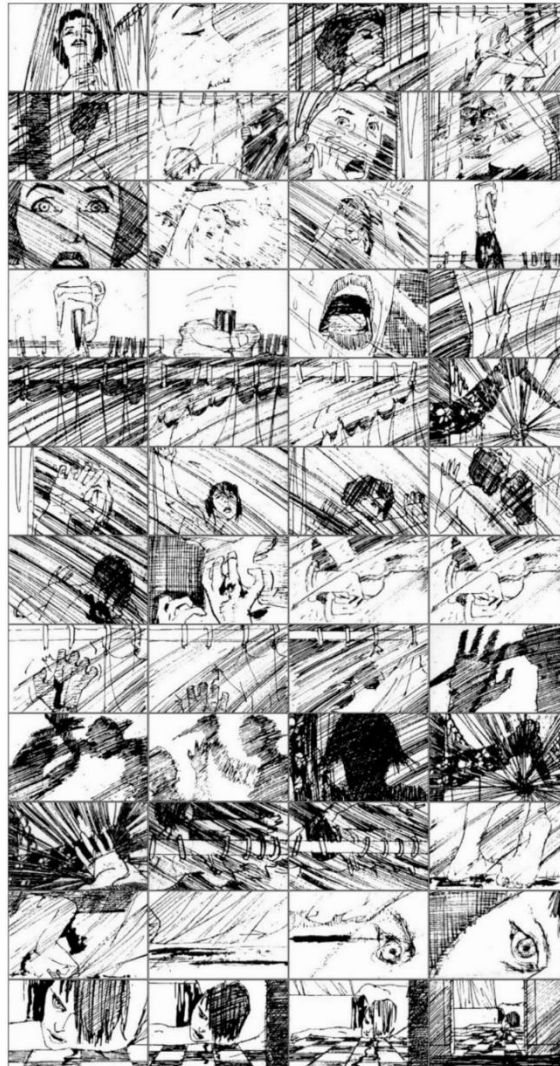


FIGURA 38- EXEMPLO DE STORYBOARD REALIZADO POR HITCHCOCK DO FILME 'PSHYCO'

Um storyboard serve prepósito principalmente a um *filmmaker* visualizar todas as ideias, história, vindas dos diretores, e desta forma poder definir todo o projeto de acordo com aquilo que é pedido. Para além disto, é a forma de comunicação de mais fácil compreensão para uma equipa de produção.

Production Illustrators podem trabalharem duas semanas até a um ano, dependendo da complexidade da produção e pedidos do diretor, para além da seleção posterior de cenas, em certas produções trabalha-se com vários artistas de *sketchs*.

Estes artistas fazem as suas ilustrações com base nas fotografias do local escolhidas pelos diretores e cinematográficos, e por vezes são os próprios que visitam os locais e fazem as suas próprias referências.

Assim, o storyboard torna-se uma peça essencial para o sucesso de qualquer peça audiovisual, para além do que já foi descrito poupa tempo e dinheiro (pela redução de erros que possa existir).

4- Pesquisa de Produção

4.1- Rodagem, Captação de Imagem e Pré-visualização

A rodagem ou produção de um filme corresponde à fase de realização. Assim, os módulos de trabalho incidirão sobre a Realização e a Captação de Imagem e Som, abrangendo conhecimentos e competências técnicas e artísticas desde a organização da iluminação, passando pelo equipamento de registo de imagem e de som. A articulação entre os módulos deste bloco permitirá à equipa produzir, a partir da planificação efetuada na Pré-produção (planificação, storyboard), os materiais que serão depois trabalhados na Pós-produção, dando origem ao seu filme ou peça final.

Ou seja, é posto em prática todo o trabalho de planeamento executado anteriormente. Normalmente toda a equipa acompanha as gravações da peça, sendo que o realizador normalmente juntamente com os seus assistentes e equipa todos os dias visualizam o trabalho gravado para validar e corrigir outros erros caso seja necessário repetir as mesmas cenas.

É um processo demoroso, mas que com uma pré-produção bem planeada pode poupar bastante tempo e dinheiro.

5- Pesquisa de Pós-Produção

5.1- Edição

5.1.1-Definição

O processo de pós-produção começa com a edição. Esta é uma das fases mais importantes de uma peça audiovisual, pois é ela que vai fazer com que todo o trabalho interage e pareça natural aos olhos de quem vê a peça final, ou seja, como uma realidade posta em frente dos nossos olhos.

A edição é então a montagem de toda a captação de imagem feita até então, envolvendo todas as fases anteriormente faladas. Esta envolve principalmente três fases: o *rough cut*, o corte do diretor e o corte final que segue para as salas de cinema. O editor e diretor põem o filme em conjunto com milhares de imagens, trabalhando cada frame para garantir a qualidade e continuidade de cada cena e a continuidade de todos os planos.

A maior parte da edição de filmes ocorre depois de todas as gravações já estarem feitas. Juntos, o editor de filme e o diretor de cinema decidem como o filme irá aparecer na sua versão final.

Esta edição é feita normalmente em computador em programas como o Adobe Premiere ou Final Cut. Sob a supervisão do diretor, o editor escolhe os frames que serão introduzidos no filme, ou retira-los. Um segundo de filme contém, normalmente no cinema, 24 frames. Para um filme de duas horas o editor seleciona mais de 170.000 frames.

5.1.2-Tipos de Corte

Rough Cut ou Corte áspero

Seja em fita de filme ou digital, a primeira edição começa com o script, ou seja, a edição é feita em corte áspero seguindo o guião do filme, cortando e montando vários planos juntos. Este tipo de corte mostra ao editor onde o filme precisa de mudanças e correções, apontando os problemas que possam surgir ao diretor.

Corte do diretor

Trabalhando em colaboração com o diretor de cinema, o editor começa uma segunda versão da edição, para suavizar o corte áspero e lidar com quaisquer falhas. O diretor de cinema toma as decisões criativas, mas o editor de filme sugere soluções para os problemas que possam surgir.

Corte final

Após o corte do diretor, o produtor e estúdio analisa o filme. O editor faz uma terceira versão: o corte final. Esta vai ser então a versão final que irá ser disponibilizada nos cinemas/televisão.

5.1.2- Ritmo

As sequências em que os planos são do mesmo comprimento não têm ritmo, pois nesta o ritmo exige que o comprimento dos planos varie. Mas o ritmo também é percebido intuitivamente. Os espetadores têm a capacidade de ver quando um filme carece de ritmo, ao sentir as transições forçadas ou pelo áudio, ou quando a composição de imagem não foi feita da maneira mais correta. Uma vez que a edição deve preencher todas as falhas e parecer natural ao público, a edição deve ser bem trabalhada para que os espetadores não sintam tais falhas. Estes, devem-se sentir imersos na história, acompanhar os sentimentos e emoções das personagens e não devem reparar na presença da câmara ou falta de edição.

5.1.3- Efeitos Emocionais

Os efeitos emocionais são de extrema importância na realização de qualquer peça audiovisual, pois são elas que participam na magia do cinema ao o espectador sentir que a história que está a ver como uma sua.

Para que esta seja realizada na perfeição devem ser considerados vários pontos. O primeiro a escolha de atores. Os atores escolhidos devem ser dotados de uma complexidade emocional e naturalidade de emoções e ações, para que a narrativa tenha essa veracidade os atores devem transmitir uma honestidade que faça sentir o espectador que essa personagem possa ser qualquer pessoa.

Outro dos pontos fundamentais é a técnica do som. A escolha de música vai amplificar ou contrastar o momento em questão. Para além de dar mais ênfase ao momento, o espetador sente toda a tensão de outra forma. Existe a celebre frase “A vida devia ter banda sonora”, pois ela consegue mudar estados de espírito e fazer com que as emoções se sintam de outra forma.

Também a escolha de planos, ângulos, captura de expressão humana e cenário emergem na importância de conseguir os efeitos emocionais pretendidos.

Mas é na edição que este efeito se vai conseguir atingir, pois é esta que afeta toda a psicologia da cena. É na edição que se decide quanto tempo demora um momento juntamente com a opção de cortes abruptos para criar efeitos psicológicos. As criatividades dos editores são essenciais para a criação deste efeito, pois são eles que tem a capacidade de perceber o que parece natural, engraçado, que um momento permaneça durante mais tempo ou os que tem mais impacto. É um instinto natural. Para além dos cortes, a correção de cor é fundamental para criar esta ligação, ponto que será tratado mais adiante.



FIGURA 39- FILME 'REQUIEM FOR A DREAM'
EM CORES ASSOCIADAS A DESESPERO



FIGURA 40- FILME 'BRAVEHEART' EM
CORES ASSOCIADAS A LIBERTAÇÃO E JUSTIÇA

5.1.5- Técnicas de Edição

Existem várias técnicas de edição e fazer uso deles em diferentes ocasiões no momento certo é fundamental, tornando a edição mais eficiente e completando com a criatividade e criando um próprio estilo.

Aqui ficam algumas técnicas de edição retiradas do site blog.pond5.com:

Corte padrão

Este é o corte básico (também conhecido como um corte duro) que coloca dois clipes juntos, conectando o último quadro de um e o quadro inicial do próximo. Este é o corte mais comum, e realmente não invoca nenhum significado ou sentimento, como outros.

Jump Cut

Este é um corte que avança no tempo. Normalmente é feito dentro do mesmo quadro ou composição, e muitas vezes é usado dentro de montagens.

Montagem

Uma montagem é uma técnica de edição que, novamente, significa a passagem do tempo ou ajuda a dar um contexto geral à história com cortes rápidos. Mas pode realmente ser usado para quase qualquer transformação por qualquer personagem, e normalmente é sublinhado pela música.

Cross Dissolve

Um cross dissolve pode servir vários propósitos e motivações dentro da história. Pode significar uma passagem do tempo ou pode usar as "camadas" sobrepostas ou se dissolve para mostrar várias histórias ou cenas que acontecem ao mesmo tempo em momentos diferentes.

Fade In / Out

Esta técnica implica a personagem desaparecer de um plano e aparecer noutra. Isso implica uma passagem do tempo na maioria das vezes, como um interruptor da noite a dia ou alguém adormecendo.

5.1.6-Regras de Edição

Os padrões cinematográficos exigem que as edições passem despercebidas aos espetadores, ou seja, que sejam naturais. No entanto há sempre exceções quando existe a expressão criativa envolvida. Para isso existem algumas regras que nos possibilitam a decisão de escolha de as quebrar.

Os cortes servem essencialmente para que os planos transitem um para o outro sem causar atenção e acontecem num ponto lógico do momento para que mantenha a sua continuidade, ou seja, um movimento contínuo de ação. A sensação da direção de imagem deve também ser mantida para evitar confusão nos espetadores, bem como o tipo de planos (gerais, médios, close-up) devem ser variados para criar uma sequência mais dinâmica.

O ritmo dos planos também deve ser variado para criar ambientes e atmosferas, bem como a sua duração que vai determinar a quantidade de informação que esta transmite.

5.1.7- Som

*"O último pincel criativo que é colocado em um filme é a trilha sonora.
Este pode ser um processo maravilhosamente pensado, apelando aos talentos de muitas pessoas que trabalham neste final da vida de um filme.
Uma alegria real pode ser sentida como a vida é inspirada em uma história de cinema concebida muitos anos antes ... "*

Patrick Drummond

O som pode parecer despercebida a sua importância ao espectador num filme, mas é este que consegue criar e aumentar toda a ênfase de uma cena, criando ambiente e momentos de tensão.

A banda sonora de um filme é essencial para que a narrativa seja bem compreendida e para transmitir as emoções certas que o momento pede, para dessa forma, o espectador mergulhar num sentido mais profundo da cena. É por isso que há bandas sonoras que ficam reconhecidas pelo tempo, não só pelas composições épicas criadas, mas pelo momento que conseguiram criar e transmitir acompanhadas pela ação.

Para além da banda sonora, o som é essencial em cada momento da ação. Técnicas como o *Foley*, usadas no *sound design*, são importantes para dar realidade à ação pedida. Esta técnica usa a reprodução de objetos banais para criar sons para os mais diversos momentos e narrativas, transformando-se numa arte apelando ao sentido mais criativo de quem a faz.

A escolha dos microfones a usar tem também que ser tida em conta para a finalização pretendida.

5.1.8- Efeitos Especiais

Efeitos especiais são todas as técnicas usadas em peças audiovisuais na indústria do entretenimento para realizar e obter cenas que não se conseguem produzir por meios normais ou por ações ao vivo.

Com o avanço da computação gráfica, principalmente da modelação e animação 3D, é possível construir cenário, seres, máquinas impossíveis de criar na realidade. Desta forma, as narrativas passam a ser de uma denotação muito mais criativa pela possibilidade de poder realizar e obter imagens que não existem na realidade.

Para além disto, efeito especial é também toda a alteração feita na captação de imagem. Ou seja, a captação de um objeto inserido num outro espaço que não a sua origem é também um efeito especial, bem como a produção de certos elementos em estúdio, como a reprodução de chuva ou uma explosão feita em *set*, ou seja, ações criadas de propósito como suporte da narrativa, sendo estas apenas ajustadas em pós-produção.

Os efeitos visuais podem ser divididos em três categorias: ´

-Efeitos sonoros, que são produzidos digitalmente com mixagem de som

-Efeitos visuais, produzidos principalmente em computação gráfica

-Efeitos físicos, produzidos ao vivo com auxílios de maquilhagens, sets e outros adereços.

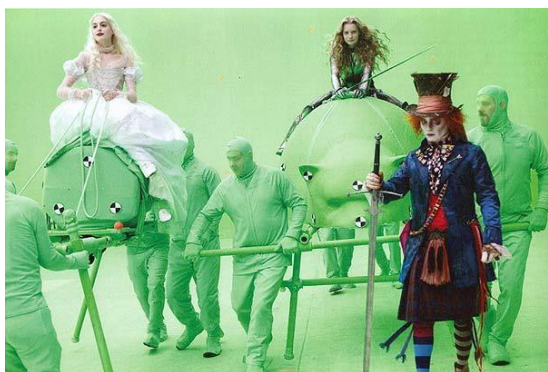


FIGURA 41- PRODUÇÃO DO FILME 'ALICE IN
WONDERLAND'



FIGURA 42- FILME 'THE REVENANT'

5.1.9-Correção de Cor

A cor sempre foi uma obsessão nos filmes. Antes de os filmes serem a cores, os cineastas sempre tentaram dar mais contraste e cor às suas fitas. Com o avanço da tecnologia, finalmente podíamos ver os filmes com a cor que reflete na vida e principalmente as cores da nossa imaginação.

