



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas

## **Associação de proteção animal “Arronches adopta”**

### **Projeto de comunicação**

Bruno Silva  
20140665  
Francisco Neto  
20140669

#### **Orientadores**

Prof. Isabel Marcos

Relatório de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas 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 da professora Isabel Marcos, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Junho de 2018**



## Composição do Júri

Presidente do júri

Dr. Carlos Manuel Domingues dos Reis

Prof. Adjunto da Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB

Vogais

Especialista Neel Vipinchandra Naik

Prof. Adjunto Convidado da Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB

Especialista Isabel Maria Ramos Marcos

Prof<sup>a</sup>. Adjunta da Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB



## **Agradecimentos**

Começamos por agradecer à Patrícia Flores, fundadora da associação “Arronches Adopta”, por nos ter permitido elaborar o projeto e por toda a disponibilidade facultada para elaborarmos este projeto. À professora Isabel Marcos, orientadora deste projeto, por toda a paciência e ajuda dada ao longo do percurso. Ao Miguel Gromicho por ter feito as músicas originais para os nossos vídeos. À Nídia Castanho por ter acompanhado o projeto desde início e por ter dado algumas ideias para a elaboração do mesmo. À Ana Lopes, Cristina Figueira e, Willem Carp por se disponibilizarem a ser entrevistados para o nosso documentário. Às nossas famílias que financiaram as nossas licenciaturas e por fim aos nossos colegas de curso por toda a ajuda dada durante estes anos.



## Epígrafe

*“Podemos julgar o coração de um homem pela forma como ele trata os animais.”*

*Immanuel Kant*



## Resumo

Este é um projeto realizado na disciplina de Produção Multimédia e Audiovisual, onde pretendemos explorar as vertentes de audiovisual e design gráfico lecionadas na licenciatura de Design de Comunicação e Produção Audiovisual. Assim, solicitámos autorização à Associação “Arronches Adopta”, para a elaboração do nosso projeto de comunicação nas suas instalações. Neste sentido realizamos três vídeos na parte de audiovisual, onde tencionamos sensibilizar as pessoas para a causa animal. No documentário “A Vida no Canil”, falamos sobre o canil em questão e mostramos a realidade vivida. No vídeo do voluntariado expomos o que um voluntário faz no canil. O último vídeo é uma campanha contra o abandono de animais. Na parte de Design Gráfico alteramos a marca gráfica, elaboramos cartazes e flyers sobre os processos de adoção da associação e também realizamos um estacionário onde inclui cartão de visita, folha de carta e envelopes.

Palavras Chave: Abandono, Comunicação, Solidariedade;



## **Abstract**

This project was conceived in the area of Multimedia and Audiovisual, where it acted as a part of audiovisual and graphic design in the discipline of Communication Design and Audiovisual Production. Thus, we have requested a notice to the Association "Arronches Adopta", to obtain the inspiration for its facilities. In this sense, three videos are realized in the audiovisual part, where it is intended to sensitize people to the animal cause. In the documentary "The Non-Kennel Life", we talk about the kennel in question and show the reality lived. No volunteer video shows what a volunteer does in the kennel. No latest video is a campaign against the abandonment of animals. In the section of Graphic Design he changed a graphic brand, produced posters and leaflets on the admission processes of the association and also a concept of business card, letter sheet and envelopes.

Key words: Abandonment, Communication, Solidarity;



## **Abreviaturas**

CAT - (Centro de Acolhimento Temporário)

CET - Curso de Especialização Tecnológica

DCPA - Design de Comunicação e Produção Audiovisual

LUT - Look up Table



# Índice

<b>Capítulo I - Introdução</b> .....	<b>1</b>
1-Introdução.....	1
2-Contexto de Trabalho.....	3
3-Identificação do Projeto .....	4
4-Metodologia de Trabalho.....	5
4.1-Ideia .....	5
4.2-Parte Técnica.....	5
4.3-Planeamento .....	6
5-Objetivos .....	7
6-Caraterização da Associação “Arronches Adopta” .....	8
6.1-O motivo .....	8
6.2-A problemática dos animais errantes e riscos para a saúde pública .....	8
6.3-Superpopulação e Esterilização .....	9
6.4-Um espaço para o “Arronches Adopta” .....	10
6.5-Voluntariado .....	12
6.6-Apadrinhamento .....	13
6.7-Donativos .....	14
6.8-Campanhas e Eventos.....	14
6.9-Organograma da Associação .....	15
7-Público alvo .....	16
<b>Capítulo II - Pesquisa</b> .....	<b>17</b>
1-Audiovisual .....	17
1.1-Documentário.....	17
1.2-Vídeo Institucional.....	18
1.3-Camara objetiva.....	18
1.4-Composição de imagem .....	18
1.5-Enquadramento .....	19
1.6-Movimentos de camara .....	20
1.7-Iluminação.....	21
1.8-Lentes .....	22
1.9-Profundidade de Campo.....	23
2-Design Gráfico.....	24
2.2-Flyers.....	24
2.3-Cartaz .....	24
2.4-Cartão de Visita .....	25
2.5-Cores.....	25
<b>Capítulo III - Conceptualização</b> .....	<b>26</b>
1-Design Gráfico .....	26
1.1-Marca gráfica .....	26

1.2-Cartão de visita .....	28
1.3-Flyer .....	29
1.4-Cartaz .....	31
1.5-Estacionário .....	33
<b>2– Audiovisual .....</b>	<b>35</b>
2.1-Abandono .....	35
2.2-Voluntariado .....	39
2.3-Documentário.....	42
<b>Capítulo IV- Conclusões.....</b>	<b>46</b>
<b>Conclusão .....</b>	<b>46</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>47</b>
<b>Webgrafia .....</b>	<b>48</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>50</b>

# Índice de Figuras

Figura 1 - Gráfico de Gantt .....	6
Figura 2 - Organograma.....	15
Figura 3 - Planos.....	19
Figura 4 - Ângulos de camara.....	19
Figura 5 - Iluminação dura .....	21
Figura 6 - Iluminação .....	21
Figura 7 - Lente macro .....	22
Figura 8 - Lente zoom.....	22
Figura 9 - Lente fixa.....	22
Figura 10 - Lente grande angular.....	22
Figura 11 - Profundidade de campo .....	23
Figura 12 - Logotipo novo .....	27
Figura 13 - Logotipo antigo .....	27
Figura 14 - Logotipo com cores invertidas .....	27
Figura 15 - Inspiração da fonte .....	27
Figura 16 - Cartão de visita - frente .....	28
Figura 17 - Cartão de visita - verso .....	28
Figura 18 - Flyer verso.....	29
Figura 19 - Flyer frente.....	29
Figura 20 - Mockup flyer .....	30
Figura 21 - Cartaz.....	31
Figura 22 - Mockup cartaz .....	32
Figura 24 - Envelopes .....	33
Figura 23 - Mockup estacionário.....	33
Figura 25 - Folha de carta.....	34
Figura 26 - Storyboard 2.....	35
Figura 27 - Storyboard 1.....	35
Figura 28 - Storyboard 3.....	36
Figura 29 -Storyboard 4 .....	36
Figura 30 - Regra dos terços 2 .....	36
Figura 31 - Regra dos terços 1 .....	36
Figura 32 - Regra dos terços 3 .....	36
Figura 33 - Timeline .....	37
Figura 34 - Plano de som .....	37
Figura 35 - Com correção de cor .....	38
Figura 36 - Sem correção de cor .....	38
Figura 37 - Timeline 2 .....	39
Figura 38 - Plano simétrico .....	40
Figura 39 - Regra dos terços 5 .....	40
Figura 40 - Regra dos terços 4 .....	40
Figura 41 - Regra dos terços 6 .....	40
Figura 42 - Com correção de cor .....	41
Figura 43 - Sem correção de cor .....	41
Figura 44 - Entrevista 1.....	43
Figura 45 - Entrevista 3.....	43
Figura 46 - Entrevista 4.....	43
Figura 47 - Entrevista 2.....	43
Figura 48 - Plano geral.....	44

Figura 49 - Plano americano.....	44
Figura 50 - Plano de detalhe .....	44
Figura 51 - Plano conjunto.....	44
Figura 52 - Timeline 3 .....	45
Figura 53 - Com Correção de cor .....	45
Figura 54 - Sem Correção de cor .....	45

## Capítulo I - Introdução

### 1-Introdução

O Curso de Especialização Tecnológica de Repórter de Imagem deu início ao nosso percurso na Escola Superior de Artes Aplicadas. Foi através deste que se desencadeou o interesse pela área do audiovisual, tornando-se o ponto de partida que nos fez ingressar na licenciatura de Design de Comunicação e Produção Audiovisual, (DCPA) e, logo, escolher essa mesma área para trabalhar no projeto final. Como conclusão da Licenciatura de DCPA é então pedida a realização de um projeto final com o objetivo de demonstrar o maior número de competências adquiridas durante a licenciatura. Surgiu a oportunidade de trabalhar com a associação de proteção animal “Arronches Adopta”, que necessita de apoio para ter uma melhor comunicação, e assim conseguir chegar mais facilmente às pessoas, na tentativa de adquirir apoio e ajuda nas tarefas diárias da associação. Por este motivo considerámos que poderíamos ajudar a associação aplicando os nossos conhecimentos de audiovisual ao criar quatro vídeos, e, utilizando também os conhecimentos de design gráfico para renovar a marca gráfica já existente. Optou-se então pela criação de um documentário sobre “A vida no canil”, onde se quer demonstrar da maneira mais realista possível como é estar lá dentro, o que é ser voluntário, as dificuldades, demonstrar também as sensações e tentar transmitir o sentimento de quem oferece o seu tempo para ajudar a cuidar dos animais e de quem lá foi adotar um companheiro. Os restantes três vídeos de sensibilização referem-se aos temas: “Voluntariado”; “Abandono”; e “Adoção”. Decidimos entrar pela área da comunicação audiovisual pois é aquela onde nos sentimos mais à vontade. Pretendemos assim com este projeto juntar o Audiovisual ao Design Gráfico com a criação de um novo Logotipo para o canil, a elaboração de cartões de visita (onde iremos utilizar as cores do logótipo), com o intuito de transmitir as informações cruciais da associação tais como: correio eletrónico; número de telemóvel; morada, e NIB. Foram também criadas folhas de carta com o objetivo de mais facilmente identificar a associação no que respeita à correspondência. E por último, o desenvolvimento de formulários de apadrinhamento, sócio, voluntário e certificados de adoção.

Ao nível da multimédia foi produzida uma aplicação móvel, com o intuito de facilitar a pesquisa de animais e criou-se também uma conta no Instagram pois é uma rede social com bastantes utilizadores e onde é possível também mostrar com alguma facilidade os animais.

Juntamos assim a área do Audiovisual, com a área do Design gráfico e também um pouco de multimédia, de forma a tornar este projeto mais relevante tanto em âmbito académico, pois assim juntamos várias áreas aprendidas, mas também no objetivo principal que é dar mais visibilidade à associação, podendo entretanto levar a que um

maior número de pessoas façam doações, que mais pessoas possam vir a ganhar o sentimento de querer adotar um animal, e, não menos importante, que não abandonem os seus companheiros.

## 2-Contexto de Trabalho

Para o nosso projeto definimos trabalhar nas duas principais áreas do curso, Design Gráfico e Audiovisual, mais virado para o Audiovisual sendo a nossa área de eleição. Na parte de Design Gráfico propusemo-nos redesenhar a marca gráfica da associação em causa, elaborar cartões de visita para facilitar o contacto da associação para as pessoas e flyers, onde será explicado o processo de adoção. Na parte do Audiovisual focámo-nos maioritariamente em produzir um documentário onde se retrata a vida de um canil. Realizámos também dois vídeos, com o objetivo de sensibilizar o público alvo, um remete para os temas abandono e adoção animal e o outro sobre o voluntariado. Realizámos este projeto com fundos pessoais, onde utilizamos em grande parte das filmagens equipamento próprio para podermos ter um maior à vontade e não dependermos de horários.