O tema de correção de cor não só aumenta a capacidade de criar um look para o filme, mas também para corrigir certos problemas que ocorrem na captação de imagem, conseguindo criar uma peça final como um todo.

Existem três principais elementos no que toca à correção de cor: o valor da cor, a sua saturação e a direção da cor que pretendemos. É a partir destas decisões que originamos o look para a nossa imagem.

Esta correções podem começar com as máquinas que utilizamos, ou seja, numa pré-produção. Através do *white balance* é possível modificar a cor da nossa imagem.

Na pós-produção, a correção de cor é essencial para que as imagens fiquem corretamente bem-feitas. Por outro lado, ao criarmos certos ambientes e atmosferas estamos a falar de *Grading*.

Esta edição pode ser dividida em três fases:

Correção Primária: Esta implica principalmente em colocar a imagem corretamente, ao utilizar por exemplo os contraste, nível de exposição, corrigir o *white balance* e balanço da cor, saturação, etc. O principal objetivo de quem pratica este trabalho é criar uma continuidade entre todos os planos.

Correções Secundárias: Refere-se a correções a planos concretos.

Color Grading: É então a ultima fase do processo que serve para criar um estilo, ambiente e *'mood'* que a narrativa precisa.

Fora de aspetos mais técnicos, a correção de cor é essencial para dar ênfase a emoções, sentimentos e estados de espírito das personagens e espaços. São estes, acompanhados pelo som, planos e movimentações, que vão compor toda uma essência que vai fazer o espetador entrar dentro de um mundo fora da sua realidade. Para além de definir a personalidade de um filme, é importante fazer sentir que diferentes tonalidades representam diferentes ambientes.

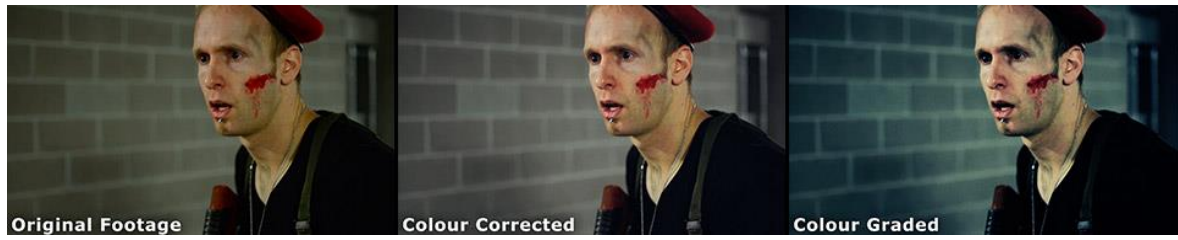


FIGURA 43- EXEMPLO DE CORREÇÃO DE COR E GRADING

Capítulo III - Pesquisa Gráfica- Identidade Visual

6.1- Importância na Música

No mundo da música o importante é a composição musical, sem duvida. Mas para uma vertente promocional, essa só apenas não chega. O nome, logotipo, vídeo e fotografias que se produzem ficam responsáveis por passar a mensagem que a musica representa e conquistar quem ainda não conhece.

A visão e conceptualização que se deseja passar deve estar concentrada na imagem que se pretende demonstrar. Esta deve ser clara e objetiva e indicar o que se pretende demonstrar ao público. Esta deve ser sempre de acordo com a essência e mensagem do artista, ou seja, pode-se criar uma imagem fantástica e apelativa de uma banda, mas que nada represente esta. Esse é um erro que pode de imediato determinar o sucesso desta. A imagem e conceptualização deve ser bem planeada para que represente ao máximo o artista.

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 é a fotografia. São as fotografias que dão forma, rostos e cores. O planeamento destas deve ser tido em conta a partir da identidade escolhida, com as inspirações, cores. Ou seja, fotografar por exemplo em locais que em nada tenham a ver com a mensagem do artista podem levar a erros. Assim a fotografia tem que ter um propósito de acordo com a linha que se pretende levar.

Como elemento final, e dos mais importantes: os vídeos. Vivendo na era do audiovisual, existe uma enorme facilidade de partilhar vídeos, pesquisar, os pesos dos vídeos tornam-se indispensáveis para uma boa promoção. É através dos vídeos que temos uma maior proximidade com o artista, pois podemos visualizar toda a arte e intimidade que este cria com o seu público, sendo que a parte da identidade torna-se fulcral neste ponto: é aqui que o público tem uma maior perceção do que o artista é e do que o artista sente e pretende demonstrar.

Existem vários métodos do uso dos vídeos para efeitos promocionais:

- **Lyrics:** Depois da gravação de uma música existe sempre a vontade de a mostrar ao mundo. Um vídeo com uso da letra da música é um método de dar a conhecer e partilhar e de fazer com que o público aprenda a letra também.
- **Webclip:** É um género de videoclip de baixo custo que aproveita imagens de bastidores, ensaios, concertos e dia-a-dia da banda. São produções simples, mas que são eficazes no que toca a promoção.

- **Videoclips:** Os videoclips exigem um maior planeamento, desde toda a pré-produção, produção e pós-produção. Mas é através deste que o artista tem uma maior liberdade de expor quem é artisticamente e o que deseja transmitir com o vídeo e letra. Para além de criar uma maior relação com o público, irá publicitar não só a música, mas a si mesmo enquanto criador de arte.
- **Covers:** É um método que pode atingir outros públicos. Através dos covers há uma maior possibilidade de partilhar o nome do artista ou banda com ouvintes diferentes do género da mesma.
- **Colaborações:** entre artistas é também sempre uma maneira de cativar novos ouvintes e criar peças sonoras diferentes.

6.2 - Importância Redes Sociais no Meio

A internet atualmente é a forma de compartilhamento mais eficaz. É uma ferramenta que quebra fatores económicos e sociais, quebra barreiras geográficas e une as pessoas. Com isto criaram-se novas expectativas e novas formas de consumo. Antigamente, o talento, mais o contrato com uma produtora e um cd era a forma comercial mais eficaz para vender música.

Atualmente esta formula mudou: passando a ser o talento, internet e concertos a forma mais eficaz de promoção e venda. No que toca aos concertos, antigamente faziam-se para promover os álbuns, atualmente fazem-se álbuns para vender concertos.

As tecnologias sociais passaram a ter um grau de importância elevado no poder da industria musical fazendo o papel dos fãs crescer. Se antes o foco era apenas o negócio da musica, atualmente os fãs são essenciais em tudo. Não são apenas consumidores, eles são participantes ativos na vida dos artistas.

Esta promoção pode ser feita através do facebook, spotify, soundcloud, instragram, são diversas as ferramentas que se podem utilizar como meio publicitário do artista.

Estas possibilitam todo um acompanhamento mais pessoal do que o artista faz, do que o artista planeia fazer, e de mostrar todo o conteúdo à distancia de que clique. Para além de criar uma relação mais intima com o consumidor, vai ter a possibilidade de compartilhar todo o que cria com mais publico, sendo que a capacidade de chegar a novos ouvintes torna-se muito mais acessível.

Capítulo IV - Estudos de Caso

7.1-Cage the elephant - Cigarrate Daydreams

7.1.2- Contextualização

Cigarrate Daydreams é a décima e última música do álbum *Melophobia*, lançado em 2013 por Cage The Elephant, banda inglesa com cada vez mais renome. Foi dirigido por Mark Pellington, um cineasta que já trabalhou com artistas como Michael Jackson, U2, Foo Fighters e muito outros. Este apresenta nos seus vídeos um tom dramático, mas de extrema beleza artística.

7.1.2- Estudo e Análise

Após algumas visualizações a este videoclip é possível retirar algumas conclusões: A primeira que o estilo de edição escolhido é fundamental para as provocações e sentimentos que o argumento pede. O vídeo é baseado em sobreposição de imagens, digitais e analógicas de uma personagem feminina, de quando era criança e do atual. Esta sobreposição de imagens é variante nos tons escolhidos, sendo predominante o preto e branco.

Após a minha análise, a história baseia-se numa personagem dividida consigo mesma: nos tempos em que era feliz (infância), envolvendo toda a pureza da mesma e no que se tornou ao longo do tempo. Esta divisão pessoal da personagem deixa-a num estado totalmente disperso psicologicamente, 'perdida' daquilo que é enquanto pessoa. Sendo que o final do vídeo é a personagem a 'matar-se' a si própria como um estado de libertação, de fechar capítulos e de começar a ser feliz, como era antes no seu estado mais puro. Ao longo de todo o vídeo existe a integração da banda como um ser observador da sua jornada e caminhada.

A edição escolhida, tonalidades, efeitos, sustenta toda esta experiência. Para além de criar um dinamismo totalmente brilhante esteticamente, vai de acordo aquilo que a personagem está a sentir, sendo que o espetador consegue absorver toda esta caminhada.

A escolha de tonalidades é variante consoante o momento. O uso predominante do preto e branco em memórias e flashbacks alinhado à sobreposição de imagens escolhidas dá a sensação certa do estado de confusão em que a personagem se encontra.

Num antagonismo entre a vida e a morte, o vídeo cria uma espécie de metáfora poética sobre a relação pessoal de uma personagem consigo própria.



FIGURA 44- IMAGENS DO VIDEOCLIP 'CIGARRETE DAY DREAMS' POR CAGE THE ELEPHANT

Em conclusão, o tipo de edição escolhida para este videoclip vem suportar o argumento dando uma dimensão muito mais ampla do que a personagem sente ao longo de toda a história. Para além disto, a escolha de planos e ângulos foram seriamente pensados na pré-produção para criarem uma relação com as imagens analógicas de infância, sendo um vídeo com imagens totalmente dispersas, existe toda uma continuidade e ligação entre todos, parecendo tão natural que o espectador não sente quebras ao longo de todo o vídeo.

7.2- Hot chip- I Need You Now

7.2.1-Contextualização

Need you Now é a oitava música do álbum 'Why Make Sense?' da banda Londrina Hot Chip. Esta é feita sobre uma sample de uma música de 1983 de Sinnamon's 'I Need You Now'.

Sobre direção de Shynola e produção de Jacob Swan Hyam, Need you Know é uma música que fala sobre a necessidade de confiança em alguém que nos é importante, quando tudo o resto à nossa volta de está a desmoronar, ou seja, em termos mais simplificados, a música retrata um desgosto amoroso "preciso de ti agora".

7.2.3- Estudo e Análise

Após algumas visualizações ao videoclip, o argumento principal retrata um desgosto amoroso. Mas é a forma como este é retratado e explorado que é interessante.

O vídeo começa com uma cena de discussão entre a personagem e a sua namorada. Num primeiro plano encontramos a personagem aflita com toda a situação, mas de imediato esta se arrepende e irrita por não ter feito nada sobre isso. A partir daqui existe uma aceitação desse facto e uma tentativa de corrigir esta mesma situação. O interessante do vídeo é a dualidade e representação de dois estados temporais: presente e futuro. Existe uma relação entre o 'eu' futuro e o 'eu' presente, sendo que existe uma perseguição deste ao futuro, que a cada passo está mais perto de resolver o problema em questão, e quando confrontado com o 'eu' passado, ou seja, sinónimo de problemas, ele tenta evita-lo.

Esta representação de dois estados temporais em relação a uma pessoa pode ser levada como uma metáfora pessoal: um conflito de emoções connosco próprios. Sendo que o vídeo retrata um processo de aprendizagem do desgosto e como o superamos.

O estilo de edição deste videoclip nada tem a ver com o primeiro analisado, pelo contrário, este vinca pela simplicidade dos cortes e durabilidade dos planos, sendo a representação das duas personagens no mesmo plano o efeito mais forte deste vídeo.

As tonalidades escolhidas relembram-nos de sentir muito o vazio, escuridão e solidão. Daí que a correção tratada seja de tonalidades mais frias como os azuis e pretos, tendo a escolha de luz natural com luz ensolarada sido importante nestes termos para criar esta sensação e estado de emoção que o personagem sente.

A escolha de planos e ângulos também foi essencial para demonstrar os efeitos emocionais: como planos muito gerais e a personagem em pequeno, como se esta não fosse nada neste 'todo', ou seja, um ser pequeno. Ângulos contrapicados para criar um efeito de maior tensão, e *close ups* para demonstrar mais expressividade de emoção.