O vídeo que remete para o tema do abandono e adoção é a história de uma cadelinha que é encontrada presa a um poste, a mesma é solta por uma pessoa que lá passa e afasta-se. Passado um tempo a pessoa volta com comida e água e deixa perto do local onde a cadela foi solta e vai embora. Volta no dia seguinte e vê de novo a cadela, deitada ao lado da comida e leva-a para casa e trata dele. No Segundo vídeo referente ao tema voluntariado, é demonstrado alguém que está num sofá, sem nada para fazer, vai passando o tempo a navegar no facebook, quando se depara com a página da Associação “Arronches Adopta” e decide então ir fazer voluntariado para o canil.

### 3-Identificação do Projeto

O presente projeto de final de curso, é um projeto de comunicação e sensibilização onde se propõe fornecer ferramentas à associação para que possa transmitir melhor a sua mensagem e onde se tentam sensibilizar as pessoas para as causas abordadas.

“A vida no canil”, o nome escolhido para o documentário, é o centro do projeto. Tenciona-se que as pessoas fiquem a conhecer como é a vida deste canil em específico, (Associação de Proteção Animal “Arronches Adopta”) que vejam as coisas más e também que percebam que existem muitas coisas boas. Espera-se, que com o documentário se possa sensibilizar, de alguma forma, as pessoas e levá-las a fazer alguma boa ação, não só neste canil, mas como em todos os outros espalhados pelo país fora.

Nos vídeos de sensibilização aos temas de abandono, adoção e, voluntariado pretende-se isso mesmo, sensibilizar as pessoas. No voluntariado mostra-se o que pode ser feito por qualquer indivíduo que se dirija a este canil, em específico, no que pode ajudar e que pode fazer algo de bom, neste caso, por animais.

Para redesenhar o logotipo procurou-se transmitir os valores da associação, para tal pesquisaram-se símbolos e cores. Na parte do cartão de visita e nos flyers o objetivo é meramente facilitar a comunicação da associação com os interessados em participar de algum modo, mais precisamente na adoção, utilizando as cores e símbolos selecionados para o logotipo. O flyer vai conter tudo o que o adotante precisa de saber em relação à adoção neste canil.

## **4-Metodologia de Trabalho**

### **4.1-Ideia**

A ideia surgiu há mais de um ano, quando foi realizado um trabalho para a unidade curricular de Edição e Pós-produção sobre a cadela “Lady”, que é o animal de estimação de um dos membros deste grupo (Francisco Neto), onde se abordava o tema saúde. Nessa altura a Associação de Proteção Animal “Arronches Adopta” entrou em contacto com o Francisco, achando que ele tinha a sensibilidade necessária, e, o gosto pelos animais para elaborar um vídeo de divulgação da associação. A partir daí o Francisco decidiu tornar-se voluntário. Depois disso, em conversa com o Bruno Silva, sobre as ideias para os projetos e dado o interesse comum sobre os animais, foi decidido unir esforços e fazer o projeto em conjunto. Como sempre trabalharam em grupo desde o Curso de Especialização Tecnológica de Repórter de Imagem (CET) não se encontrou nenhum entrave. A partir daí as ideias foram surgindo até que tudo foi posto em papel e construída a ideia mais virada para o audiovisual. O audiovisual foi a área escolhida não só pelo gosto dos membros do grupo por esta área, como pelo facto de que a imagem em movimento ser a que mais impressiona as pessoas e igualmente fica na memória por mais tempo. Apesar da decisão de realizar um projeto audiovisual, foi decidido também incluir a parte de Design Gráfico, já que é uma das valências da licenciatura de Design de Comunicação e Produção Audiovisual (DCPA).

### **4.2-Parte Técnica**

Para o documentário “a vida no canil” tomou-se a decisão que não se iria ver, nem pesquisar nenhum documentário dentro do tema escolhido, e, assim arriscar a criação de algo único, com um ponto de vista que não sofresse influências, nem referências. Tentou-se, sobretudo, sensibilizar as pessoas para esta nobre causa para que se impressionem e percebam, acima de tudo, o que realmente se passa num canil. Focamo-nos só no canil de Arronches devido ao facto de um dos membros do grupo ter residência nesse local e conhecer a associação que tornou possível a criação do canil.

Tendo as ideias definidas do que pretendíamos criar, tínhamos de ter os equipamentos certos para conceber o melhor produto possível. Com isso utilizámos, portanto, uma Nikon d5100, uma Sony XDCAM, um slider, um estabilizador, dois tripés e um gravador externo. Utilizámos a Sony XDCAM com o intuito de fazer alguns planos em slow motion, os restantes equipamentos foram usados para o corpo do trabalho sem ter uma utilização específica.

### 4.3-Planeamento

Aproveitando a pausa para exames, do primeiro semestre 2017/2018, em que ambos tínhamos tempo livre, decidimos dar início às gravações. Determinámos fazê-lo com bastante tempo de antecedência para estarmos preparados para qualquer eventualidade como perdermos imagens, planos danificados, se fosse preciso repetir algo mais específico, resumindo, por diversas razões. Projetámos também, à medida que o tempo ia avançando, trabalhar sempre no relatório. Em maio começámos a elaborar a parte de Design Gráfico onde se incluem o logotipo, flyers e cartões de visita.

	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Maç	Abr	Mai	Junh	Julh
Tema	■										
Pesquisa	■	■	■								
Identificação do Problema		■									
Proposta			■								
Aplicação Móvel		■	■	■	■						
Inquéritos				■	■						
Captação e Edição						■	■	■			
Renovação do logotipo							■	■			
Flyers						■	■				
Cartazes								■			
Estacionário						■	■	■	■		
Relatório						■	■	■	■	■	
Entrega										■	
Apresentação											■

Figura 1 - Gráfico de Gantt

## 5-Objetivos

Estes são os principais objetivos que pretendemos atingir com a realização deste projeto.

- Sensibilizar as pessoas a adotar e ajudar os animais;
- Facilitar a comunicação da associação “Arronches Adopta”;
- Criar um logotipo com os valores da associação;
- Elaborar um bom documentário que transmita a nossa visão sobre o assunto;
- Criar portfolio pessoal;
- Ter alguma visibilidade no mundo do audiovisual;
- Participar em festivais de cinema e competições com o documentário;
- Demonstrar as nossas capacidades técnicas.

Este projeto decorre desde novembro de 2017 até junho de 2018 e nestes 6 meses, aproximadamente, pretendemos concluir todos os objetivos propostos.

## **6-Caraterização da Associação “Arronches Adopta”**

### **6.1-O motivo**

No concelho de Arronches, o abandono de animais domésticos aumentou exponencialmente. A situação parece não ser muito diferente do que tem acontecido no resto do país, tal como podemos deduzir da afirmação de Jorge Cid, Bastonário da Ordem dos Médicos Veterinários, numa entrevista, publicada no site sicnoticias.sapo.pt, “tem havido um maior número de casos de abandono de animais”.

Os animais errantes do concelho de Arronches eram recolhidos e depositados nas instalações do antigo lagar de azeite da vila. Era um espaço insalubre, onde não existia qualquer separação dos animais e onde era complicado controlar o comportamento e as necessidades reprodutivas dos animais.

Face à inexistência, em Arronches, de um canil municipal ou de uma estrutura capaz de recolher e manter os animais errantes (vítimas de abandono), apelou-se então à criação de um espaço que pudesse suprir estas necessidades.

Foi por isso que, informalmente, um grupo de cidadãos começou por cuidar dos animais que ali estavam, dando mais tarde, esse mesmo grupo, origem à associação.

A Associação de Proteção Animal “Arronches Adopta” foi legalizada em Março de 2015, e, foi criada com o objetivo de colmatar a ausência de um canil municipal ou de um espaço que pudesse suprir as necessidades de alojamento no que respeita aos animais errantes, tratando-os e reencaminhando-os, sempre que possível, para adoção. Atualmente existe um canil licenciado como Centro de Hospedagem Sem Fins Lucrativos, com uma capacidade para cerca de 30 canídeos, contando com 14 boxes de alojamento e 2 de quarentena.

A associação é composta por três órgãos sociais (referidos no organograma apresentado na página 25): Direção (5 elementos); Assembleia Geral (3 elementos); e Conselho Fiscal (4 elementos).

### **6.2-A problemática dos animais errantes e riscos para a saúde pública**

De acordo com o jornal online Diário de Notícias, num estudo publicado a 30 de março de 2018 e acedido a 20 de junho de 2018 no site do mesmo, “Mais de 40 mil cães e gatos abandonados foram recolhidos em 2017”. É um número deveras preocupante pois muitos mais continuam soltos. Além da transmissão de doenças (zoonoses) esses animais também podem estar envolvidos em casos de ataque a pessoas e em acidentes de trânsito. Relativamente às zoonoses, é importante salientar que estas são doenças/infeções que os animais podem transmitir aos humanos, e que, devido ao facto de os animais errantes não possuírem qualquer tipo de

tratamento/acompanhamento veterinário, é mais fácil a disseminação dessas doenças à população em contacto com os ditos animais.

Aqui se apresentam algumas das zoonoses presentes em Portugal: Hidatidose (transmitida por um parasita que se encontra no intestino), Dirofilariose (é transmitida por um parasita que atinge os vasos sanguíneos, levando à incapacitação ou mesmo morte), Erlichiose (mais conhecida como “febre da carraça”), Esgana (transmitida por contacto direto ou por via aérea), Leishmaniose (doença infecciosa transmitida por um mosquito – flebótomo), Leptospirose (doença infecciosa potencialmente grave, transmitida geralmente pela urina de rato), Parvovirose (doença contagiosa que afeta o sistema respiratório), Sarna (infecção na epiderme, transmitida por um ácaro) e a Raiva (doença infecciosa e fatal que atinge o sistema nervoso central, causada pelo vírus rábico). No canil da associação “Arronches Adopta”, já se identificaram casos desses, inclusive, acabaram por morrer dois cães devido a Leishmaniose mas, felizmente, neste momento não se regista nenhum caso de doença.

### **6.3-Superpopulação e Esterilização**

As superpopulações resultam não só das ninhadas de animais que vivem nas ruas, mas sobretudo das ninhadas geradas por animais ao cuidado de alguém. O destino dos animais destas ninhadas é quase sempre incerto. Muitas ninhadas nascem nas ruas, algumas ninhadas são mortas por afogamento (situação ainda muito comum no nosso país), outras ninhadas são “despachadas” para adotantes irresponsáveis e outras ainda são cobardemente abandonadas. Trata-se de um ciclo vicioso. A maioria destes filhotes vai também reproduzir-se e dar origem a mais filhotes que terão igualmente um destino incerto. A história repete-se vezes sem conta, resultando em mais animais nas ruas, mais animais abandonados, mais animais vítimas de abuso e maus-tratos, mais animais atropelados e mais animais abatidos nos canis e gatis municipais.

Segundo o jornal online Público, “Municípios abateram 12 mil animais em 2017, e não estão preparados para parar”, simplesmente porque ninguém os quer. A grande maioria dos animais que são mortos não são idosos, não estão feridos, não estão doentes nem são anti-sociais. Muito pelo contrário, são jovens, bonitos, dóceis e brincalhões. Outro lado desta negra realidade são os milhares de animais que morrem todos os anos nas ruas devido à fome, abandono, envenenamento, atropelamento, temperaturas extremas e maus-tratos. Não será mais racional e humano evitar-se o nascimento de tantos animais? A esterilização é a forma mais eficaz de combater este problema pela raiz, evitando que nasçam ainda mais animais, apenas para morrerem depois de muita dor e sofrimento. Desta forma, uma das preocupações da criação desta vertente de proteção animal, foi consciencializar e alertar a população, residente no concelho de Arronches, para a esterilização/castração dos seus animais.

## 6.4-Um espaço para o “Arronches Adopta”

O “Arronches Adopta” é o nome dado ao projeto, da associação, já referenciado anteriormente, sendo esta uma iniciativa que originalmente começou por ser divulgada na internet e que conta já com mais de 5000 “amigos da causa”. Como já foi referido, face à inexistência de um espaço com as devidas condições para albergar os animais errantes, do concelho de Arronches, a maior urgência passava então por encontrar um terreno que fosse passível de suportar uma estrutura – canil – para albergar temporariamente os animais. O terreno necessário teve de ser cedido – pelo município, visto que seria impossível suportar a despesa relativa à compra ou aluguer de um terreno.

No que toca à estrutura física, mais especificamente o CAT (Centro de Acolhimento Temporário), foram necessárias, algumas boxes que, preferencialmente, possuíssem um espaço abrigado e um espaço descoberto. Não seria necessário um grande número de boxes, visto que cada uma pode albergar mais que um animal, dependendo do espaço das mesmas e também do porte dos animais. É importante esclarecer, neste âmbito que, os animais devem ser separados consoante o sexo, pois a coexistência de machos e fêmeas na mesma box iria originar uma série de ninhadas.

Necessidades ligadas à construção do CAT (Centro de Acolhimento Temporário):

O terreno teve de ser vedado, de modo a evitar a fuga de algum animal e também furtos. A vedação tem 2 metros de altura.

- O terreno dispõe de acesso a água canalizada, de modo a que exista sempre água fresca e limpa para dar aos animais e também para se proceder à limpeza das boxes.
- O número de boxes construída (16), dependeu, única e exclusivamente, do espaço disponível bem como dos recursos (financeiros e materiais). Os materiais foram cedidos por inteiro pela camara municipal de Arronches.
- Uma das ditas boxes é reservada como espaço de quarentena, destinada a albergar algum animal que revele suspeitas de alguma doença infecciosa ou contagiosa, de modo a que fique separado dos demais animais. Essa mesma box, poderá servir também, eventualmente, como espaço de maternidade, visto que não é aconselhável uma cadela ter uma ninhada junto de outras fêmeas, correndo-se o risco da gestante/mãe, poder matar as outras fêmeas antes ou imediatamente depois do parto, ou ainda, a situação inversa, as outras fêmeas matarem os bebés.
- Em termos de estruturas edificadas, foi também necessário a construção de um pequeno anexo, que é utilizado como arrecadação, de modo a que se pudesse guardar a ração, materiais de limpeza e de apoio, eventuais medicamentos e também roupa para as camas dos animais.

- Relativamente à alimentação dos animais, a ração, pode ser doada por particulares, adquirida ou então doada mediante a realização de campanhas de recolha de alimentos em lojas e supermercados. Em caso de necessidade extrema, poder-se-á recorrer ainda à Associação Animalife2, que tem um banco alimentar animal.
- Os cuidados veterinários são certamente, a parte mais dispendiosa, pois nem todos os animais chegam até nós em bom estado de saúde. Para tal, foi celebrado um acordo com alguns dos demais veterinários do concelho, de modo a que os preços sejam mais acessíveis ou então que possam facultar facilidades de pagamento. Os medicamentos que são necessários poderão também ser doados por particulares, visto que, alguns dos fármacos utilizados em animais, são também consumidos pelas pessoas.
- Já por uma questão de comodidade e de bem-estar dos animais, as boxes são dispostas de camas (que podem ser camas de cão doadas pelas pessoas ou simplesmente mantas e cobertores velhos que, por exemplo, em cima de uma palete de madeira, fazem uma confortável cama). Os recipientes para a comida e água podem também ser doados, visto que há muitas formas de se conseguir fazer um recipiente capaz de conter comida ou água.

## 6.5-Voluntariado

Muitas pessoas têm tempo livre em mãos e gostariam de ajudar uma causa com a qual se identificam. O voluntariado é uma ação muito nobre que se foca no "dar" sem querer nada em troca. O flagelo dos animais abandonados consegue conquistar cada vez mais corações, pois os animais não têm como pedir ajuda, não têm como dizer quem lhes fez mal. Deste modo, é com trabalho voluntário que esta causa subsiste, ou seja, todo o trabalho que se realiza não é remunerado monetariamente.

Para se ser voluntário tem de se ter uma estrutura psicológica capaz, pois há que lidar com a dor expressa nos olhares dos animais que se viram abandonados, e, em muitos casos há que se saber lidar com a dor física deles, dos que chegarem doentes e a precisar de mais cuidados.

De acordo com o estatuto, cabe então aos voluntários as seguintes tarefas:

- Proceder à limpeza das boxes (que será um trabalho diário);
- Alimentar os animais e mudar a água;
- Brincar e passear os animais, de modo a aliviar o período da espera por uma nova família;
- Escovar os animais que o necessitem e dar-lhes banho;
- Acompanhar os animais em idas ao veterinário, quando necessário;
- Ajudar nas campanhas de adoção e de recolha de alimentos, bem como noutras atividades que se venham a desenvolver.

Todas as pessoas têm diferentes possibilidades de ajudar de forma a que este projeto (Arronches Adopta) se continue a concretizar, ou seja, para quem tenha disponibilidade e capacidade (física e emocional), pode participar diretamente no terreno, como já foi expresso, fazendo parte do grupo de voluntários. Quem tenha disponibilidade financeira pode sempre tornar-se num associado, apadrinhar animais ou simplesmente realizar donativos monetários ou em géneros.

Para quem se encontra fisicamente longe das instalações ou que não possa ajudar tanto como desejaria, quer através do voluntariado quer através de recursos financeiros, pode ajudar na divulgação dos animais, através de redes sociais ou de cartazes impressos como será abordado mais a frente.

Existe uma ficha para a inscrição de voluntários, a qual deverá ser preenchida pelo próprio e que informe a associação relativamente à sua disponibilidade de tempo por dia ou por semana.

## 6.6-Apadrinhamento

O apadrinhamento consiste em cuidar de um animal, partilhando assim um pouco com a associação a responsabilidade por um animal, auxiliando a mesma a melhorar as suas condições enquanto estiver no canil. Qualquer pessoa, família, grupo ou empresa pode apadrinhar um animal.

Todos os animais que são ou possam vir a ser apadrinhados continuam, no entanto, para adoção. Se esse animal apadrinhado, entretanto for adotado, o(s) padrinho(s) serão informados e poderão, inclusivamente, escolher outro protegido.

O apadrinhamento implica um comprometimento com o animal protegido a dois níveis: a contribuição financeira e o envolvimento pessoal.

A contribuição financeira baseia-se num donativo mensal (podendo ser ainda trimestral, semestral ou anual) que tem por objetivo a participação na despesa mensal do seu protegido.

De acordo com o estatuto, existe ainda uma vertente facultativa, que ficará ao critério dos padrinhos:

- Pagamento de uma esterilização;
- Pagamento de vacinas;
- Pagamento de desparasitação interna /externa;
- Pagamento de uma cirurgia, um internamento ou um tratamento, se necessário.

O envolvimento pessoal passa pelo contacto direto com o animal, como por exemplo levá-lo a passear ou ao veterinário quando necessário. O padrinho pode também proceder à divulgação do seu protegido, em prol de se conseguir um bom adotante para o mesmo. Este envolvimento pessoal é facultativo, embora desejável, pois consegue assim colmatar a falta de atenção que o animal sente na sua espera por uma família, no canil. Além das iniciativas supramencionadas, o padrinho pode também propor algumas ideias alternativas.

A escolha do protegido deverá partir da iniciativa do padrinho, contudo, é desejável que beneficiem desta proteção especial os animais que, pelas suas características, são os mais carenciados e que têm menos possibilidades de ser adotados, como por exemplo: os adultos e séniores, os doentes e os que têm marcas físicas deixadas por maus tratos.

## 6.7-Donativos

Os donativos podem ser feitos, como já foi referido, em géneros ou monetariamente. Relativamente aos donativos monetários,

Os donativos em géneros podem igualmente ser entregues diretamente a um dos membros da Associação ou em pontos de recolha estabelecidos no concelho, como por exemplo, em lojas ou cafés.

Os donativos em géneros podem ser os seguintes:

- Ração, latas de comida húmida ou biscoitos;
- Camas, cobertores ou mantas;
- Recipientes de comida / água;
- Detergentes, lixívia ou produtos de limpeza;
- Brinquedos para os animais;
- Medicamentos necessários, desparasitantes (externos e internos);
- Materiais que sejam necessários para a construção e manutenção do espaço.

## 6.8-Campanhas e Eventos

Este é um projeto que apela à intervenção direta e indireta da população, bem como à sua ajuda, pretende-se que esta vertente de proteção animal possa também prestar alguns serviços à população em geral. Assim, é importante em termos de divulgação do trabalho desenvolvido que se realizem, periodicamente, campanhas de adoção dos animais e também campanhas de recolha de alimentos.

Realiza-se em média duas vezes por ano uma “Cãominhada”, ou seja, um passeio com as pessoas e os seus animais.

Tudo isto é divulgado numa página online, bem como todas as atualizações dos trabalhos a desenvolvidos e, os animais disponíveis para adoção.

Atualmente a campanha de recolha de alimentos é feita em parceria com o hipermercado Continente em Portalegre que é a capita de distrito e é realizada em média duas vezes por ano, as campanhas de adoção são realizadas com a ajuda do supermercado Agriloja também sediado em Portalegre com o qual também tem uma parceria.

## 6.9-Organograma da Associação



Figura 2 - Organograma

## **7-Público alvo**

O nosso projeto é destinado a colmatar algumas necessidades, que como já foi referido várias vezes neste relatório, passa por diminuir o número de abandonos aumentar as adoções, promover o voluntariado. Com isso definimos que o nosso público alvo serão todas as pessoas no distrito de Portalegre que queiram adotar um cão, facilitando assim o acesso aos cães existentes em cada canil.

## Capítulo II - Pesquisa

### 1-Audiovisual

#### 1.1-Documentário

O documentário tem como objetivo demonstrar a realidade pura e dura. É exatamente isto que pretendemos com o nosso, demonstrar exatamente como é a vida dentro do canil. Nele, é apresentado, de uma maneira realista, como é estar lá dentro, “uma visão com a qual talvez nunca tenhamos deparado antes, mesmo que os aspetos do mundo nela representados sejam familiares” (Nichols, 2008: 47).

Muitas vezes enquanto estávamos a captar, tornava-se difícil manter o enquadramento devido aos cães nunca pararem de se mover, o que é normal pois no documentário a captação é feita sem o controlo da ação a decorrer, “As ações filmadas tendem a escapar dos limites do enquadramento da câmara, a correr por fora, fazendo com que o registro se torne muitas vezes incompleto, fragmentado”(Puccini, 2009: 155). Este documentário não explora uma narrativa, em vez disso, demonstra apenas excertos da realidade passada lá dentro, demonstrando mais as sensações de quem lá trabalha, ao invés de contar uma história, “No documentário, a tendência a explorar uma montagem expressiva, em contraposição à montagem narrativa, é consequência direta da própria natureza das imagens disponíveis ao montador” (Puccini, 2009: 179). Sendo também, um filme não-ficcional tendo como característica base a investigação da realidade como referido acima, não é, totalmente correto afirmar que esta realidade seja “tal como ela é” pois só o facto de nós termos estado presentes a filmar, com todo o material, já fez com que essa realidade fosse um pouco alterada, tanto nos animais, como no subconsciente das pessoas, pois é diferente estar a realizar uma ação em que se está a ser filmado, principalmente em pessoas que não estão habituadas a sê-lo.

## 1.2-Vídeo Institucional

O vídeo institucional é um produto de comunicação para divulgar uma empresa, uma marca, ou uma associação. O vídeo institucional tem como objetivo a passar os valores da instituição mostrando em que área ela atua e como o faz. Normalmente são exibidos nos sites das instituições, mas nesta altura já são utilizados também nas redes sociais.

## 1.3-Camara objetiva

A camara objetiva não se identifica com nenhum dos personagens, é como se fosse filmado em terceira pessoa onde a ação é vista pelo narrador que está fora de ação.

## 1.4-Composição de imagem

Quando se trabalha a composição de imagem, cuida-se da aparência da imagem, organizando e compondo da melhor forma os seus elementos. Neste caso incluem-se planos e ângulos, ou seja, o enquadramento que será referido mais a baixo, o equilíbrio de cores, tratado desde logo na altura da filmagem e depois corrigido se necessário em pós-produção. Tudo isto bem controlado dá origem a uma imagem mais apelativa. “A composição deve ter como objetivo alcançar um efeito emocional, passar um clima, quebrar a monotonia” (BAPTISTA, Marta, 20-10-2017), de forma prender o espectador para que este não se distancie para algo irrelevante, fazendo assim do mesmo, o ponto mais importante quando compomos uma imagem, uma vez que é ele o alvo final da mensagem incutida.