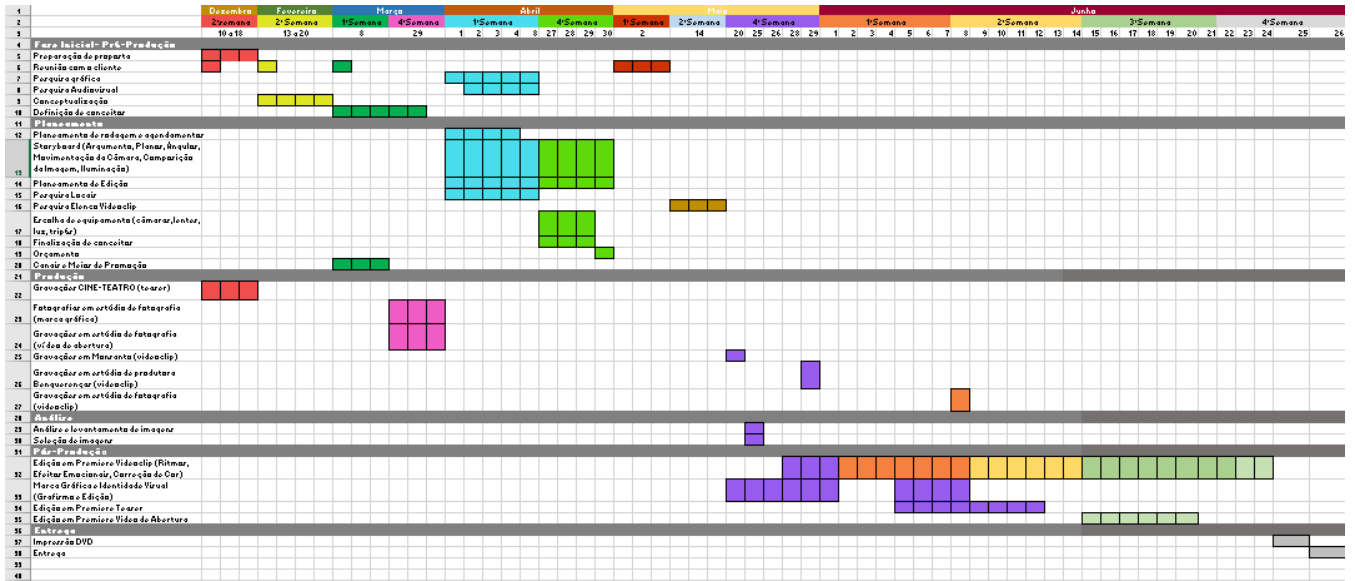
FIGURA 45- IMAGENS DE NEED YOU KNOW DA BANDA HOT CHIP

Capítulo V - Desenvolvimento

8.1- Calendarização do Projeto

8.1.1- Gráfico de Gantt

TABELA 1- GRÁFICO DE GANTT



A calendarização do projeto foi dividida por meses e semanas consoante as várias fases que o projeto propôs:

Numa primeira fase de Pré-Produção e Planeamento: Preparação de proposta, reunião com o cliente, pesquisa Gráfica, pesquisa Audiovisual, conceptualização, definição de conceitos, planeamento de rodagem, agendamentos, Storyboard (Argumento, Planos, ângulos, movimentação da câmara, composição da imagem, iluminação), planeamento de edição, pesquisa locais, pesquisa elenco para videoclip, escolha de equipamento (câmaras, lentes, luz, tripés), finalização de conceitos, orçamento, análise dos suportes de comunicação e meios de promoção.

Numa segunda fase de Produção: Gravações concerto - CINE TEATRO AVENIDA (Desenvolvimento de teaser); Fotografias em estúdio de fotografia (Desenvolvimento identidade visual); Gravações em estúdio de fotografia (Desenvolvimento vídeo de abertura); Gravações em Monsanto, Castelo Branco (Desenvolvimento de videoclip); Gravações em Estúdio de produtora com Banda em Benquerenças, Castelo Branco. (Desenvolvimento de videoclip); Gravações em estúdio de fotografia (Desenvolvimento de videoclip).

Numa terceira fase de Pós-Produção: Edição em Premiere Videoclip (Ritmo, Efeitos Emocionais, Técnicas, Efeitos Especiais, Correção de cor) ; Identidade visual (Grafismo e edição) ; Edição em Premiere Teaser ; Edição em Premiere Vídeo de Abertura e a posterior entrega de todo o projeto.

Esta calendarização sofreu algumas alterações e atrasos. Ao trabalhar sozinha num projeto deste âmbito (audiovisual) a dependência de terceiros para o poder concretizar cria sempre imposições. Os agendamentos de gravações tiveram que ser adiados por duas semanas em cada uma, por imposição de conseguir toda a banda reunida (facto que não chegou a acontecer, pois faltam dois elementos nas gravações de estúdio de banda) e por alterações de ideias por parte do Rui em relação ao videoclip (inicialmente o artista era para ser participante ativo como personagem no videoclip, mais tarde preferiu ser apenas participante enquanto cantor e artista o que levou a mudanças de storyboard e agendamento de gravações).

A gravação em estúdio de fotografia com os atores também teve de ser adiada por uma semana por imposição de horários referentes aos mesmo e também ao estúdio.

8.1.2- Reuniões

Ao longo de todo o projeto o orientador do mesmo, professor Neel Naik, acompanhou as fases de trabalho prático, desde a conceptualização de identidade, storyboard para o videoclip e respetivas edições. Foi essencial ter um profissional da área para me ajudar com imposições que surgiram e como avaliador e crítico do trabalho que estava a produzir, de forma a atingir melhores resultados.

Com o artista Rui Aziago ocorreram cinco reuniões durante todo o projeto, de modo a dar a conhecer as ideias criadas, o trabalho que estava a ser desenvolvido e respetivas aprovações por parte deste. Para além das reuniões, houve sempre um contacto mantido durante todo o desenvolvimento, principalmente dado pelas tentativas de agendamento de gravações.

8.1.3-Orçamento

O orçamento aqui apresentado é avaliado como um projeto real, ou seja, todas as fases de pré-produção, produção e pós-produção bem como o aluguer de equipamento, espaços, deslocações e acessórios.

Este orçamento envolve o projeto na sua totalidade.

Para iniciar esta avaliação, o primeiro passo a fazer é o cálculo de taxa horária. Ou seja, juntando todos os nossos gastos mensais/anuais profissionais e pessoais, calculamos uma taxa base para sustentar o nosso trabalho e vida.

TABELA 2- CÁLCULO DA TAXA HORÁRIA

Cálculo da taxa horária

Profissional	Valor/mês	Pessoal	Valor/mês
Hardware (câmara fotográfica + computador)	1300€	Renda	300€
Propinas ESART	3200€	Despesas (água,luz,gaz)	40€
Pacote Adobe p/ano	62€	Alimentação	150€
Material escritório	50€	Telecomunicações	50€
Segurança social	50€	Gastos pessoais	150€
		Saúde	70€
		Carro (gastos)	50€
		Combustível	50€
		Seguro Saúde	16€
Total profissional:	4662€	Total pessoal:	876€

Total: 5538€
Total por ano + 'almofada' 1000€: 17,926 €
Total / 1300 H/A : 13,789230.. €
Taxa horária: 14€/H

Após chegar ao cálculo de taxa horária, neste caso 14 euros por hora, é feito um levantamento de todo o planeamento, produção e pós-produção do projeto. É aqui que entra a calendarização também, para fazer um levantamento de todas as fases que o projeto envolve.

TABELA 3- ORÇAMENTO CRIATIVO

	TEMPO (HORAS)	PREÇO POR HORA	TOTAL SEM IVA	TOTAL COM IVA
Fase Inicial- Pré-Produção				
Preparação de proposta Reunião com o cliente Pesquisa Gráfica Pesquisa Audiovisual Conceptualização Definição de conceitos	16	10 €	160 €	196.8 €
Planeamento				
Planeamento de rodagem e agendamentos Storyboard (Argumento, Planos, ângulos, movimentação da câmara, composição da imagem, iluminação) Planeamento de edição Pesquisa Locais Pesquisa elenco para videoclip Escolha de equipamento (câmaras, lentes, luz, tripés) Finalização de conceitos Orçamento Canais e meios de promoção	40	13 €	520 €	639.6 €
Produção				
Gravações concerto -CINETEATRO (Desenvolvimento de teaser) Fotografias em estúdio de fotografia (Desenvolvimento marca gráfica) Gravações em estúdio de fotografia (Desenvolvimento video de abertura) Gravações em Monsanto (Desenvolvimento de videoclip) Gravações em Estúdio de produtora com Banda em Benquerenças (Desenvolvimento de videoclip) Gravações em estúdio de fotografia (Desenvolvimento de videoclip)	29	18 €	522 €	642.06 €
Análise				
Análise e levantamento das imagens Seleção de imagens	4	8 €	32 €	39.36 €
Pós-Produção				
Edição em Premiere Videoclip (Ritmo Efeitos Emocionais Técnicas Efeitos Especiais Correção de cor) Marca gráfica e identidade visual (Grafismo e edição) Edição em Premiere Teaser Edição em Premiere Video de Abertura	192	20 €	3840 €	4723.2 €
Entrega				
Impressão DVD Entrega	6	10 €	60,00 €	73,80 €

*Preços estimados. Estes valores podem sofrer alterações
 **Qualquer alteração do acordado com o cliente é acrescentado o valor da mesma ao orçamento
 ***Nos valores acima é referidos é considerado o IVA em vigor

SEM IVA	5134€
SEM MARGEM	6284.82€
TOTAL	6284.82€

Após a conclusão de orçamento criativo, é feita uma pesquisa de mercado ao aluguer de equipamento, espaços, deslocações e acessórios. Ou seja, todos os gastos técnicos usados para produzir o projeto.

TABELA 4- CÁLCULO DA TAXA HORÁRIA

Orçamento

Descrição	Aluguer/Empresa	Dias	Quantidade	Valor
Arri Skypannel 560-C	Red Desertfilms	2	2	350x2=700€
100mm T3.1 Macro Canon EF	Digital Azul	2	2	60x2=120€
Tripés Miller SOLO DSIO	Digital Azul	2	2	40€ + 40€ = 80 x 2 = 120€
CANON 700D				883€
Estúdio Fotografia	Estúdio Fotospace	2		60x2=120€
Combustível (Deslocações)				30 €
Alimentação (Equipa)				50€
Acessórios				20€
Total				8083€

Neste caso, o projeto real teria um de Orçamento Final de 14367.82 € (iva incluído à taxa vigor de 23%).

9- Desenvolvimento Videoclip ‘Pérfido Amor’

9.1- Mensagem e Contextualização

Comecei a ideia de videoclip com a escolha da música. Na primeira reunião que tive com o Rui Aziago, antes da proposta de projeto final, ele ofereceu-me o seu álbum de originais. Percorri numa primeira fase o álbum muito rápido juntamente com ele, até escutar a música número 6: Pérfido Amor. Desde os acordes iniciais, à melodia e batida da música e da letra, ao escutar a música pela primeira vez sabia que era esta a minha escolha, pois foi instantâneo o sentimento que tive.

Para além de ser uma música melodicamente ligada ao fado (ligações do Rui), é uma música com capacidade de venda, usando o termo ‘catchy’, cria dependência de ouvir uma segunda e terceira vez.

Para além da composição musical, a letra é também escrita de uma forma mais lírica, mais complexa, tendo muito conteúdo por onde explorar.

Ao desenvolver um videoclip é importante a relação de letra com imagem. É importante perceber primeiro o que está a ser dito e a mensagem que esta letra pretende transmitir para numa segunda fase a poder representar com imagem.

‘Pérfido Amor’ a começar pelo título da música, é um título marcante e que causa impacto. É traduzido para um amor desleal, cego, onde existe traição de confiança.

Letra:

Sucumbiu, esse pérfido amor
Tão perdido, tão pior
Tão distante do que eu sou
Acordou, deu ao mundo outra cor
Vestiu-lhe as vestes do amor
O silêncio começou

Refrão:

Levaram-me o teu olhar
E a saudade que ficou
Abrigou-se em teu lugar

Onde um dia o amor já morou

Que sentimento terás

Este Amor que sossegou

Amanhã não voltarás

Outro Amor te encontrou

Trás o barco ao teu cais

Este porto te acenou

Não sabes onde vais

Esse amor naufragou

Após a uma análise à letra da música é possível verificar que se trata de um desgosto amoroso. Mas a forma como este é tratado 'poeticamente' é tão enriquecido pela escrita que foi tomada.

A partir da minha análise à letra da música, foi possível criar alguns conceitos: dor, mágoa, revolta, amor cego, separação. Foi a partir daqui que comecei o processo de criação para o videoclip. Ao conseguir 'mergulhar' dentro da escrita da música, o processo passo é sentir o que a música melodicamente me transmite, onde me coloca, o que me faz reviver e querer ver.

Para mim, a arte dos videoclips funciona como os livros. Ao lermos um livro imaginamos imagens associadas ao que estamos a ler, mas estas variam de pessoa para pessoa de acordo com as vivências que experienciamos ao longo da vida. A música funciona da mesma forma, é um processo quase instantâneo para mim ouvir música e associar imagens e ideias que me surgem. Foi esse processo que tentei fazer com o videoclip *Pérfido Amor*.

Tendo conhecimento mais aprofundado do tema, tentei recriar ligações espaciais e ambientais com o que estava a ouvir.

Simbolismo

Ideia

Ligações

(Relógio/Rosa)

Passado / Livre / Alegria

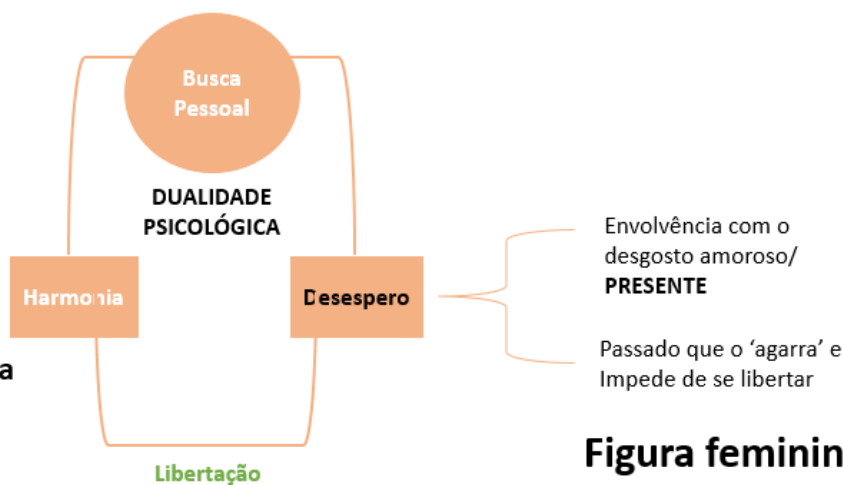


FIGURA 46- ESQUEMA DE NARRATIVA 'PÉRFIDO AMOR'

9.2- Guião Videoclip

Conceitos definidos e espaços imaginados, é hora de escrever o argumento e narrativa para a música. Toda a minha narrativa foi pensada de forma simbólica e não tanto literal. É importante dar várias visões ao espetador daquilo que está a ver. Um videoclip com imagens mais banais e literais não pode ser explorado muita vez.

Ao contrário de imagens simbólicas, estas requerem a sua visualização mais do que uma vez para poderem ser corretamente compreendidas e com a possibilidade sempre de encaixar 'peças' a cada repetição do mesmo, o que se torna interessante de explorar.

Desta forma criei o meu conceito centrado numa busca. Uma busca pessoal entre uma dualidade psicológica da mesma personagem, uma em que o personagem se encontra em harmonia e uma outra em que o personagem está perdido e disperso. A razão desta dualidade é o sentimento de envolvimento que este tem com a memória do passado: o seu amor.

É este desgosto amoroso que provocou a dor e revolta que este sente e que o impede de continuar em frente, ou seja, ao seu antigo 'eu'-passado.

Ao longo de toda a narrativa, o personagem revive na sua memória a sua paixão, que entre sonhos o provoca, alimenta e o agarra. Esta ligação entre a personagem feminina e masculina é alimentada por dois elementos: a rosa, simbolicamente representando o amor, e um relógio, que tem a representação de tempo instantaneamente revelada.

Assim, a personagem entra num estado de incerteza do próprio ser complementada com uma perseguição do antes e agora intercalado com a dor-amor, sendo que no fim dá-se a sua libertação.

Para que esta explicação seja mais precisa, fica uma divisão do videoclip por fases:

- **Numa primeira fase (00.00m-00.13m)** encontramos a personagem masculina centrada em si, na sua dor, na espiral de sentimentos que o envolveu e o deixou no escuro. A cada movimentação de olhar aparece a memória feminina, indicando o caminho por onde seguir (provocação) e a colocar uma venda, como um sinal de amor cego por ela. Após isto, a personagem masculina sai de cena e começa a sua jornada.

-**Numa segunda fase (00.13m-00.27m)** encontramos já a personagem masculina inserida no espaço de ação, este vê o antigo 'eu' a correr e inicia a sua busca e perseguição. Para que esta dualidade fosse melhor representada, o orientador de projeto aconselhou-me a fazer distinção de roupas entre os dois, associando a harmonia ao branco e o preto ao desespero. Posto isto, ocorrem novamente memórias da personagem feminina, dando ênfase ao relógio de bolso, que irá ser posto em primeiro plano mais adiante.

-**Numa terceira fase (00.27m-00.44m)** encontramos associados à memória dela apresentações de espaço onde a ação está a decorrer, pois é neste espaço que ele vai conseguir atingir a sua libertação. As memórias e sonhos foram escolhidas com sobreposições para dar uma maior tensão de desespero do que a personagem está a sentir. Cada imagem apresentada significa uma ligação com a personagem feminina.

-**Numa quarta fase (00.44m-00.54m)** existe uma intensificação das memórias, o personagem está prestes a confrontar-se consigo mesmo, essa intensificação significa esse nervosismo e mergulho profundo do estado difuso em que se encontra.

-**Numa quinta fase (01.23m-01.44)** dá-se o confronto da personagem consigo próprio. A expressividade foi essencial nesta fase, pois o personagem presente estranha toda a felicidade e harmonia que o personagem do passado apresenta, como um não reconhecimento desses sentimentos por estar tão envolvido na sua dor. Ao olhar para o passado, o personagem revê novamente memórias da personagem feminina, como se existisse um entrave ao querer ficar bem e vê 'fugida' (personagem do passado a correr) a oportunidade de conseguir libertar-se.

-**Numa sexta fase (01-54m-02.05m)** concentramo-nos na personagem feminina, ao 'olhar' para a personagem no estado de rastos. Esta ao segurar uma sua fotografia representa o poder e controlo que esta tem sobre ele e no gozo que lhe dá (ao rasgar a fotografia) provocar essa mesma dor, enquanto este continua interrogativo (olhar para a rosa) sobre tudo o que se passou.

- **Numa sétima fase (02.09m-02.16m)** inicia-se o processo de avanço e libertação. O personagem presente encontra o relógio (vínculo das duas personagens ao longo do vídeo) no chão. Este foi deixado lá pela personagem do passado, como representação de um querer que este fique bem (ele próprio). O personagem atual retira o relógio do bolso como uma possibilidade de querer essa vontade. Para complementar esta ideia, a ultima imagem desta fase é a personagem feminina pela primeira vez no ambiente escuro a colocar também o capuz, sinal de tentativa de esquecimento da dor para o personagem presente.

-**Numa oitava fase (02.49m-02.57m)** encontramos o personagem como num estado de reflexão e pensamento, onde já não existem memórias da sua dor.

-**Numa ultima fase, a nona parte (3.07m-3.25m):** a libertação. O personagem continua a sua busca (correr) e depara-se com o 'eu' do passado, desnudo (sensação de liberdade) de braços abertos. Ao olhar de novo para si próprio este encontra-se da mesma forma. As duas personagens tornaram-se em uma só, conseguindo ultrapassar a fase que percorreu em todo o vídeo, deixando a dor, magoa e revolta para trás. O final do vídeo é simbolizado pelo cair do relógio (fim desse capítulo) e pelo 'caminhar em frente'.

Em todo o vídeo existem imagens intercaladas de estúdio e de Monsanto com a banda e o Rui a cantar como forma promocional a estes.

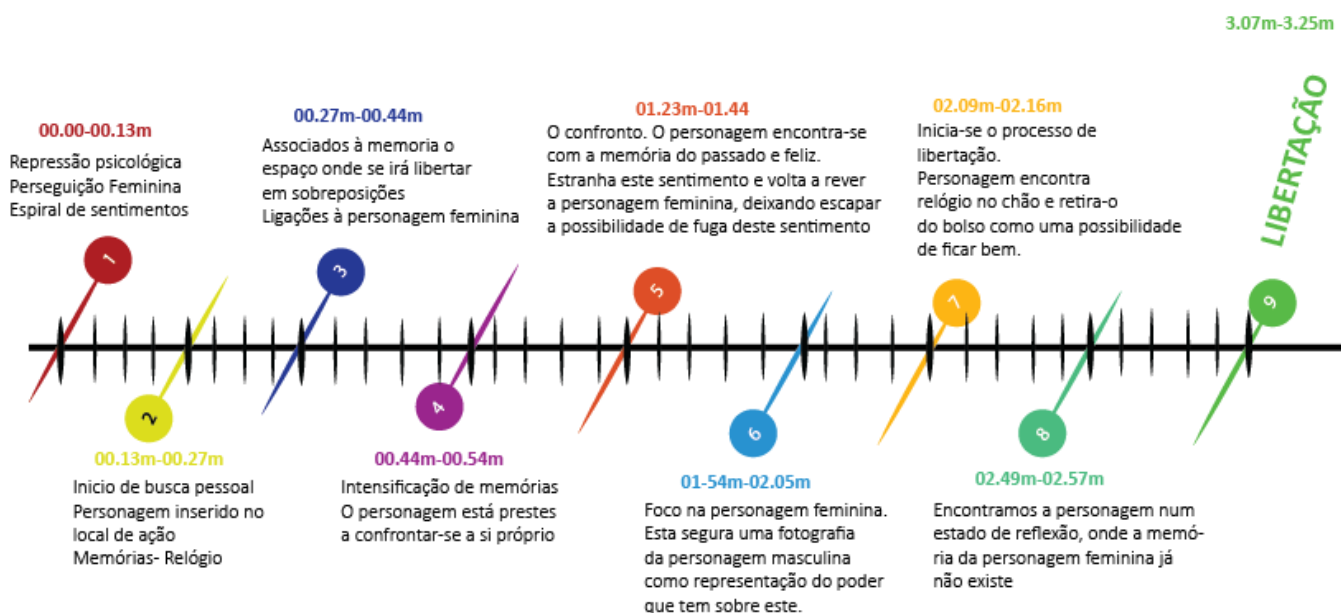


FIGURA 47- REPRESENTAÇÃO 9 FASES DO GUIÃO 'PÉRFIDO AMOR'