“Um dos fins a que qualquer imagem se destina é ser observada por um espectador, o qual a interpretará de formas diferentes tendo em conta o contexto social e cultural onde está inserido, os seus conhecimentos prévios, os seus gostos pessoais, entre várias outras condicionantes que vão influenciar a forma como uma imagem é apreendida.” (BAPTISTA, Marta, 20-10-2017)

Regra dos terços – É a divisão de uma imagem em nove partes iguais utilizando quatro linhas imaginárias, duas horizontais e outras duas verticais. Nos pontos onde essas linhas se cruzam são colocados os pontos da imagem de maior interesse, ou seja, é nestas zonas que devemos posicionar os elementos mais atraentes a fotografar ou filmar de maneira a obter assim um melhor enquadramento, uma imagem mais equilibrada e bastante aproximada da proporção áurea que é 0,618 enquanto que dois terços têm como medida 0,666.

## 1.5-Enquadramento

Quando fazemos o enquadramento, determinamos o que faz parte do filme durante a sua realização, definimos também a maneira com que o espectador irá compreender o ambiente em que a história se insere. Este é criado a partir da combinação de três elementos, o plano, a altura e o lado do angulo.

### Planos de enquadramento

Criamos o plano quando definimos qual a distância entre a camara e o objeto/personagem, que vai ser filmado, tendo em conta também a lente que vai ser usada.

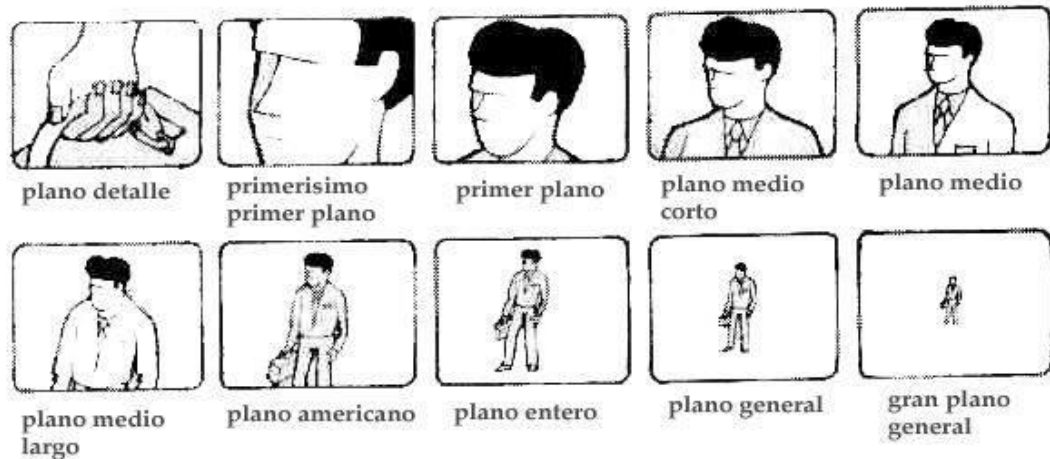


Figura 3 - Planos

### Ângulos de camara

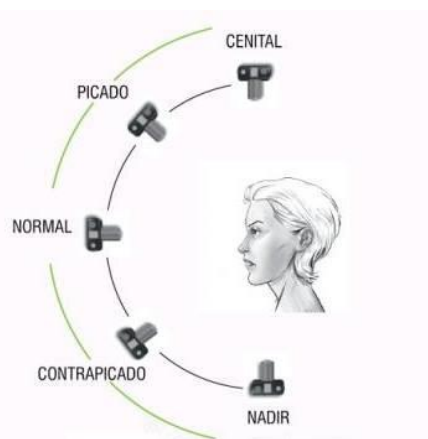


Figura 4 - Ângulos de camara

## 1.6-Movimentos de camara

Plano fixo – a camara está fixa num ponto e não existe qualquer tipo de movimento exceto o dos personagem e objetos dentro de cena.

Panorâmica – Movimento de rotação a partir de uma posição fixa, costuma ser utilizada para mostrar o ambiente ajudando a situar melhor a ação no respetivo espaço, ou a movimentação de uma pessoa.

Travelling – Movimento de camara sobre uma superfície podendo percorrer o cenário a mesma distância do objeto/personagem ou aproximar-se e afastar-se do objeto/personagem.

Following shot – Movimento de camara que segue a personagem/objeto ao longo de um ou mais cenários, colocando nele a atenção. Este movimento é normalmente feito com uma steadicam ou camara ao ombro.

Zoom in - é a aproximação da imagem, dando mais atenção e obtendo mais detalhe de uma cena, personagem ou objeto.

Zoom out - afastar a imagem, criando assim um plano mais alargado ajudando o espectador a conhecer melhor o espaço ao redor da personagem/objeto.

## 1.7-Iluminação

Sendo matéria-prima da fotografia e da cinematografia, é de importância sumária conhecer os aspectos básicos do funcionamento da luz, de onde derivam as técnicas de iluminação para foto, cinema e vídeo. Pois a imagem, resultado da captação da luz nestes (ou outros) suportes, pode ser resumida como uma forma dada através da modelagem do contraste entre a luz e a sombra existentes na natureza.

A iluminação da fotografia, tanto estática como para cinema, trabalha com uma única referência, o Sol. Embora as variantes sejam infinitas, e os climas criados com luz artificial em interiores tenham outras referências, direta ou indiretamente, o sol é a maior fonte de luz e por onde baseamos a estética de todas as outras fontes.



Figura 6 - Iluminação

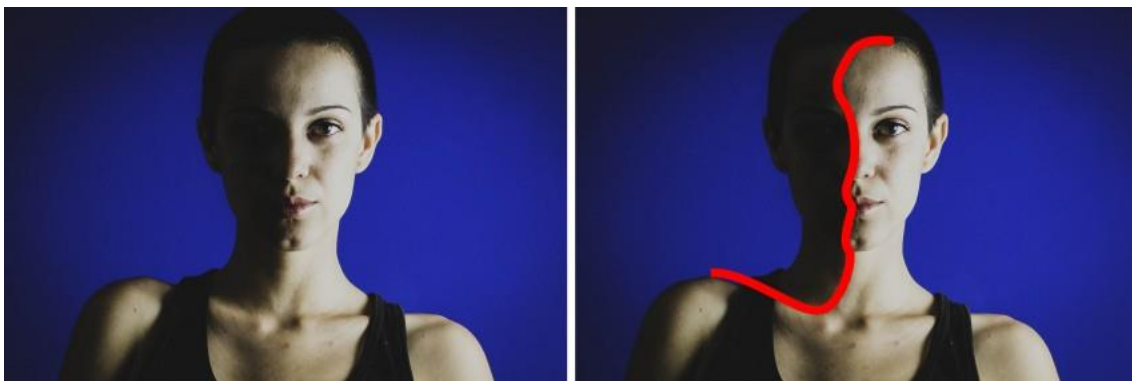


Figura 5 - Iluminação dura

## 1.8-Lentes

Existe um número muito grande de tipos de lentes como por exemplo a lente fixa, zoom, grande angular, macro e lentes objetivas. A lente é um objeto fundamental para o manuseamento de uma máquina de fotografar e filmar, hoje em dia e que afeta diretamente a qualidade de imagem, daí uma grande diferença de preços também.

Uma lente fixa possui uma distância determinada onde não se pode aproximar ou afastar do assunto. As lentes zoom são o contrário porque permite que estejamos no mesmo local e utilizar diferentes distâncias focais. As lentes macro possuem uma vasta gama de distâncias focais, mas tem o intuito de fazer imagens a distâncias muito próximas da lente como por exemplo uma formiga. As grandes angulares são lentes utilizadas para apanhar uma vasta área sem recorrer a pós-produção, mas para utilizar com pessoas não é o indicado porque distorce a imagem.



Figura 7 - Lente macro



Figura 8 - Lente zoom



Figura 10 - Lente grande angular



Figura 9 - Lente fixa

## 1.9-Profundidade de Campo

A profundidade de campo determina a parte da imagem que está focada e quanto está desfocado, tanto na parte da frente da foto como a de trás. O principal fator para termos uma imagem com o chamado efeito bokeh é a abertura do diafragma. Quanto mais aberto mais desfoque vamos ter na imagem, á medida que vamos fechando, para além de entrar menos luz o fundo vai ficar mais focado. Esta técnica dá um ar mais profissional e consegue centrar as atenções no assunto em questão. Nem todas as objetivas estão preparadas para atingir esta técnica com sucesso, por exemplo uma objetiva com um f11 dificilmente vai conseguir o mesmo efeito que uma objetiva com um f2.8.

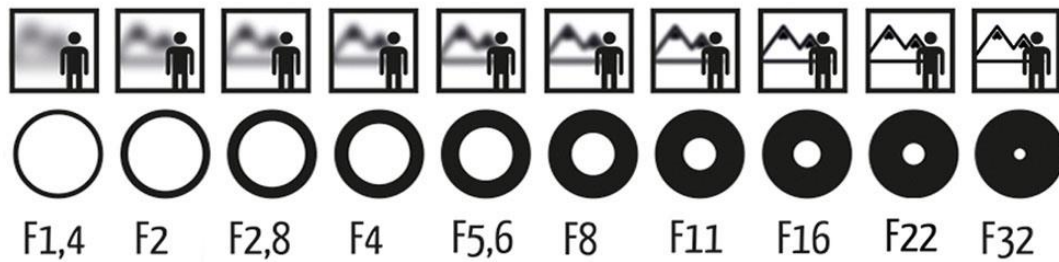


Figura 11 - Profundidade de campo

## **2-Design Gráfico**

### **2.1-Logotipo**

O logotipo é a parte publicitária mais importante de uma marca, empresa ou mesmo de um nome individual, é algo que os vai identificar assim que se vê. O principal objetivo do logotipo é diferenciar as marcas entre si, como por exemplo a pepsi e a coca-cola. Dois produtos semelhantes, mas com dois logotipos completamente diferentes. Também é usado para criar relações de confiança entre o cliente existente e futuros clientes.

Em diversos casos ao longo do tempo o logotipo vai se adaptando aos tempos modernos para que a empresa se mantenha atualizada ou então porque mudaram a sua maneira de pensar e o logotipo deixou de fazer sentido daquela maneira.

### **2.2-Flyers**

Os flyers costumam ser concebidos para impressão em massa em tamanho como A5 ou A6 por ter um baixo custo de impressão. São ótimas ajudas para promover qualquer evento, empresa/associação e suas intenções porque são fáceis de distribuir e não causam grande incomodo aos visitantes.

Costumam ter um design muito próprio e forte para que possam de algum modo atrair o interesse de quem o lê. Numa empresa utilizando a marca gráfica existente são facilmente alterados e usados noutras situações.

### **2.3-Cartaz**

O cartaz normalmente aparece em papel de grandes dimensões expostos de maneira estratégica para que o publico alvo consiga aceder de forma direta. Como vivemos na era digital cada vez é mais comum ver cartazes expostos em sites, mas maioritariamente nas redes sociais devido a ter custos muito mais baixo e ter uma visibilidade muito maior em relação aos cartazes impressos.

Existem diferentes tipos de cartazes passando estes pelos cartazes políticos, cartazes de publicidade, informativos, culturais e educativos. O poster por vezes pode ser considerado um cartaz, mas tem um valor muito mais estético e decorativo porque pode passar a decorar um quarto de alguém ou mesmo uma sala por exemplo um cartaz de um filme.

## 2.4-Cartão de Visita

O cartão de visita resume-se numa apresentação de bolso devido às suas pequenas dimensões. Os cartões servem tanto para empresas como para pessoas que prestem algum tipo de serviço a nível individual. As informações que normalmente aparecem nos cartões de visita são as básicas para apresentar e facilitar o contacto entre cliente e empresa tais como o nome, email, telemóvel, alguma página de rede social. Neste momento em que vivemos já começam a aparecer muitos cartões de visita com *QR code* que redireciona diretamente para um email, um site pessoal, uma rede social com um simples passar de uma camara de telemóvel com acesso á internet.

Habitualmente o cartão de visita é elaborado no formato 85mm x 55mm que é um tamanho que toda a gente pode carregar na carteira sem grande incomodo.

## 2.5-Cores

A cor tem a ver com os olhos, com a retina e com a informação presente no cérebro. É a impressão produzida na retina do olho pela luz depois desta ser emitida, difundida ou refletida pelos objetos. Por isso, dizemos que os objetos não têm cor, pois a cor corresponde a uma sensação interna que é provocada por estímulos físicos da natureza.

As cores primárias são o vermelho, verde e azul, e são consideradas as cores puras. As cores secundárias são formadas pela mistura de duas cores primárias, originando o amarelo, o roxo e o laranja. Já as cores terciárias são formadas pela mistura de uma cor primaria com uma ou duas cores secundárias, ou seja, as terciárias são todas as outras cores. As cores neutras têm pouco reflexo, elas são mais usadas como complemento de outra cor. Entre as neutras temos os tons cinza e os castanhos que nos tons mais claros são chamados de bege. A cor branca é luz isenta de cor e o preto é a ausência de cor.

## Capítulo III - Conceptualização

### 1-Design Gráfico

#### 1.1-Marca gráfica

Para a elaboração do novo logotipo começamos por tentar perceber quais os valores da Associação em causa. Conseguimos reunir os valores principais que passam essencialmente pela ajuda sem interesses e também pelo amor aos animais. Feito isto pesquisamos por símbolos que tivessem a ver com estes valores. Encontramos o triângulo que segundo o site Dicionário de Símbolos transmitia início, meio e fim que podemos aliar perfeitamente a associação visto que acolhe os animais da melhor maneira existente, cuida deles para que no fim seja possível a adoção a uma família e que tenham um resto de vida feliz. Vimos também o círculo que segundo o site Dicionário de Símbolos *“representa eternidade, perfeição e divindade pois não tem princípio nem fim. Desta forma percebemos a sua proximidade com Deus, motivo pelo qual é usado em muitas religiões. Ele é também uma representação do ciclo da vida; para os hindus, bem como para os budistas, simboliza nascer, morrer e renascer.”* O que todos os amantes de animais mais queriam é que fossem eternos. Com este significado entendemos logo que seria o símbolo escolhido pois é o que melhor representa os valores que tencionamos transmitir. No centro do logotipo usamos uma mão humana em forma de concha em que dá a impressão que está a acolher um animal esse mesmo animal representado por uma pata canina na parte superior do logo. Reconhecemos que seria a melhor maneira de transpor todo o amor que é entregue por esta associação na causa animal.

Quanto a escolha de cores aplicamos o mesmo processo e segundo os apontamentos fornecidos na cadeira de Psicologia da Perceção e Comunicação Visual lecionada no 2º semestre do primeiro ano da licenciatura, compreendemos melhor os significados das cores e quais as mais indicadas a escolher que neste caso foram os tons de azul e branco. Segundo os apontamentos a cor branco tem uma associação afetiva há pureza, paz, inocência e o azul tem uma associação afetiva há serenidade, paz, verdade, infinito, espaço, estas duas cores são as que melhor transmitem a nossa mensagem e onde conseguimos, num simples olhar, expor os valores da associação. Utilizamos o azul no círculo anteriormente falado e o branco na mão e na pata. Entendemos que assim dávamos a entender a pureza dos cães, mas também dos humanos que seguram as cordas e fazem com que esta associação funcione. Como estes dois símbolos estão dentro do círculo que ficou da cor azul, passamos a mensagem de haver um espaço com paz para que os animais possam recuperar a alegria perdida ao serem abandonados e maltratados.



Figura 13 - Logotipo antigo



Figura 12 - Logotipo novo

Como podem verificar na imagem da esquerda encontra-se o logotipo antigo da associação. Procuramos simplificar a nossa ideia e juntar os símbolos da melhor maneira possível. Como referido anteriormente e pode-se apurar que no logotipo utilizou-se todas as valências aprendidas ao longo da nossa licenciatura. Tentamos criar uma imagem forte para que as pessoas ao verem associem automaticamente há associação em causa sem ser preciso ler o nome por baixo do logotipo. Com a elaboração do logotipo criamos a nossa marca gráfica para os restantes elementos utilizando o Pantone 5489 C e o branco. Desenvolvemos também uma versão com as cores invertidas para ser utilizado em qualquer circunstância. No nome principal usamos a fonte *Freestyle Script* na variante regular a 200 pt com base nas semelhanças num tipo de letra de um ícone da vila de Arronches visível na imagem abaixo. No slogan usamos a fonte *Roboto* na variante regular a 65pt por ter uma boa leitura.



Figura 15 - Inspiração da fonte



Figura 14 - Logotipo com cores invertidas

## 1.2-Cartão de visita

O nosso objetivo para a parte gráfica do nosso projeto era, primeiro que tudo, construir e solidificar o logotipo para a partir de aí produzir todos os restantes elementos.

No que diz respeito ao cartão de visita tencionávamos criar algo simples e ao mesmo tempo informativo. Estabelecendo isto pegamos no logotipo e centramos numa das faces do cartão. Colocamos um fundo com o código Pantone 5489 C e como referido anteriormente criamos uma versão do logotipo com as cores invertidas exatamente para ser utilizado em situações destas. Na outra face voltamos a colocar o logotipo alinhado a esquerda e com as informações escritas na fonte *Roboto* na variante *light* a 6pt. Dispomos das informações que fossem mais uteis para a comunicação da associação tais como o Instagram, Facebook, Email, número de telefone e o iban. Podem verificar tudo nas imagens seguintes onde mostramos o cartão de visita.



Figura 16 - Cartão de visita - frente



Figura 17 - Cartão de visita - verso

### 1.3-Flyer

Como dito anteriormente, com o logotipo concluído o restante processo criativo da parte gráfica foi juntar peças e cores.

O flyer vai ajudar a associação a comunicar melhor o seu processo de adoção. No que diz respeito á conceção introduziu-se novas cores e novos símbolos. Elegeu-se o tamanho A5 frente e verso para produzir este produto, sendo a opção mais barata em termos de impressão. Na face frontal utilizou-se um aspeto simples onde procuramos apelar o olhar das pessoas com uma foto de um animal deste canil, fotos essas tiradas por nós. Colocou-se o título e o logotipo. Na face traseira colocou-se todo o processo de adoção organizado e introduzido com um símbolo, o quadrado. Estes, organizados em forma de rede, que é uma das partes a que os animais estão circunscritos diariamente. Procurou-se ter uma leitura clara e precisa do texto incluídos dentro dos mesmos.

Nas cores continuou-se na mesma linha de código pantone mas desta vez optou-se por um gradiente entre os pantones. Começou-se no código pantone 5513 C que é o mais claro utilizado. Podem verificar tudo nas imagens seguintes onde mostramos o flyer frente e verso.



Figura 19 - Flyer frente



[facebook.com/arronches.adopta/](https://facebook.com/arronches.adopta/)

[instagram.com/arronchesadopta/](https://instagram.com/arronchesadopta/)

Figura 18 - Flyer verso

A fonte utilizada para escrever os textos foi a *Roboto*. Na face frontal utilizou-se a variante black no tamanho 80pt e na face traseira utilizou-se na variante regular nos tamanhos 20pt, 25pt e 40 pt.



Figura 20 - Mockup flyer

## 1.4-Cartaz

Na elaboração do cartaz procurou-se manter a mesma linha gráfica do flyer onde continha os mesmos codigos pantones e os novos simbolos, os quadrados. Neste caso os quadrados tiveram o novo proposito de conter uma fotografia de um animal do canil. Na parte escrita usou-se a fonte *Freestyle Script* na variavel regular no tamanho 72 pt para o titulo, no corpo do texto usou-se a fonte *Nexa* na variavel light no tamanho 23pt. Na frase motivacional usou-se a fonte *Roboto* na variavel black no tamanho 25pt. Podem verificar tudo nas seguintes imagens.



Figura 21 - Cartaz

Inclui-se o logotipo anteriormente composto na parte inferior do cartaz para identificar a associação “Arronches Adopta”.



Figura 22 - Mockup cartaz

## 1.5-Estacionário

No estacionário criou-se uma folha de carta e envelopes. Utilizou-se o mesmo pantone que foi usado na marca gráfica. Na folha de carta colocou-se o logotipo na parte superior esquerda e no fundo o email e o iban para facilitar alguma dúvida ou alguém que queira doar algum montatante. No envelope utilizou-se o logotipo no verso e na face frontal colocou-se a versão de cores invertidas do logotipo.



Figura 24 - Mockup estacionário



Figura 23 - Envelopes



# TITULO

Lorem Ipsum Dolor Sit Amet

Consectetur adipiscing elit. Duis eu semper turpis, non pulvinar mauris. Aenean et eros in justo pretium laoreet. Pellentesque pharetra purus dui, non vestibulum arcu dapibus at. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur neque mauris, lobortis sed sem nec, iaculis hendrerit tellus. Pellentesque purus odio, ullamcorper non scelerisque nec, auctor et dui. In hac habitasse platea dictumst. Maecenas convallis ante sapien. In lacinia volutpat commodo. Mauris congue arcu non dui pretium volutpat. Quisque augue urna, pretium sed metus eget, mollis consectetur nunc. Donec laoreet turpis nec mi ultrices, at vulputate felis vestibulum.

Integer blandit ut eros quis dictum. Pellentesque vel enim commodo, accumsan purus id, scelerisque metus. Donec volutpat lacinia enim in aliquet. Fusce t sagittis ultrices. Pellentesque ac est ornare, lobortis erat aliquet, malesuada turpis. Praesent non massa nec purus posuere vehicula ac ac felis. Nunc eleifend euismod orci. Phasellus quis faucibus erat.

Assinatura

---

Figura 25 - Folha de carta

## 2- Audiovisual

### 2.1-Abandono

Para a elaboração deste vídeo com o tema abandono de animais procurou-se sensibilizar o coração das pessoas e fazê-las pensar duas vezes antes de tomar uma decisão dessas. O slogan escolhido foi “quando você o abandona condena-o a morte...”.

A pré produção deste video foi começado com um pequeno texto que serviu como guião e voz off. Em baixo podem ler o texto.