9.3- Storyboard Pérfido Amor

Storyboard Inicial

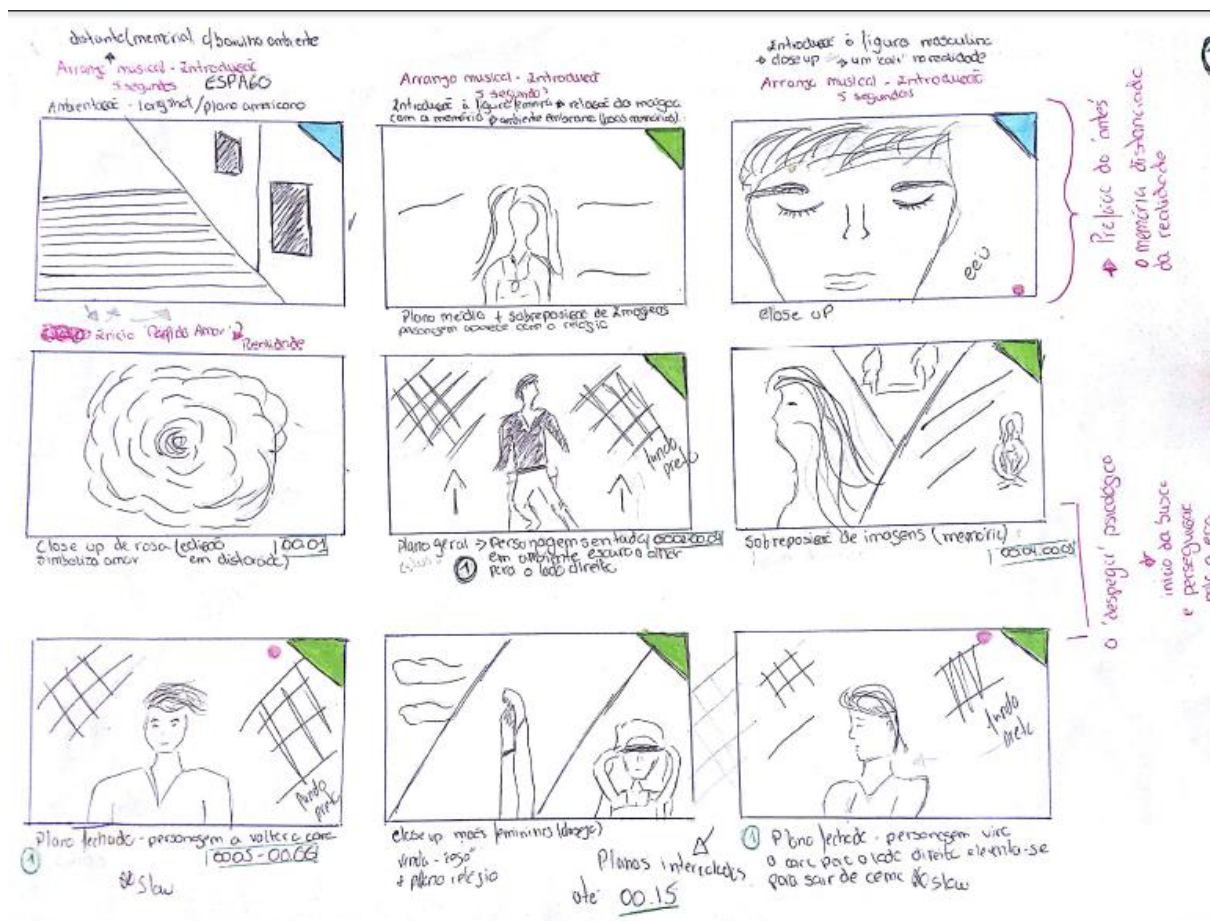


FIGURA 48- PRIMEIRA FOLHA DE STORYBOARD

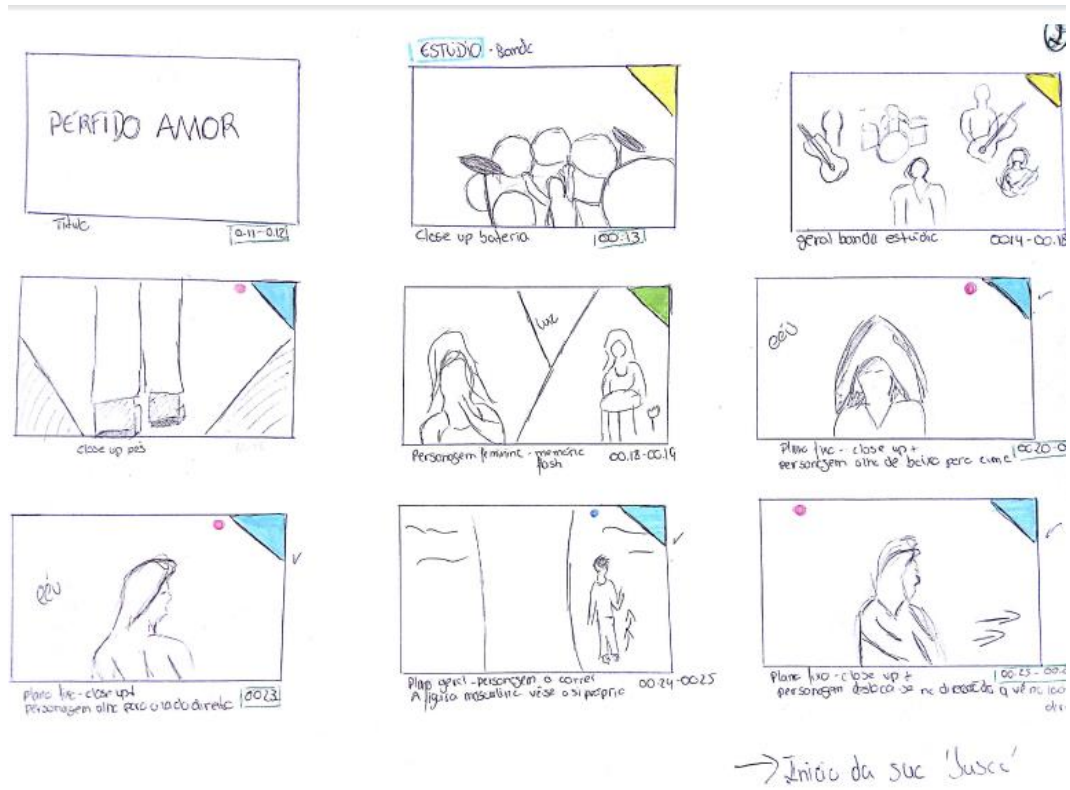


FIGURA 50- SEGUNDA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

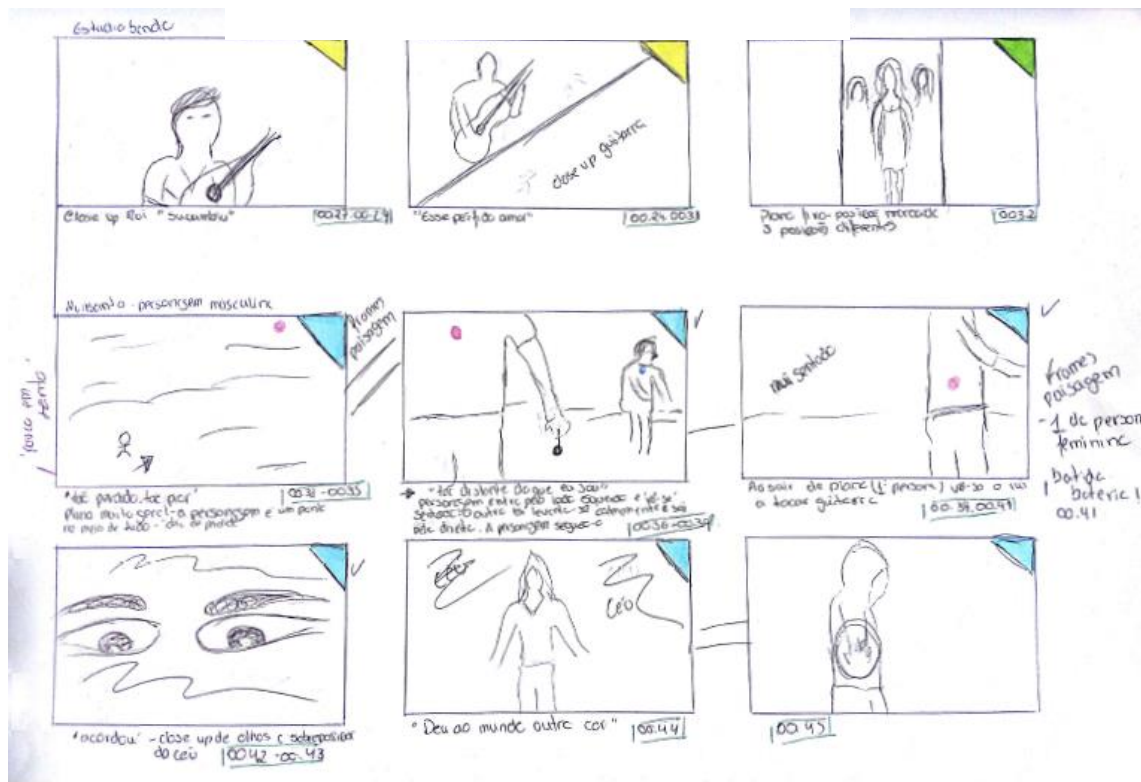


FIGURA 49- TERCEIRA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

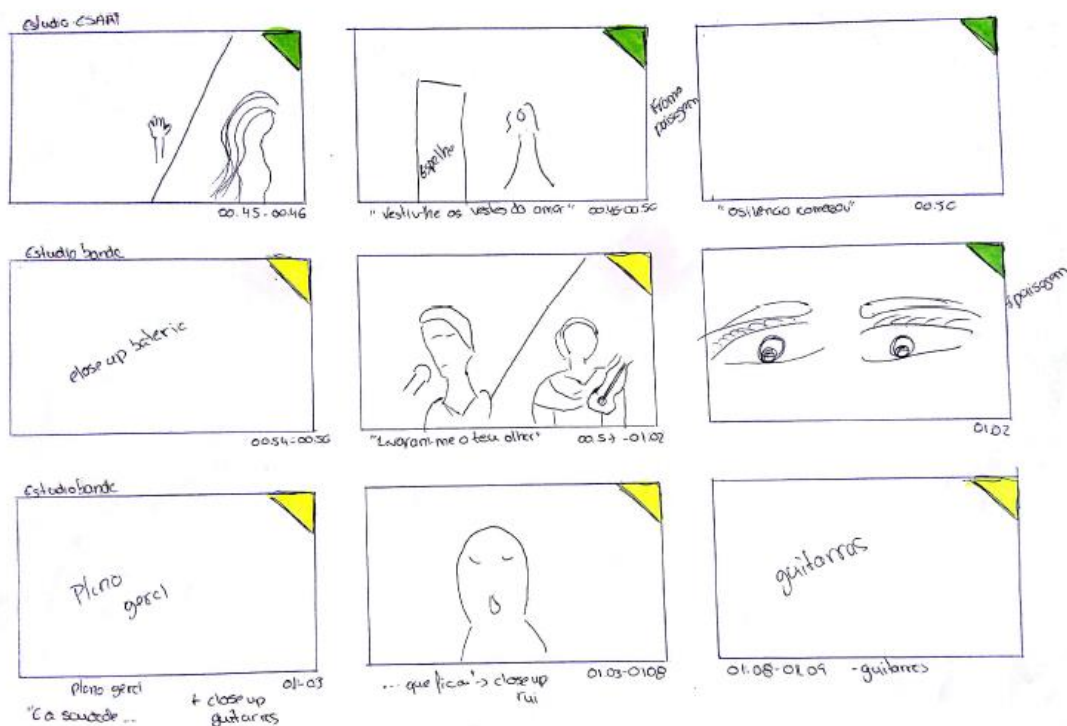


FIGURA 51- QUARTA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

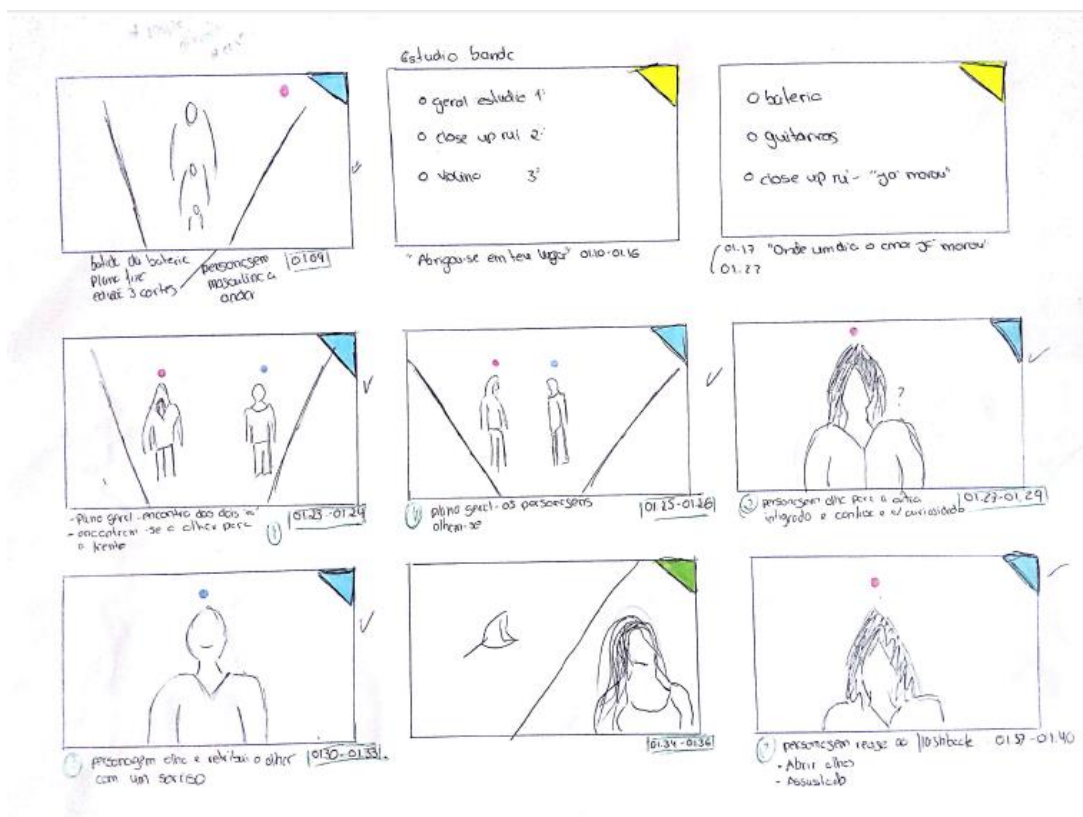


FIGURA 52- QUINTA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

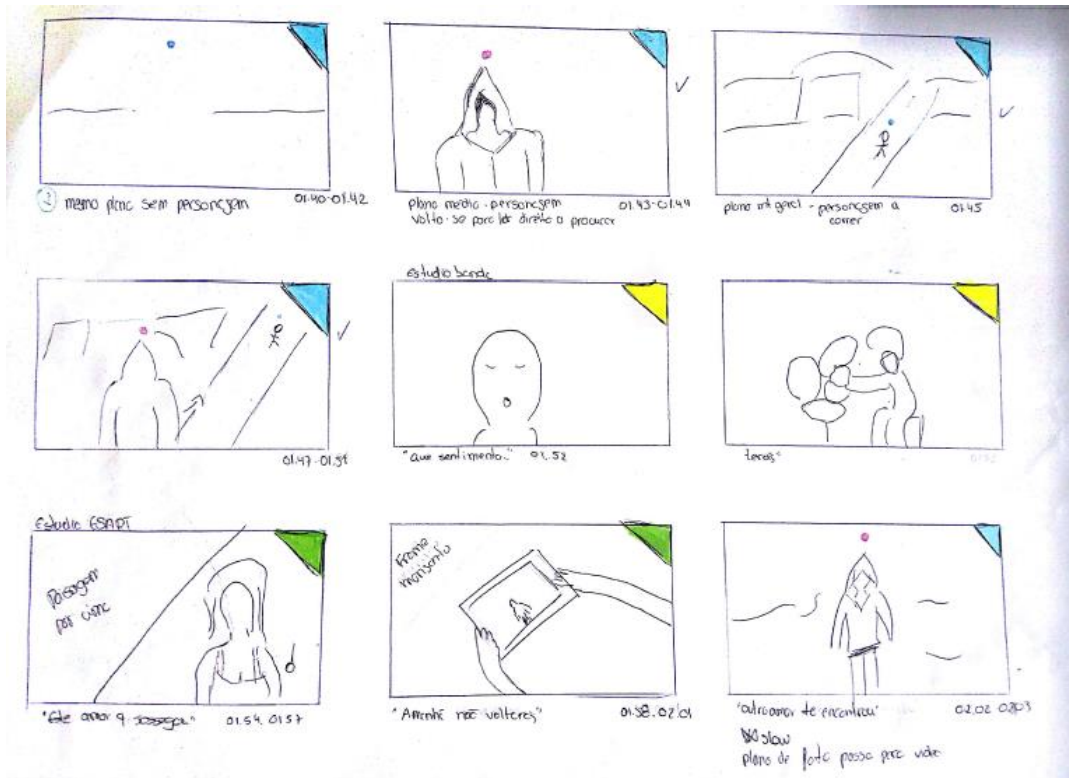


FIGURA 53- SEXTA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

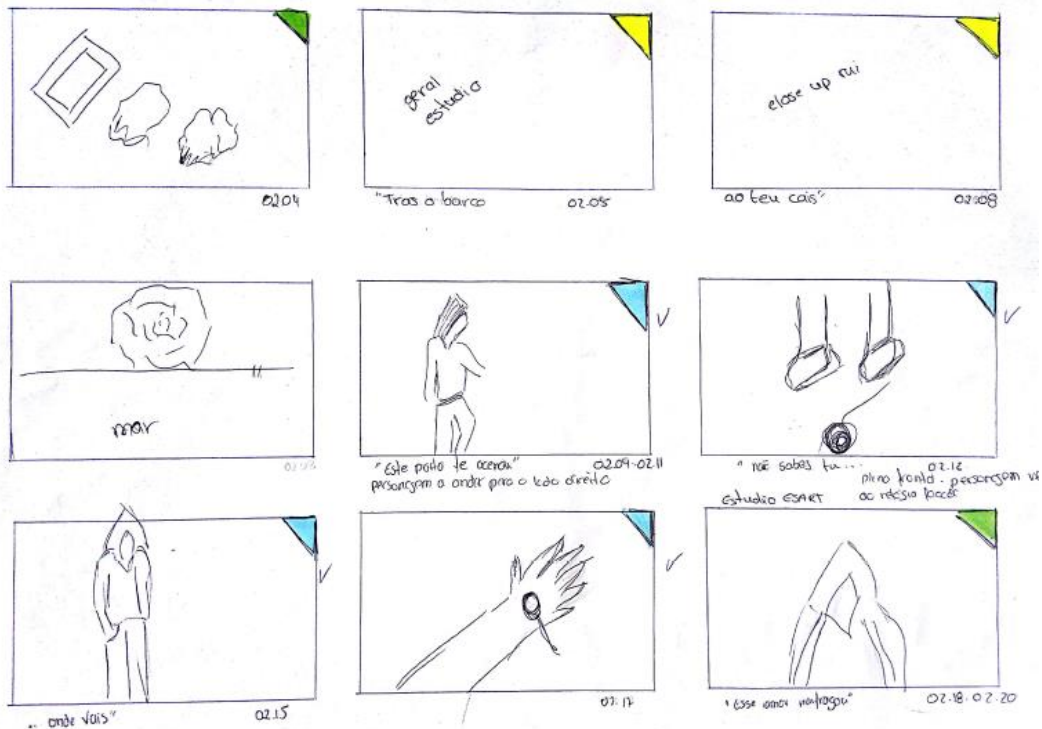


FIGURA 54- SÉTIMA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

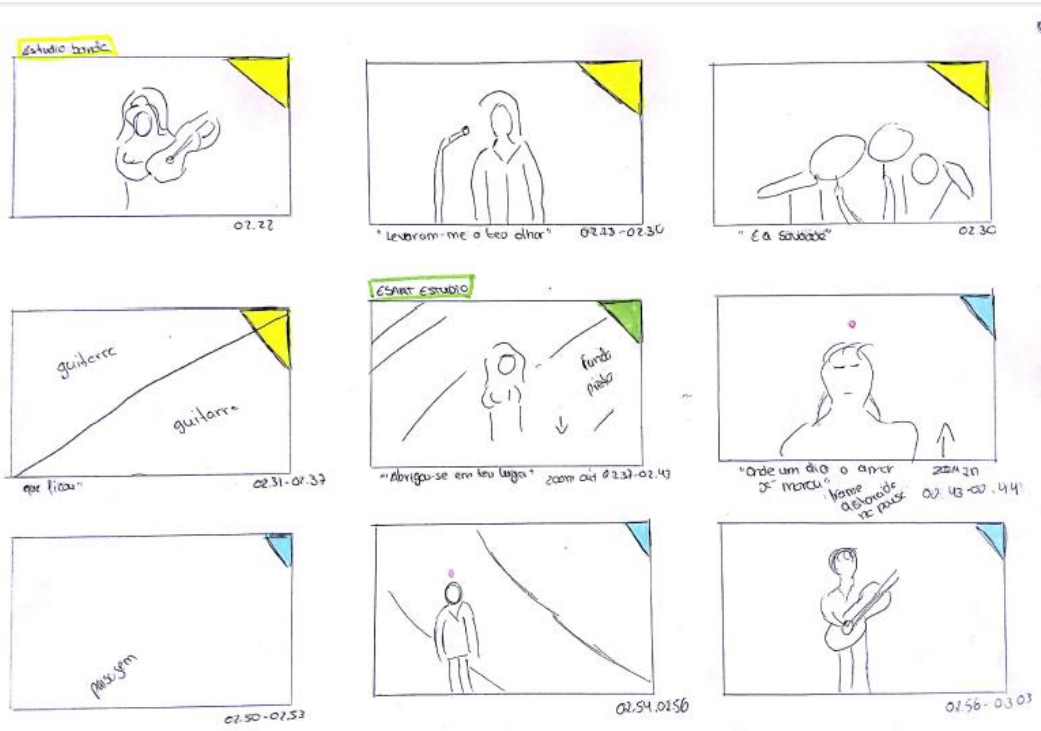


FIGURA 55- OITAVA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

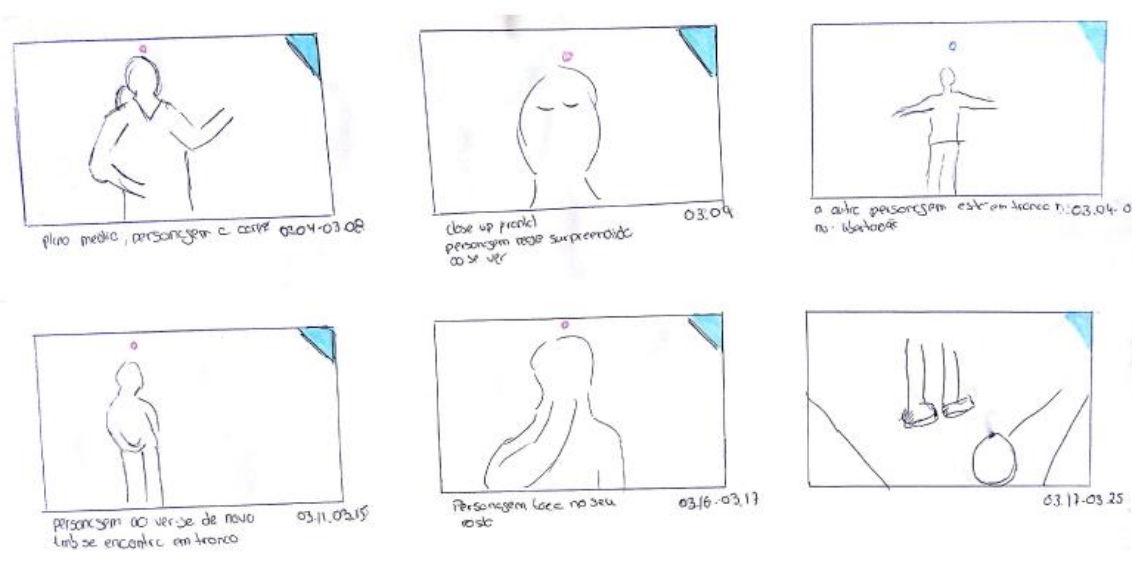


FIGURA 56-NONA FOLHA DO STORYBOARD 'PÉRFIDO AMOR'

Este foi o storyboard inicial pensado. Porém o planeamento sofreu algumas alterações por imposições da amplitude do mesmo.

Ocorrem alguns problemas em captação de imagem, principalmente referentes às gravações em Monsanto, sendo complicado gerir todos os pormenores sozinha, principalmente a captação de imagem com todos os pormenores pensados acima descritos, no qual falarei no ponto 9.5.

Estes problemas foram corrigidos na pós-produção do videoclip, gerando uma outra versão do que está acima demonstrado. A narrativa e ideia do vídeo não se alteraram, sendo que a única diferença são diferenciação de planos.

O storyboard foi essencial para me guiar durante toda a produção do projeto, sendo que este foi feito com a demonstração de planos, diferenciação dos locais, e apontamentos gerais para ajudar na produção do vídeo.

9.4- Calendarização das Filmagens

Este foi um dos pontos mais complicados de gerir. Ao trabalhar num projeto deste âmbito, todo o planeamento e calendarização fica aquém das minhas capacidades, sendo que só posso planear de acordo com a disponibilidade de com quem estou a trabalhar, sendo que essa está sempre a mudar.

A conclusão do storyboard deu-se a meio de abril, data de começo que tentei planear as datas com alguma antecedência, mas foram adiadas cerca de três vezes o que atrasou todo o meu projeto e trabalho de pós-produção.

Para as gravações em Monsanto, Castelo Branco, inicialmente tinha pensando e acordado com o Rui que ele fosse participante ativo como personagem da historia, que mais tarde preferiu participar apenas como artista cantando. Essa mudança atrasou a calendarização dessas captações de imagem cerca de duas semanas, em que tive de fazer também algumas alterações ao storyboard. Estas gravações acabaram por ocorrer no dia 24 de maio de 2017, desde as 13 horas até às 21 horas.

As filmagens mais complicadas de agendar foram as de banda em estúdio. Sendo que a banda do Rui tem 7 elementos, em que a grande maioria não mora em Castelo Branco e tem outros projetos paralelos também ao seu trabalho. Estas filmagens foram adiadas três vezes por imposição de falta de elementos, e que mesmo assim, dois elementos não puderam estar presentes na data final, que ocorreram a 28 de maio de 2017, desde as 10 horas até 13 horas.

As últimas filmagens que ocorreram no estúdio da ESART tiveram um atraso de duas semanas por falta de disponibilidade dos atores e do estúdio. Estas ocorrem a 7 de junho de 2017, desde as 16.30 horas até as 19 horas.

Tabela 5- Planeamento 'Pérfido Amor'

DIA	LOCALIZAÇÃO	HORAS	PLANEAMENTO
24/05/2017	Monsanto	13.00h-21.00h	Dualidade e Rui
28/05/2017	Benquerenças	10.00h-13.00h	Estudio Banda
7/06/2017	Estudio ESART	16.30h-19.00h	Personagem feminina e masculina

9.5- Captação de Imagens

Começo este ponto por referir e agradecer a ajuda do meu colega Luís Dias, que sempre se disponibilizou a ajudar-me na captação de algumas imagens durante o projeto, como a grande parte de paisagens captadas em Monsanto e ajuda técnica nas gravações de estúdio de banda.

Ocorrem três dias de captação de imagem: 24 de maio de 2017; 28 de maio de 2017 e 7 de junho de 2017.

Dado à dimensão do vídeo, foi complicado fazer as captações sozinha, com o tempo disponibilizado e com as condições dos espaços.

O dia de captações que se localizou em Monsanto foi o mais difícil de gerir. Um espaço mágico que contém toda a vida e look cinematográfico que precisava para os planos pensados. Porém, no dia de gravações as condições meteorológicas vincaram, pois foi um dia muito quente, sendo que Monsanto é especialmente em pique (localizado numa colina), foi complicado carregar todo o material durante todas as deslocações e gerir o pouco tempo que tinha para tanta captação. Para além disto, as captações ficaram condicionadas com a quantidade de insetos que havia no local, sendo impossível continuar as gravações nos locais pensados.

Todas estas imposições ficaram marcadas na captação de imagem por ser complicado gerir tantos pormenores sozinha, tendo que alterar o meu roteiro final, mas que consegui superar em pós-produção.



FIGURA 57- CAPTAÇÃO DE IMAGEM 'PÉRFIDO AMOR'

9.6- Material Técnico

O material técnico usado por a produção deste videoclip:

- Máquina Canon 700D
- Máquina Canon 60D
- Lente Canon EF 100MM f/2.8L Macro IS USM
- Lente Canon EF 15mm f/2.8 Fisheye
- Lente Canon EF 24-105mm f/4L IS USM
- Lente Canon 18-55mm EF-S F3.5-5.6 IS
- Dois painéis LED
- Dois tripés walimex
- Duas cabeças de flash com soft light

Ambas as máquinas foram pré-definidas com o picture profile *cinestyle* da Technicolor (para na pós-produção fazer uma correção de cor sem perder qualidade de imagem) a 1080p em 24 *frames*.

9.7- Iluminação

A iluminação escolhida para as captações de imagem em Monsanto é de luz natural, sem qualquer recurso a luz criada. Para as gravações de estúdio de banda usaram-se dois painéis LED para criarem uma maior foco e contraste principalmente em planos mais fechados e de expressividade. Em relação às gravações em estúdio da ESART, usaram-se duas cabeças de flash com soft box e um painel LED. Para as captações da figura feminina usou-se mais a luz de flash para dar uma cor mais morna e criar uma maior difusão de luz. Para as partes masculinas usou-se o painel LED para recriar uma luz dura com maior uso de sombra, ou seja, em *low key*.

10- Desenvolvimento de Teaser

10.1- Mensagem e Contextualização

O teaser criado é de live concert e tem duas finalidades: a de mostrar a energia, música e o Rui no seu estado mais puro, ou seja, ao vivo, e de promoção ao álbum com uma pequena amostra de duas músicas para além da música do videoclip.

Assim, o principal objetivo é que público recetor para além de ficar a conhecer um pouco do álbum do Rui, fique atraído com as imagens em live e que crie o desejo de conhecer mais e futuramente vá a concertos.

10.2- Guião Teaser

O teaser não seguiu nenhum guião em concreto, sendo principalmente a escolha da expressividade das imagens o principal fator decisor, sendo que na pós-produção foi criada uma linha de continuidade entre todas as imagens.

10.3- Calendarização das Filmagens

As filmagens ocorreram no dia 17 de dezembro de 2016 das 16 horas às 23 horas, onde o Rui Aziago fez a apresentação do seu álbum no Cine-Teatro Avenida de Castelo Branco. Para além de ser um sítio com renome na beira-baixa, a disposição do local dá lugar a uma variedade de planos diferentes, fazendo com que o teaser crie um dinamismo com mais ritmo.

10.4- Captação de Imagem

Novamente, o meu colega Luís Dias participou na ajuda na captação de imagens. Estas ocorreram de duas formas: uma primeira durante os ensaios, para uma maior possibilidade de planos próximos, movimentações de câmara sem interferir com a banda, podemos estar à vontade no palco para fazer uso dessas técnicas: uma segunda durante todo o concerto ao vivo para uma maior expressividade do Rui e a ajuda de recurso das luzes de palco, dando um dinamismo totalmente diferente em termos finais ao vídeo.

10.5- Material Técnico

O material técnico usado foi:

-Câmara Canon 700D

-Câmara Canon 1100D

-Lente Canon EF 24-105mm f/4L IS USM

-Lente Canon 18-55mm EF-S F3.5-5.6 IS

10.6- Iluminação

A iluminação para a gravação usada foi a disponibilizada no Cine-Teatro e pelo concerto, sendo que durante o ensaio as captações ficaram condicionadas pelos testes de luzes para o concerto final.

11- Desenvolvimento Vídeo de Abertura

11.1- Mensagem e Contextualização

Dando continuidade à conceptualização criada neste projeto, o vídeo de abertura vem de encontro a dar a conhecer a essência do Rui. Num pequeno vídeo acompanhado por uma *voz off* criada por Bruno Dias, colega e amigo do Rui, esta pretende ser um apoio visual à experiência de concerto, para que o público para além de entrar num estado de maior proximidade com o artista, vem desvendar um pouco a 'cortina' do que será

o concerto e claro, conhecer um pouco o Rui, criando uma maior relação de proximidade e intimidade na sala onde irá decorrer o espetáculo.

11.2- Guião

Este vídeo para ter uma maior proximidade com o público é acompanhado por uma *voz off* escrita por Bruno Dias e dita pelo Rui para que tenha mais significado. A voz-off foi-me entregue apenas no dia 21 de junho de 2017, o que condicionou um pouco o seu planeamento.

Voz *Off*:

O silêncio transforma-se em tela.

Salpicada pela cor musical.

De 7 notas.

De 7 raízes.

Em cada ressoar de cordas.

Em cada pincelada de teclas.

Entre batidas de peito e ecos de voz.

Quebrando o frasco das memórias.

Libertando as palavras.

Sopradas pelo destino.

Perfeitas na harmonia de serem livres.

Para abrirem asas e mergulharem.

Na imaginação de quem as escuta.

Exaltando o que as sombras escondem.

Sorrisos e lembranças.

Com a paixão de quem pinta.

Mais uma obra de vida.

A voz *off* vem dar sustento à escrita mais lírica e complexa que tem acompanhado todo o projeto, tornando o vídeo não só um produto de promoção como também um pouco da essência do Rui.

11.3- Calendarização das Filmagens

As datas de filmagens ocorreram no dia 28 de março de 2017 em estúdio da ESART, e o aproveitamento das filmagens ocorridas em 16 de dezembro de 2016.

11.4- Captação de Imagem

A captação de imagem foi apoiada pelo meu colega Luís Dias, que ajustou apontamentos técnicos e pelo orientador de projeto, professor Neel Naik.