*Hoje encontrei o teu cão.*

*Não, não foi adotado por ninguém...*

*Quando o vi pela primeira vez estava sozinho, magro e assustado.*

*Não sabes como naquele momento, eu queria que fosses tu, a parar na frente dele. Ao menos via-lo abanar a cauda, e, quem sabe, verias expresso nos seus olhos a dor do perdão.*

*Mas fui eu, apenas um estranho. E apesar das tentativas de aproximação, ele caminhou, na direção oposta. Sabia que seria inútil persuadi-lo. Voltei ao mesmo local horas depois, para deixar água e comida. E no dia seguinte lá estava ele, sentado ao lado do prato ainda meio cheio, derrotado, porque no fundo sabia que tu não virias mais.*

*Hoje, já recolhido em minha casa, mas longe da dele, vejo-o debater-se com as mazelas do abandono. E sei, que bem lá no fundo, é por ti que ele espera, todos os dias até ao fim da sua vida.*

Este texto foi lido em primeira pessoa para passar uma mensagem próxima do espectador. Com o guião elaborado passou-se á conceção do storyboard onde mostramos nas imagens seguintes. (Ver tambem no anexo 1, 2, 3 e 4)

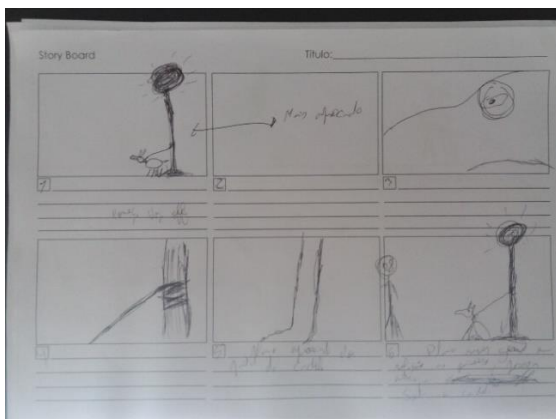


Figura 27 - Storyboard 1

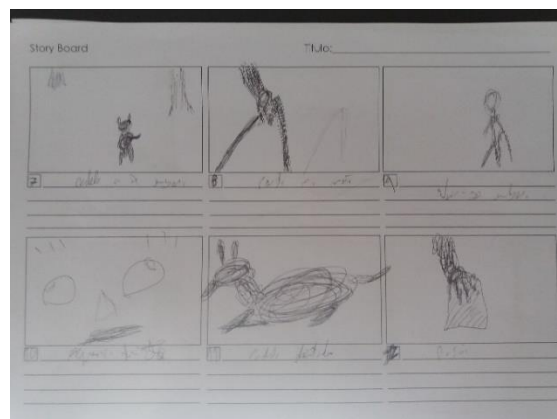


Figura 26 - Storyboard 2

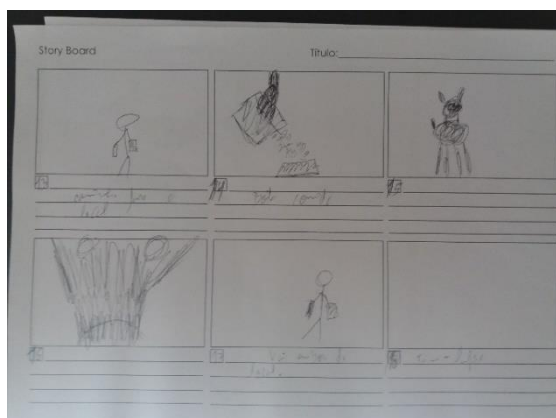


Figura 28 - Storyboard 3

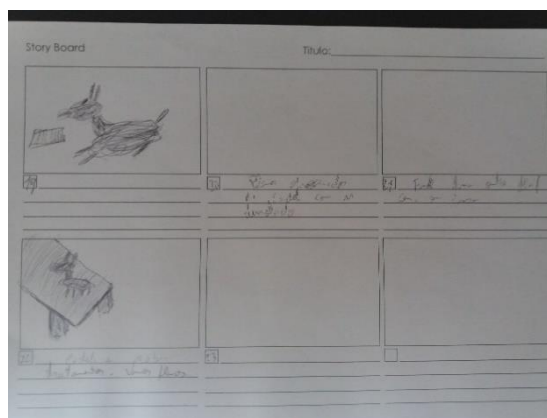


Figura 29 -Storyboard 4

Com a pré-produção concluída passou-se à produção. Fomos para o terreno gravar o vídeo onde se utilizou uma Nikon d5100 com a lente 50mm f1-8 e a lente 60mm macro f2.8. Foram utilizadas essas lentes para se conseguir um aspeto mais cinematográfico, dado o seu diafragma reduzido obtém-se uma maior profundidade de campo (referido anteriormente). Utilizou-se também um gravador de áudio externo para termos uma boa qualidade de som. No vídeo em si, aplicámos a regra dos terços para termos uma boa qualidade de som. No vídeo em si, aplicámos a regra dos terços (referido anteriormente) em inúmeros planos de forma a obter um maior equilíbrio na imagem, deixando também o vídeo mais atraente como se pode verificar nas imagens seguintes.

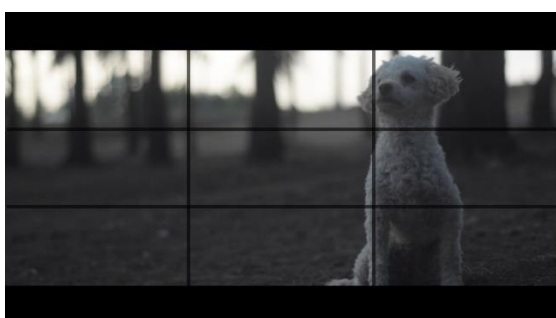


Figura 31 - Regra dos terços 1

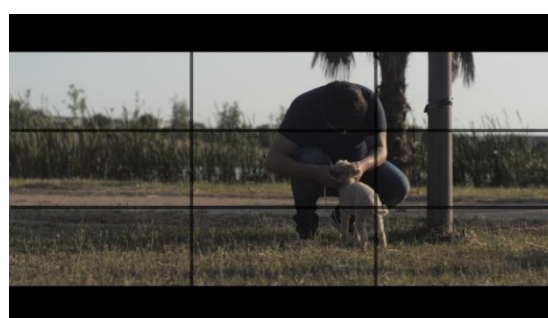


Figura 30 - Regra dos terços 2

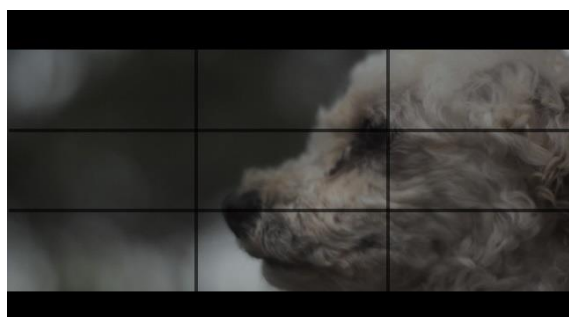


Figura 32 - Regra dos terços 3

Passando a parte de pós-produção começou-se pela edição onde construímos a história com base na voz off. Feito isso, colocou-se a música previamente escolhida na *timeline*, música essa de tom calmo, triste e dramático pois é esse o sentimento presente no vídeo.

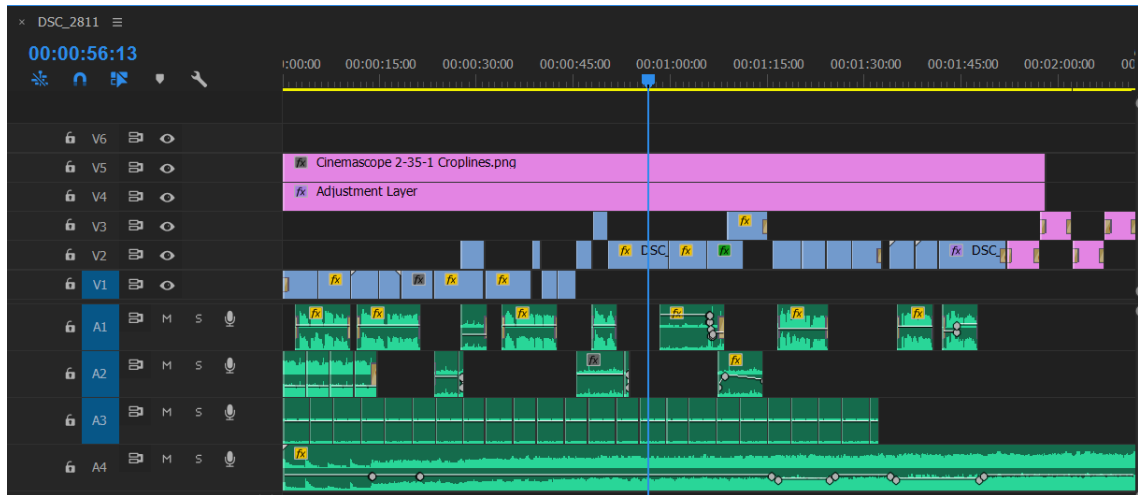


Figura 33 - Timeline

Em seguida colocaram-se alguns sons para dar mais vida e impacto ao vídeo como por exemplo num plano onde se está a encher uma taça com água. Gravamos o som com o gravador, anteriormente referido, da garrafa a deitar água para a taça e em pós-produção editámos o som de forma a não se sobrepor relativamente aos restantes, mas que fosse notado. Podem verificar na imagem abaixo o plano em questão.



Figura 34 - Plano de som

Para finalizar o vídeo fez-se uma ligeira correção de cor. Procurámos manter um tom escuro e mais frio exatamente para manter os sentimentos falados anteriormente. Criámos uma camada de ajuste e colocámos um LUT para colocarmos o vídeo todo na mesma tonalidade e depois disso foi-se verificando, plano a plano ver se precisavam de algum ajuste. Nas imagens seguintes podem ver as diferenças.



Figura 35 - Com correção de cor



Figura 36 - Sem correção de cor

## 2.2-Voluntariado

Com o todo o projeto definido passou-se então à sua elaboração e este vídeo partiu inicialmente do papel com a construção do seu *storyboard* (Ver anexos 5, 6, 7 e 8). As captações foram feitas nos mesmos dias em que foram captadas as imagens para o documentário, mas estas com um planeamento prévio. Os planos captados muitas vezes não puderam ser os melhores pois é um canil pequeno e com pouco espaço fazendo com que por vezes fosse complicado manobrar melhor e mais rapidamente a camera. A iluminação foi toda natural. Depois de feitas, as filmagens foram vistas ficheiro por ficheiro pelos membros do grupo e foram colocadas numa pasta à parte, todas as que iriam ser utilizadas, sem, no entanto, apagar as restantes pois iriam ficar de reserva caso alguma das seleccionadas afinal de contas pudesse não servir aos interesses do vídeo. Gravaram-se também três pequenos áudios de uma televisão ligada para simular o *zapping* na primeira parte do vídeo. Posto isto passou-se então para a parte da edição, na qual já com a grande maioria dos planos que iriam ser utilizados, escolhidos, montou-se então a história de alguém que está em casa sem fazer nada, num momento de tédio. A dada altura liga o telemóvel e começa a ver imagens de animais, decide sair de casa e vai para o canil onde começa a limpar “boxes” e a brincar com os cães tornando-se voluntário. Começámos por montar logo a parte do som onde tivemos de sincronizar o começo de cada áudio com o *frame* em que o personagem carregava no botão do comando, simulando assim que estava a mudar de canal (ver próxima figura). E de seguida, adicionamos a faixa sonora principal.

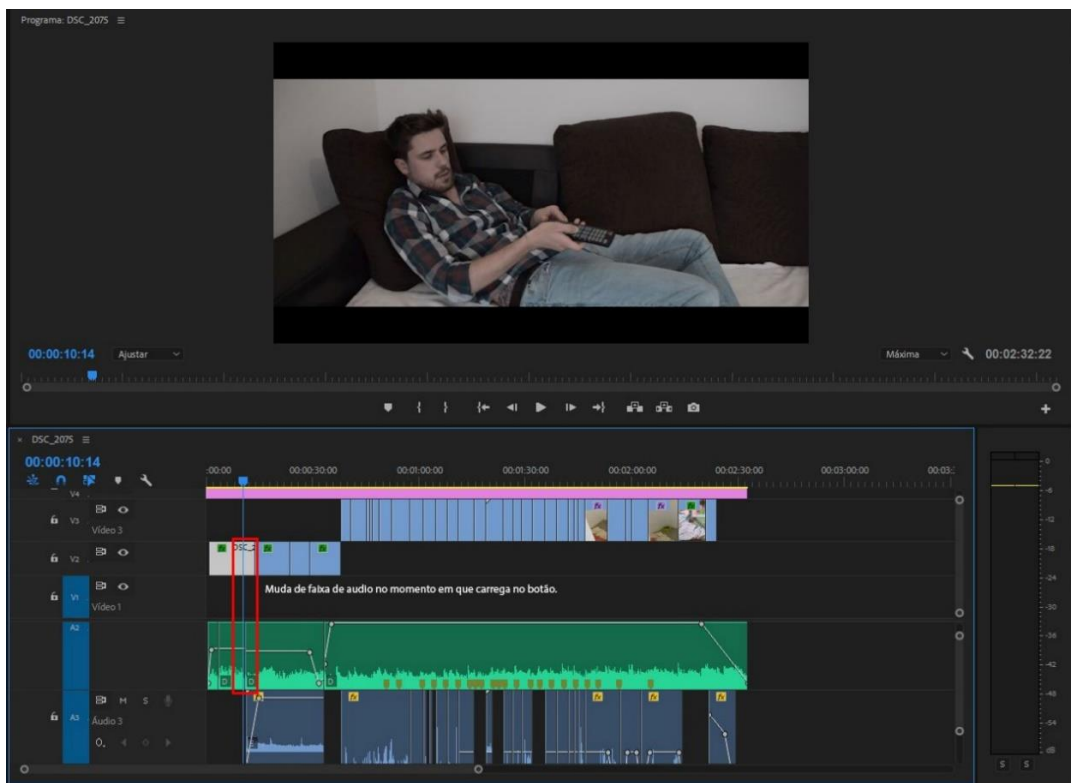


Figura 37 - Timeline 2

Utilizámos um plano de simetria (tema abordado anteriormente) na parte inicial do vídeo, tentando assim remeter o público para a ideia de que o resto do vídeo iria ser organizado e que iria mexer com o seu lado emocional como pode ser visto na figura abaixo.