A escolha desta ser em estúdio em fundo preto justifica-se ao querer dar um ambiente mais íntimo, de acordo com a voz *off* criada, e relacionar-se com a escolha de identidade criada para o Rui, dando assim continuidade à conceptualização criada.



FIGURA 58- CAPTAÇÃO DE IMAGEM VÍDEO DE ABERTURA

11.5- Material Técnico

- Câmara Canon 700D
- Câmara Canon 1100D
- Lente Canon EF 85mm f/1.8USM
- Lente Canon 18-55mm EF-S F3.5-5.6 IS
- Duas cabeças de flash com soft box
- Refletor de luz
- Fotómetro

11.6- Iluminação

A iluminação foi toda criada a partir de duas cabeças de flash com soft box e um refletor de luz, de modo a criar luz dura e com forte contraste: low key, com uso de pano preto em background.

Capítulo VI - Pós-Produção Audiovisual

12.1- Pós-Produção Audiovisual Videoclip

A edição do videoclip foi toda feita em Adobe Premiere. A primeira edição começou no dia 25 de maio de 2017, após as primeiras gravações em Monsanto.

12.1.2- Organização

Para poupar tempo na edição é necessário haver uma correta organização das imagens. Dessa forma, toda a captação de imagem está dividida por dias e pelos espaços onde foram gravadas, devidamente colocadas em pastas separadas.

12.1.3- Triagem

A escolha de seleção de imagens é um processo que pode ser demoroso. Quando é necessário a repetição de planos, esta tem que ser previamente selecionadas antes de começar a edição, uma maneira também de poupar mais tempo na edição.

Assim, todas as filmagens foram vistas e analisadas antes de serem exportadas para o Adobe Premiere, de acordo com as que apresentavam a qualidade necessária.

12.1.4- Edição de Imagem

É o estilo de edição, para além da narrativa, que define o videoclip. Desta forma optei por fazer cortes com ritmo e dinamismo. Associados à parte feminina (de memória e sonho) os planos são pouca duração (2-5 *frames*) com sobreposições de imagens. Estas servem para reforçar a ideia de memória e estado de confusão da personagem que as está a sentir. Um elemento que me ajudou também aos cortes foi a música, tendo uma melodia forte, principalmente em batida e acordes, alguns dos planos foram pensados para os pontos fortes da música, criando mais impacto na mudança de uns para outros.

Sendo uma música que relembra harmoniosamente o fado e ao clássico, esta edição vai um pouco ao encontro do que lhe normalmente associado. Esta serve, para além de

‘romper’ o que é tradicional, mostrar um outro dinamismo que pode ser mostrado neste tipo música.

Para além disto, a edição vai de encontro a toda a narrativa, principalmente ao que a personagem sente ao longo de toda a sua ‘jornada’, tendo momentos de maior tensão (cortes mais rápidos) e outros de momento de mais harmonia: as imagens de banda em estúdio mantêm uma simplicidade que não é comum no resto do vídeo. Esta foi pensada, para além de dar mais ênfase ao que a personagem está a sentir (pelo contraste), criar uma ‘pausa’ de história, em que o público possa conhecer quem está por detrás deste projeto, sendo o primeiro videoclip do Rui e da banda.

Como foi referido no ponto 9.3 do Storyboard do videoclip, a captação de imagem não seguiu o planeado devido a imposições. A edição foi essencial para corrigir este problema, para além que me obrigou de uma forma mais criativa a superar o imprevisto.

12.1.5- Correção de Cor

Foi essencial ter usado o *picture profile* CineStyle de Technicolor na pré-produção da captação. Esta ferramenta usa as imagens como ficheiros raw, o que possibilita uma maior edição de cor posterior sem perder qualidade de imagem.

Assim a correção de cor, usando o Lumetri Color no Adobe Premiere, numa primeira fase, baseou-se em dar o ar cinematográfico aos planos, trabalhando principalmente com o *exposure*, contraste, temperatura, pretos, brancos e sombras, vinheta e linhas de curva para puxar em mais em concreto algumas cores. Nas imagens de memória estas cores foram mais puxadas em alguns casos para poder dar um aspeto mais antigo associado ao passado, como imagens desgastadas. A escolha destas serem maioritariamente a preto e branco vem de encontro também a isso.

Numa segunda fase, o *grading*. Esta técnica serve essencialmente para criar um ambiente mais definido entre todas as imagens. O *grading* foi escolhido essencialmente por espaço, sendo o de estúdio de banda uniforme ao longo do vídeo, com tons mais amarelados e castanhos e as imagens exteriores de Monsanto um *grading* mais verde, simbolizando esperança.

A correção de cor define emoções e sentimentos, para além de dar muito mais credibilidade ao que está a ser visto, esta consegue criar ambientes e fazer com que o público que esteja a ver o videoclip sinta as emoções que a personagem está a sentir.



FIGURA 59- CORREÇÃO DE CORE EM LUMETRI COLOR- ‘PÉRFIDO AMOR’

12.1.6-Efeitos Especiais e Transições

‘Pérfido Amor’ ao longo de todo o vídeo é rico em efeitos especiais, ou seja, imagens alteradas da origem da sua captação.

As mais visíveis e recorrentes ligam-se à figura feminina e ao estado de memória. Para conseguir transmitir que disso se tratava, recorri aos efeitos especiais, trabalhando com o *motion*: posição, opacidade, *blend mode* e acompanhadas de diferentes tratamentos de cor, a sobreposição de imagens com estes efeitos torna muito mais forte criar o conceito de sonho, do antigo, da memória. Estas foram também suportadas com o dissolve, *mirror* e *dip to black*.

Na dualidade entre as duas personagens, do passado e presente, o primeiro plano em que estas aparecem juntas não ficou correto na sua captação de imagem, pois pela existência de sombras e gravado na hora de maior sol, estas mudaram em segundos. Para corrigir este problema criei três máscaras, uma para a personagem do passado, outra para personagem presente que chega à cena, e outra para o Rui que está sentado a tocar.

Este foi o plano em que mais trabalhei, ao ter que retocar frame por frame todo o movimento de início ao fim da filmagem.

No segundo plano em que as personagens se confrontam não ocorreu esse problema pelo espaço ser bastante amplo e de muita luz, sendo que apenas tive de usar o *crop* para obter esse resultado.



FIGURA 60- EXEMPLO DE EFEITOS ESPECIAIS EM 'PÉRFIDO AMOR'

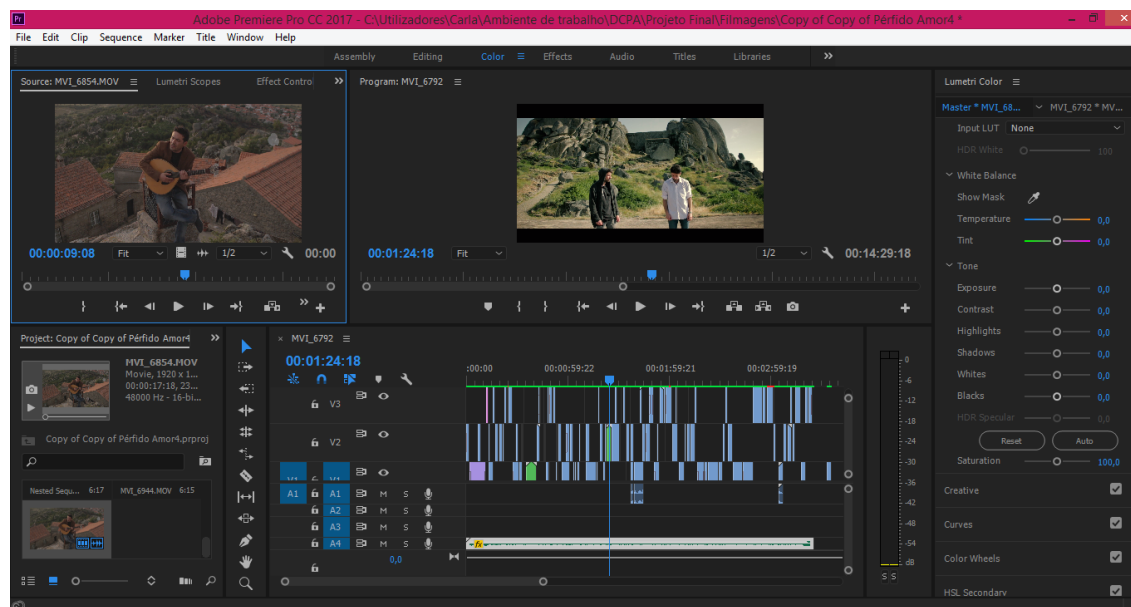


FIGURA 61- EDIÇÃO EM PREMIERE DE PÉRFIDO AMOR

13.2- Pós-Produção Audiovisual Teaser

13.2.1- Organização e Triagem

Sendo que as captações do teaser foram feitas durante o ensaio e durante o concerto ao vivo foi importante fazer uma divisão destas e dos tipos de plano que se fizeram. Sendo que foram também filmadas com câmaras de capacidade de gravação diferentes, essas foram também divididas. Tendo muitas imagens com má iluminação devido aos testes de luzes que estavam a ser feitos durante os ensaios, foi essencial uma triagem de todos os vídeos e escolha dos que estavam corretos para poupar tempo posterior de edição.

13.2.3- Edição de Imagem

A edição de imagem no teaser foi feita com cortes simples, mas também ritmados. Sendo a amostra da essência e energia do Rui no seu estado mais puro, ao vivo, era importante fazer transparecer essa no estilo de edição. Para além disto foram também usadas duas gravações de áudio ao vivo como suporte da música gravada em cd, para dar mais vivacidade ao que está a ser visto e fazer sentir o público a vontade de conhecer mais.

13.2.4- Correção de Cor

A correção de cor foi limitada no teaser, pois as luzes usadas no cine teatro ou eram de extremo foco ou de extrema escuridão, sendo que a posterior correção ficou limitada pela possível perda de qualidade das imagens. A correção de cor foi trabalhada na ferramenta Lumetri Color no Adobe Premiere.

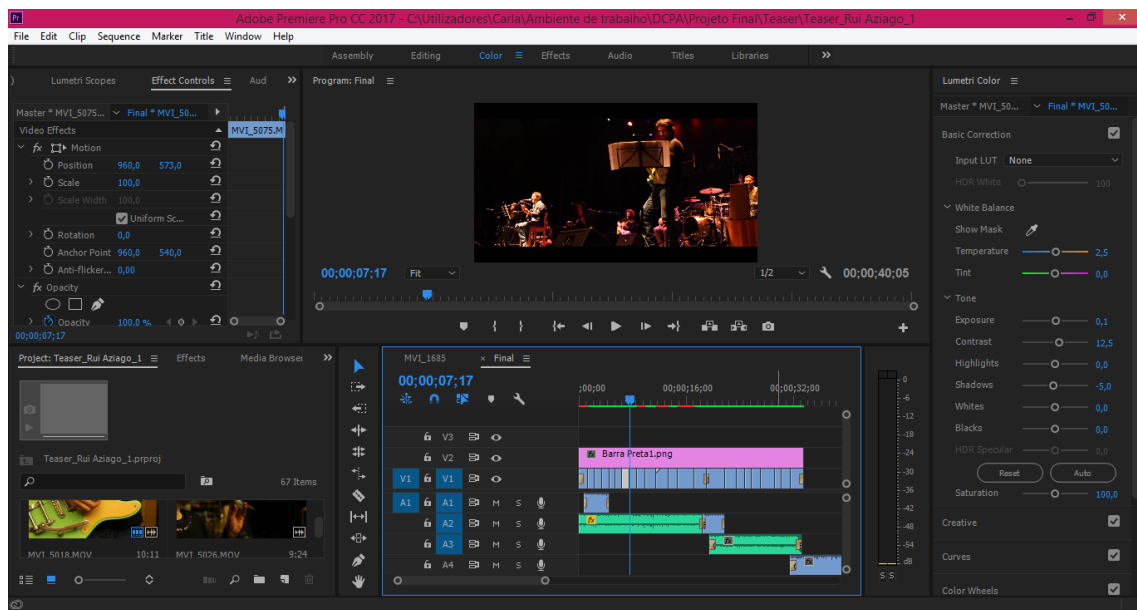


FIGURA 62- EDIÇÃO EM PREMIERE DO TEASER DE LIVE CONCERT

14.2- Pós-Produção Audiovisual Vídeo de Abertura

Este vídeo funciona como um prefácio do concerto, do que o espectador vai estar prestes a assistir e vai criar todo um ambiente antes dos músicos e Rui entrar em palco. Este pretende demonstrar a mensagem que o artista pretende demonstrar com a sua música e toda a ligação que tem com a sua banda. Acompanhado por uma voz off com uma conotação lírica de escrita, este vídeo pede uma edição cuidadosa e que faça refletir as palavras ditas, de forma a criar uma linha de intimidade entre o publico e o musico.

14.2.1- Organização

As imagens a serem utilizadas foram captadas em estúdio da ESART, e que passaram por uma pré-seleção antes da sua edição. As imagens gravadas no ensaio foram também usadas para demonstrar a relação entre os músicos.

14.2.2- Edição de Imagem

Como já referido, o estilo de edição do vídeo deve ser cuidadoso, sem cortes muito bruscos para poder transmitir uma certa harmonia que a *voz off* assim o pede. Para além disto, deve ter em conta as pausas da voz, para que o espetador tenha tempo de ‘respirar’ e absorver o que está a ser dito. Para suplementar esta decisão, foi também aplicado a cada vídeo *slow motion* (70%).

14.2.3- Correção de Cor

Para criar uma maior intimidade com o público tomou-se a decisão de todo o vídeo ser com imagens a preto e branco, tendo um caracter mais simplista e de maior harmonia.

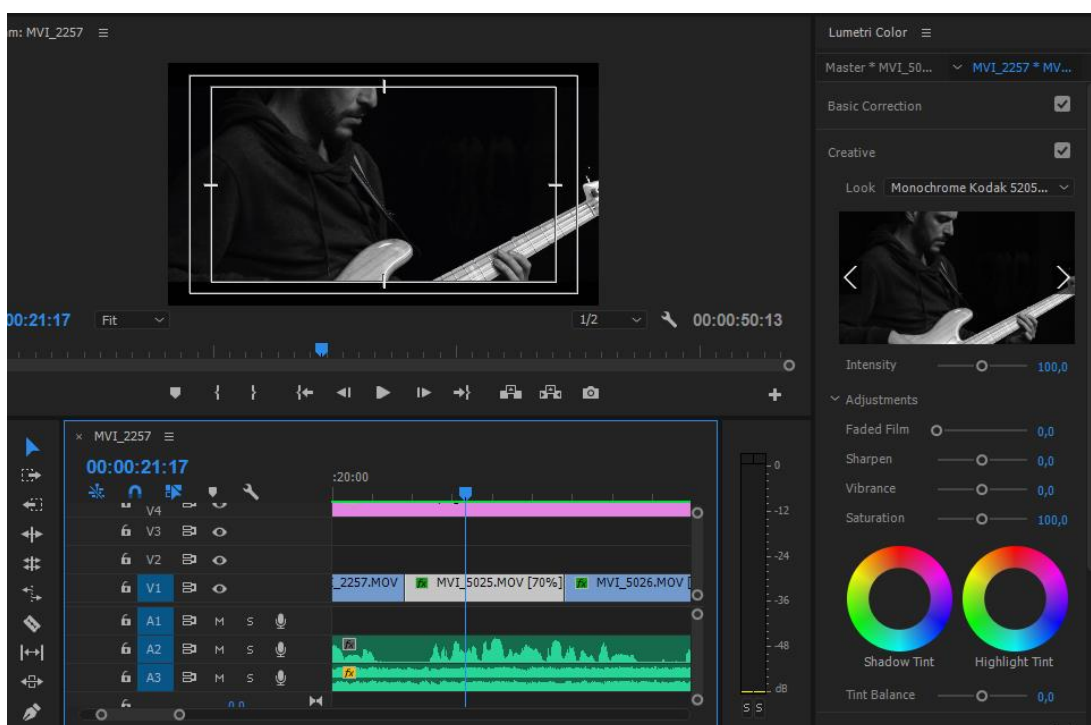


FIGURA 63- EDIÇÃO EM PREMIERE DO VÍDEO DE ABERTURA PARA CONCERTO

Capítulo VII - Produção Gráfica

15 -Pré-Produção Gráfica

Inicialmente na pré-proposta de projeto, juntamente com todo o trabalho que desenvolvi, tinha também em visão criar uma capa de álbum para o recente álbum de originais do Rui Aziago. Visto que o álbum já estava criado e lançado para venda, os professores aconselharam-me a retirar esse objetivo do projeto, não sendo necessário nesta altura.

Então foquei-me em criar uma linha de identidade para o Rui através dos vídeos que produzi. Mas não fazia sentido publicita-los sem ter imagem que confirmasse a minha conceptualização. Refiro-me principalmente às redes sociais, mais propriamente ao Facebook, onde o Rui possui uma página, mas que não tem qualquer essência do seu trabalho nem causa o impacto que deveria causar. Então, o melhoramento da gestão da página da rede social tornou-se um elemento a ter em conta neste projeto, não só pelas razões já acima referidas, mas também pela importância que as redes sociais têm atualmente nos dias de hoje para promoção, compartilhamento da indústria musical, como foi referido no capítulo III no ponto 6.2.

A primeira fase deste projeto consistiu numa pesquisa aos artistas portugueses com dentro do mesmo género musical, o fado. Após uma análise verifiquei que estes artistas, como por exemplo Mariza ou Camané, tem uma linha de identidade visual muito simples, muito baseada na fotografia e no grafismo que usam.

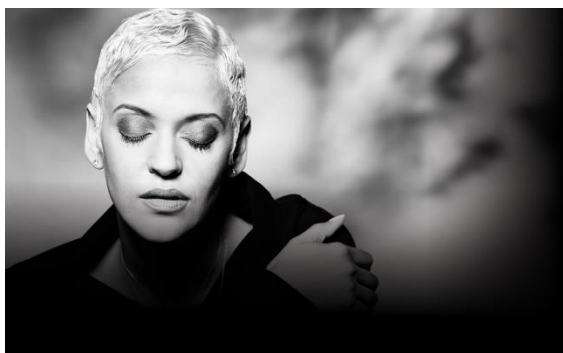


FIGURA 64-FADISTA MARIZA



FIGURA 65- FADISTA CAMANÉ

Sendo que o projeto que estou a criar é baseado também na essência do Rui e da sua música, esta contextualização não pode fugir ao seu estilo e ser discrepante em relação ao artista. Então decidi recorrer também ao uso da fotografia para promover o Rui, sempre com a sua fiel companheira, a guitarra portuguesa.

Outro elemento que criei para a marca do Rui é a rosa vermelha. Esta aparece visivelmente no videoclip 'Pérfido Amor' algumas vezes, como simbolização do amor. Sendo que a mensagem que o Rui pretende passar é o amor e a solidariedade, achei interessante a integração da mesma como referência à sua imagem.

Assim, foram criadas duas peças como promoção ao single com destino à rede social do facebook.

15.1- Planificação Sessão Fotográfica

A sessão fotográfica ocorreu no dia 28 de março de 2017. Foi pedido ao Rui que ele levasse também a sua guitarra portuguesa, e que a indumentaria fosse a que ele se sentisse confortável, acabando por levar um característico casaco castanho e camisa preta. Esta roupa é novamente vista no videoclip 'Pérfido Amor', criando uma relação da promoção do single com a do videoclip.

Esta sessão baseou-se em pedir ao Rui o que ele sabe fazer melhor: cantar e tocar, e assim o fez. A captação de fotografias foi tirada enquanto o Rui cantava para que as suas expressões fossem o mais natural possíveis e pudessem transmitir essas emoções registadas numa imagem.

15.1.1- Material Técnico

O material usado foi:

- Canon 700D
- Lente Canon EF 85mm f/1.8USM
- Duas cabeças de flash com soft box
- Fotómetro
- Tela preta

15.1.2- Iluminação

A iluminação foi toda criada a partir de duas cabeças de flash com soft box e um refletor de luz, de modo a criar luz dura e com forte contraste: low key, com uso de pano preto em background.

15.1.3- Grafismo

O grafismo escolhido é a tipografia Vertigo, tratada em bold e em regular. A escolha desta foi pensada por ser uma letra de pouca estrutura e simples. Esta, volta a aparecer no videoclip 'Pérfido Amor' como entrada do nome da música.

16- Pós-Produção Gráfica

16.1- Edição de Imagem

Como já foi referido, o elemento da rosa vermelha passou a fazer parte da linha de identidade do Rui. Trabalhando em Adobe Photoshop, tentei integra-la na capa de single através de um *blend mode* e máscara, para criar uma certa textura, porém, esta é muito subtil na composição de imagem final para a imagem não perder a harmonia. As imagens foram recortadas para uma maior precisão da arte final.

16.2- Correção de Cor

As fotografias foram captadas em raw para a possibilidade de maior edição de cor sem perder qualidade de imagem. Estas foram editadas em Adobe Bridge e corrigidas em Photoshop na integração da composição final.

As ferramentas principais utilizadas foram a *exposure*, contraste, sombras, temperaturas e tonalidades.

16.3- Artes Finais

As artes finais foram submetidas com as medidas para a página de facebook, sendo que o banner é de 851x315 pixels. São então pensadas para a promoção do single e videoclip 'Pérfido Amor'.



FIGURA 66-ARTE FINAL COM FINALIDADE A FOTO DE CAPA PARA A REDE SOCIAL FACEBOOK.

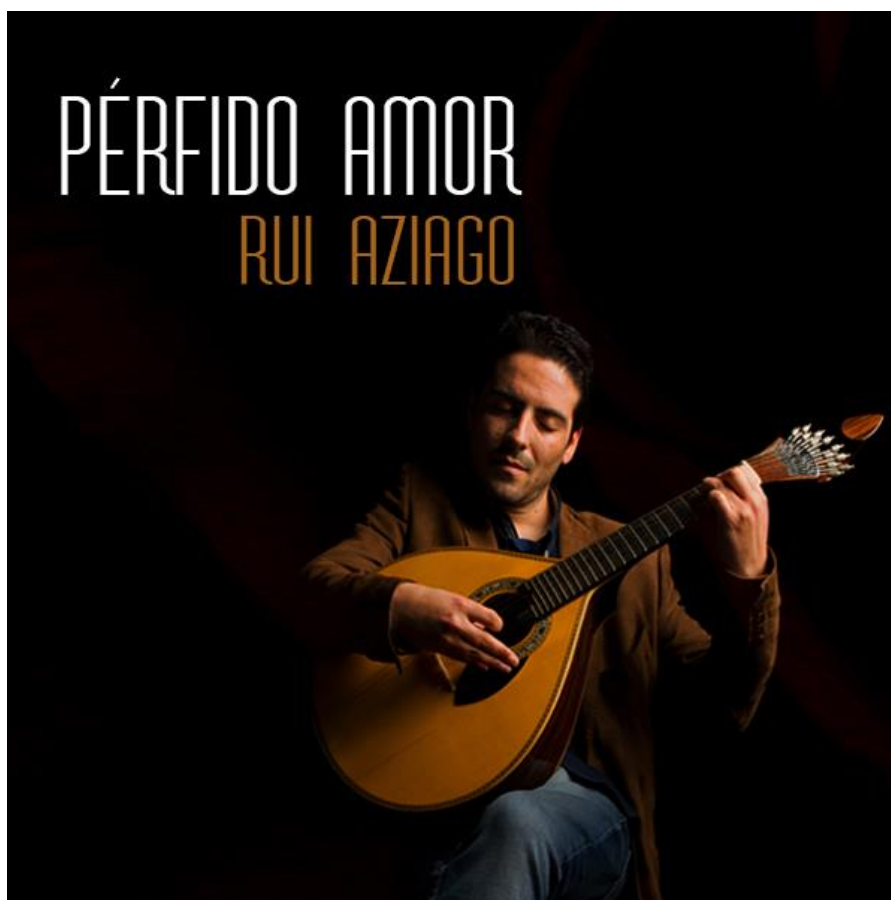


FIGURA 67- ARTE FINAL COM A FINALIDADE DE FOTO DE PERFIL PARA A REDE SOCIAL FACEBOOK.

16.4- Aplicação de Artes Finais para Redes Sociais



FIGURA 69- ARTES FINAIS APLICADAS NA REDE SOCIAL DO FACEBOOK.

Capítulo VIII - Análise e reflexão crítica

Pontos Positivos:

- Aprofundamento das aprendizagens apreendidas durante a licenciatura de Design de Comunicação e Produção Audiovisual.
- Melhoramento de gestão de trabalho e organização.
- Capacidade de trabalhar os problemas impostos ao longo do projeto.
- Oportunidade de criar parcerias com o Rui Aziago

Pontos negativos:

- Falta de disponibilidade de agendamentos de gravações
- Condições Climatéricas
- Falta de apoio económico

18- Reflexão crítica e conclusão

Após a conclusão deste projeto penso que todos os objetivos foram concretizados com sucesso, sendo que o foco promocional interligado à essência do artista aliado ao poder da imagem o objetivo primordial foi atingido.

De notar também a dificuldade de um projeto deste âmbito sozinha, onde normalmente é realizado por uma equipa, senti muitas dificuldades principalmente na parte de captação de imagem e seguir tudo o que planeei ao mesmo tempo. Sendo um projeto audiovisual, foi também difícil conseguir acordar datas e agendamentos com todas as pessoas envolvidas, sendo o Rui, banda e atores, o que atrasou principalmente a edição final do meu videoclipe. Mas acredito que todas estas dificuldades foram superadas e que de certa forma preparou-me para o mundo do trabalho, este sempre com imprevistos, sendo que treinei a minha capacidade de ser criativa aos problemas impostos.

Sendo um projeto final, sinto que apliquei um pouco de todas as aprendizagens que colhi ao longo dos meus quatro anos na ESART e principalmente sinto que é um trabalho meu, de acordo com as minhas ideias e visão sobre o que me foi pedido, mas sempre respeitando a conceptualização e essência do Rui.

Para o futuro, espero que este projeto seja um meio de visibilidade para o meu trabalho, seja criando parcerias com o Rui Aziago ou outros artistas, no ramo de realização,

argumento e edição. Espero também ter a oportunidade de construir uma carreira, alargar os meus conhecimentos e ser profissional nesta área, pois é realmente o que gosto de fazer e o que me cativa interesse.

Concluo dizendo que é um projeto que me deixa orgulhosa e espero que todas as pessoas envolvidas possam sentir o mesmo.

19- Bibliografia

Barry, Andersson- THE DSLR FILMKER'S, Real-World Production Techquines, 2ºEd, 2015 ISBN: 978-1-118-98349-2

D.Katz, Steven- SHOT BY SHOT, Michel Wiese Productions, 1º Ed, 1991. ISBN: 9780941188104

Rabiger, Hurbis-Cherrier , Michael e Mick- DIRECTING, Focal Press 5ºEd, 2013 ISBN: 978-0240818450

NOGUEIRA, Luís. *Manuais de Cinema II: Géneros Cinematográficos*. Covilhã, Livros LabCom, 2010. ISBN 978-989-654-042-5

<http://filmsound.org>

<https://pt.wikipedia.org>

<https://www.brainyquote.com>

<http://www.primeirofilme.com.br>

<http://www.thevideoeffect.tv>

<https://luismacedophotography.wordpress.com>

<http://www.dicasdefotografia.com.br>

<https://blog.emania.com.br>

<http://omeuolhar.com>

<https://www.tertulianarrativa.com>

<http://caminhos.info>

<http://learn.org/>

<http://cuvideoedit.com>

<https://www.fastcompany.com>

<https://blog.pond5.com>

<http://cuvideoedit.com>

<http://geracaoy.net>

<http://pitchfork.com>

<https://pt.slideshare.net>

<http://fotografiadicas.com.br>

<https://www.zoom.com.br>