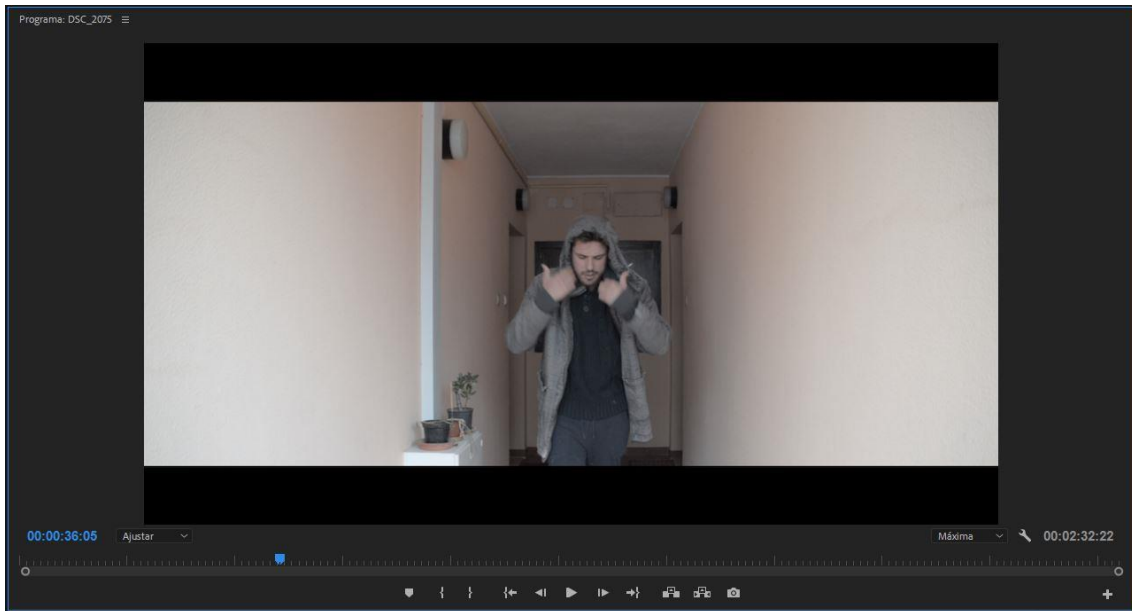


Figura 38 - Plano simétrico

Aplicámos a regra dos terços (referida anteriormente) em inúmeros planos de forma a obter um maior equilíbrio na imagem, deixando também o vídeo mais atraente como é exemplificado de seguida.

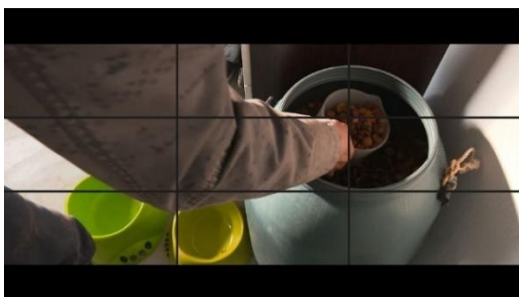


Figura 40 - Regra dos terços 4



Figura 39 - Regra dos terços 5



Figura 41 - Regra dos terços 6

Já na fase de pós-produção fizeram-se as respetivas correções de cor criando uma camada de ajuste onde foi introduzido um LUT que foi aplicada a todos os planos. Procurou-se, assim, dar um maior equilíbrio ao vídeo como um todo pois há sempre alguma diferenciação de cores e iluminação de plano para plano quando filmados em diferentes locais, em diferentes horas do dia e até com o passar ou não de uma nuvem que pode causar à partida mais sombra podendo assim fazer com que um determinado plano fique mais escuro em relação a outro. Conseguimos assim criar um vídeo mais harmonioso e mais uniforme em termos de tons de cor, conseguindo assim disfarçar caso um ou outro plano apresentassem tonalidades muito diferentes o que poderia causar um mau impacto visual ao espectador como é mostrado nas imagens seguintes.



Figura 43 - Sem correção de cor

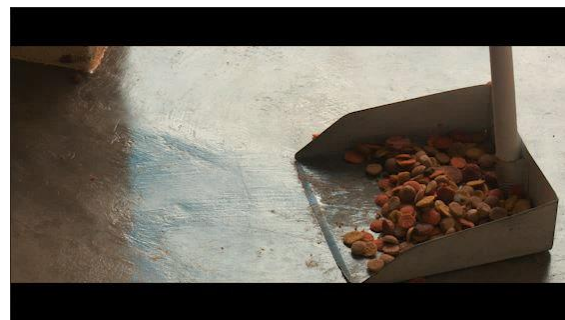


Figura 42 - Com correção de cor

Mesmo com a camada de ajuste, ficaram alguns planos ainda com diferentes tons de cor que tiveram de ser corrigidos um por um, até se obter então a uniformidade desejada. É possível também com a mudança de tonalidade, neste caso foi escolhida uma cor mais alaranjada, influenciar o sentimento do espectador. Como escolhemos uma cor quente, esta tem tendência a remeter o espetador para a paixão. E por último, voltando ao som, pois até aqui só estava tratada a parte em que o ator estava em casa, teve de ser feita toda a correção de som da grande maioria dos planos, pois muitas vezes acontecia que num plano haviam cães a ladrar, e, no seguinte já não se ouviam os cães. Para impedir que a mudança de plano trouxesse uma mudança brusca de som, muitos dos sons tiveram de ser estendidos de plano para plano e terminados com fade out e outros começados com fade in. Foram também alterados os níveis do som em diversos pontos para evitar que o som do ladrar dos cães, ou um ou outro ruído exterior mais alto, danificasse a qualidade sonora do vídeo. Com estes ajustes é possível ter um som mais uniforme mantendo a atenção do espectador no vídeo como um todo.

## 2.3-Documentário

Para este vídeo decidimos não fazer pesquisa nem visionar trabalhos do género para mantermos uma visão muito nossa, criar algo original. Todo o projeto é de sensibilização e este vídeo não foge à regra, mas mostra a realidade que é vivida neste canil.

Na fase de pré-produção apenas foram elaboradas as perguntas a ser utilizadas nas entrevistas, porque não era possível realizar um *storyboard* e um guião. Abaixo podem ler-se as perguntas realizadas.

*Patrícia Flores – Fundadora da Associação “Arronches Adopta”*

*Como surgiu a associação?*

*O que fazia para melhorar a vida dos animais?*

*A associação tem recebido ajuda ultimamente?*

*Como se sente ao despende do seu tempo para manter o canil em funcionamento?*

*Quais as maiores dificuldades para manter o canil em funcionamento?*

*Sente muito a responsabilidade de ter tantas vidas dependentes de si?*

*Tem tido muitos voluntários ultimamente?*

*Qual o sentimento ao ver um cão ser adotado?*

*Qual o maior problema em lidar com tantos cães?*

*Cristina Figueira e Ana Lopes - Voluntária*

*Como é ser voluntária aqui?*

*O que é mais gratificante?*

*Qual o sentimento quando recebem um cão abandonado? E ao verem um cão que aqui tinham ser adotado?*

*Qual o maior problema ao lidar com tantos cães?*

*Willem Carp - Adotante*

*Dá muito trabalho ou a companhia e divertimento que ele proporciona compensam?*

*O que o motivou a adotar?*

*O que diria as outras pessoas para adotarem?*

*O que mudou na sua vida?*

Este vídeo foi sem dúvida o que nos ocupou mais tempo de produção porque tivemos uma semana e meia a gravar. Nem sempre era possível realizar as filmagens como e quando tínhamos pretendido, devido a ser um local de muita agitação e existem sempre muitas coisas a fazer em pouco tempo. Em termos de planos usámos tudo para completar e tornar emotivos os nossos clipes. Nas imagens seguintes podem ver alguns dos planos utilizados. Usou-se a regra dos terços, como já foi anteriormente falada, para compor as nossas entrevistas, mas num caso em específico compusemos um plano simétrico para chamar a atenção do espetador e diferenciar também dos restantes.

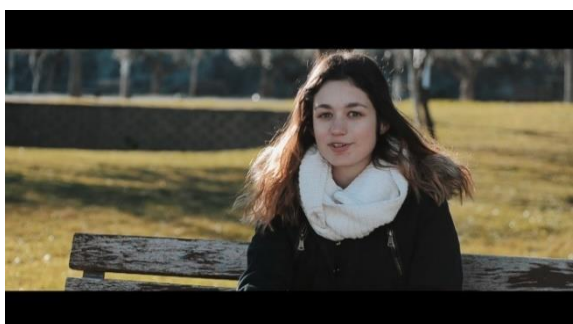


Figura 44 - Entrevista 1

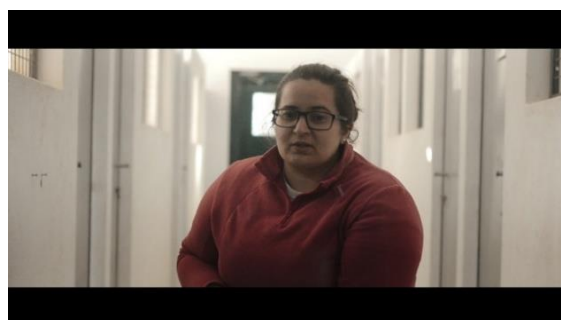


Figura 47 - Entrevista 2



Figura 45 - Entrevista 3

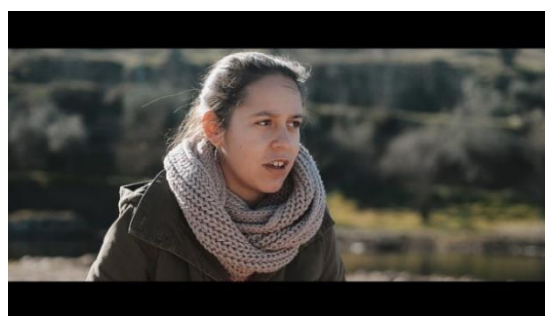


Figura 46 - Entrevista 4

No corpo do documentário utilizámos em grande parte todos planos de enquadramento aprendidos durante a licenciatura e também na pesquisa elaborada anteriormente. A captação foi toda realizada com iluminação natural. Nas imagens abaixo ficam alguns exemplos dos planos utilizados no corpo do documentário.



Figura 48 - Plano geral

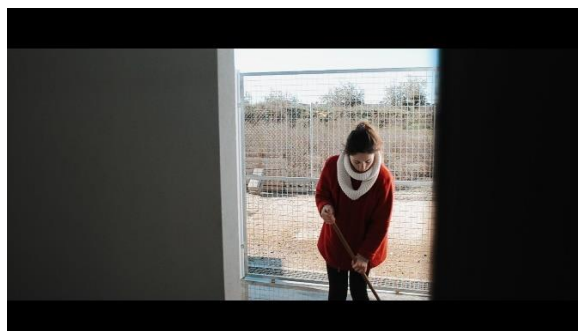


Figura 49 - Plano americano

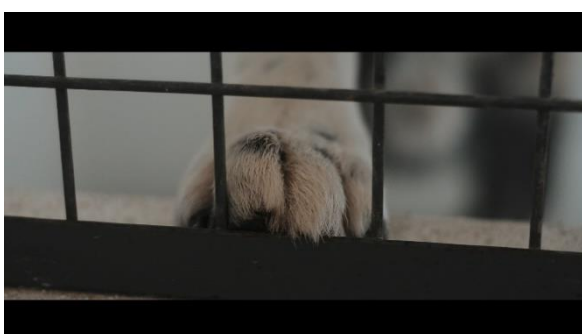


Figura 50 - Plano de detalhe

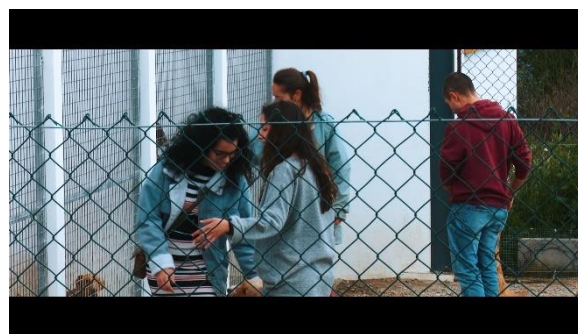


Figura 51 - Plano conjunto

Em termos de material foi utilizada a camara Nikon d5100 com a lente 18-55mm f3.5 -5.6 e a lente 50mm f1.8, foi também utilizada a Sony XDCAM com o intuito de fazer alguns planos em *slow motion*, mais propriamente para o início e fim do documentário. Todo o som foi gravado com o gravador externo Tascam DR-40.

Em termos de pós-produção começou-se por sincronizar som e imagem das entrevistas para estarmos livre de começar a montar a nossa narrativa. Com isso feito colocaram-se as músicas, que foram gentilmente cedidas por Miguel Gromicho, amigo de um dos membros do grupo. Editámos o som de maneira a que este estivesse nos níveis certos e as entrevistas se ouvirem claramente. Uma vez feito isto fez-se todo o *sound design* do documentário onde colocámos os sons característicos do canil. Como podem verificar na imagem abaixo, organizámos os planos das diferentes camaras com cores diferentes para melhor organização.

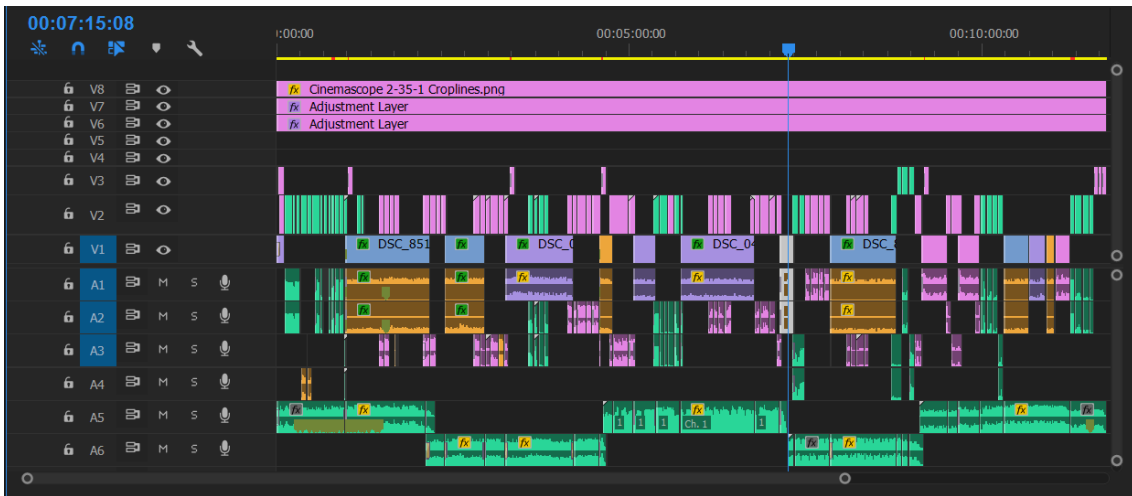


Figura 52 - Timeline 3

Para finalizar introduzimos o cinemascope para criar um aspeto mais cinematográfico e também colocámos uma camada de ajuste onde introduzimos um LUT, mas, neste caso em particular tivemos de colocar dois LUTs. Depois de aplicados revimos o projeto todo de modo a corrigir cor, exposição, contraste de alguns planos individualmente, caso necessário. Nas imagens abaixo vão poder comprovar o antes e depois dos LUTs.



Figura 53 - Com Correção de cor



Figura 54 - Sem Correção de cor

## Capítulo IV- Conclusões

### Conclusão

Foi também elaborado inicialmente o layout de uma aplicação móvel, mas visto não ser viável para a associação devido à falta de fundos monetários, que é um problema comum a este tipo de associações.

Existiram certos contratemplos, sendo os mais relevantes a inutilização das imagens captadas por uma das câmaras já algo antiga. A resolução de filmagem desta câmara é um pouco mais baixa que os 1920x1080, que usamos nas restantes câmaras. Assim, decidimos que não iríamos usar essas imagens pois notava-se que estavam um pouco danificadas. Outro contratempo também relevante foi o facto de ao início terem sido planeados dois vídeos, um contra o abandono, o segundo a promover a adoção, mas filmados em point of view (POV). Inicialmente pensou-se que seria uma boa ideia, pois não existem muitos vídeos deste estilo em abordagem aos temas do abandono e adoção. Abordamos o estilo com a intenção de criar algo inovador, mas depois de uma primeira edição e em reunião com a professora orientadora foi decidido não avançar com esses vídeos. Tendo assim que planejar dois novos vídeos para conseguir cumprir a proposta de projeto.

Durante a elaboração deste projeto aprendemos a organizar-nos melhor em relação a tempos e distribuição de tarefas, consolidamos conhecimentos aprendidos anteriormente, adquirimos mais experiência no trabalho de campo. Ficamos a conhecer também a dura realidade de uma associação deste género. Ganhamos também mais um pouco de cultura, pois na nossa opinião é através das novas experiências que ela mais facilmente se adquire.

Em suma, conseguimos cumprir os objetivos pretendidos apesar das dificuldades que foram aparecendo, como começámos a filmar em fevereiro, bastante tempo antes do tempo de entrega, conseguimos precaver-nos assim contra estes mesmo problemas e dando tempo para contorna-los.

## Bibliografia

NICHOLS, Bill (2008): *Introdução ao documentário*, São Paulo, Papirus.

PUCINI, Sérgio (2009): *Roteiro de Documentário: da pré-produção à pós-produção*, 2ª edição, São Paulo, Papirus.

## Webgrafia

<https://www.facebook.com/100009221731401/videos/1860172477633459/>

Acedido a 07-02-2018

<https://www.facebook.com/PetseBoiing/videos/1433723253506581/>

Acedido a 13-11-2017

<https://www.facebook.com/thedodosite/videos/1011421335659208/>

Acedido a 08-12-2017

<https://www.facebook.com/estefaniatinyheart/videos/1673693392669498/>

Acedido a 18-12-2017

<https://www.facebook.com/uniladmag/videos/4167010979988596/>

Acedido a 10-01-2018

<https://www.facebook.com/IKEAAfragide/videos/544022562648430/>

Acedido a 21-02-2018

<https://www.youtube.com/watch?v=IrJhlVODG3w>

Acedido a 18-04-2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/edicaodamanha/2017-08-22-Aumento-de-casos-de-abandono-de-animais>

Acedido a 03/06/2018

<http://www.veterinaria-atual.pt/na-clinica/portugal-tem-67-milhoes-de-animais-de-estimacao/>

Acedido a 03/06/2018

<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/circulo/>

Acedido a 05/06/2018

<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/triangulo/>

Acedido a 05/06/2018

<https://www.dn.pt/portugal/interior/mais-de-40-mil-caes-e-gatos-errantes-recolhidos-em-2017---direcao-geral-veterinaria-9225218.html>

Acedido a 20/06/2018

<https://www.publico.pt/2018/05/24/sociedade/noticia/municipios-abateram-12-mil-animais-em-2017-e-nao-estao-preparados-para-parar-1831400>

Acedido a 24-05-2018

<http://knoow.net/arteseletras/pinteescult/composicao-de-imagem/>

Acedido a 23-06-2018

<https://www.pinterest.co.uk/pin/495536765234722367/>

Acedido a 15-06-2018

<https://www.e-infin.com/eu/>

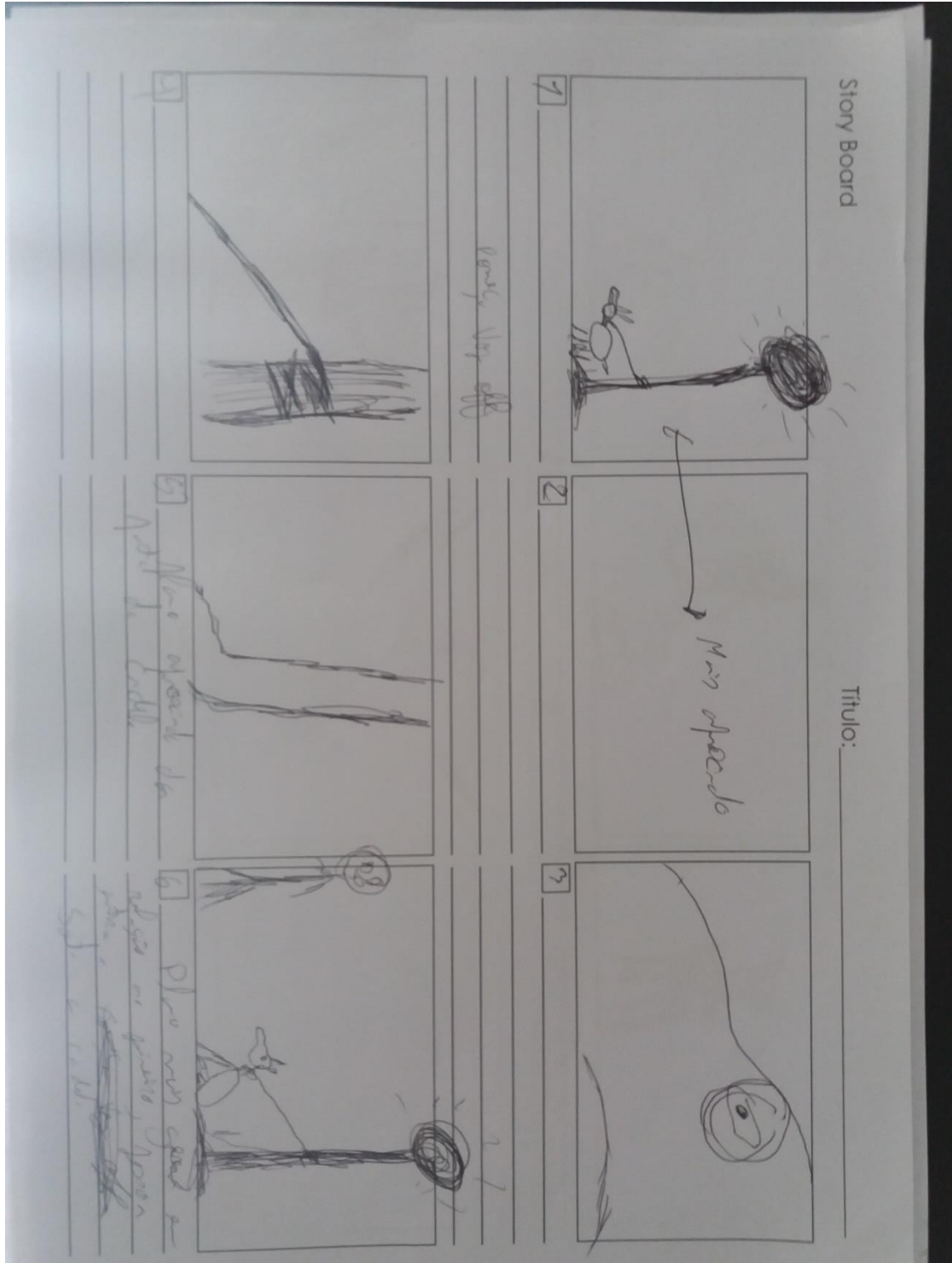
Acedido a 15-06-2018

<https://cameraclips05.wordpress.com/resources/camera-skills/demystifying-the-numbers-in-photography-mark-pedlar/>

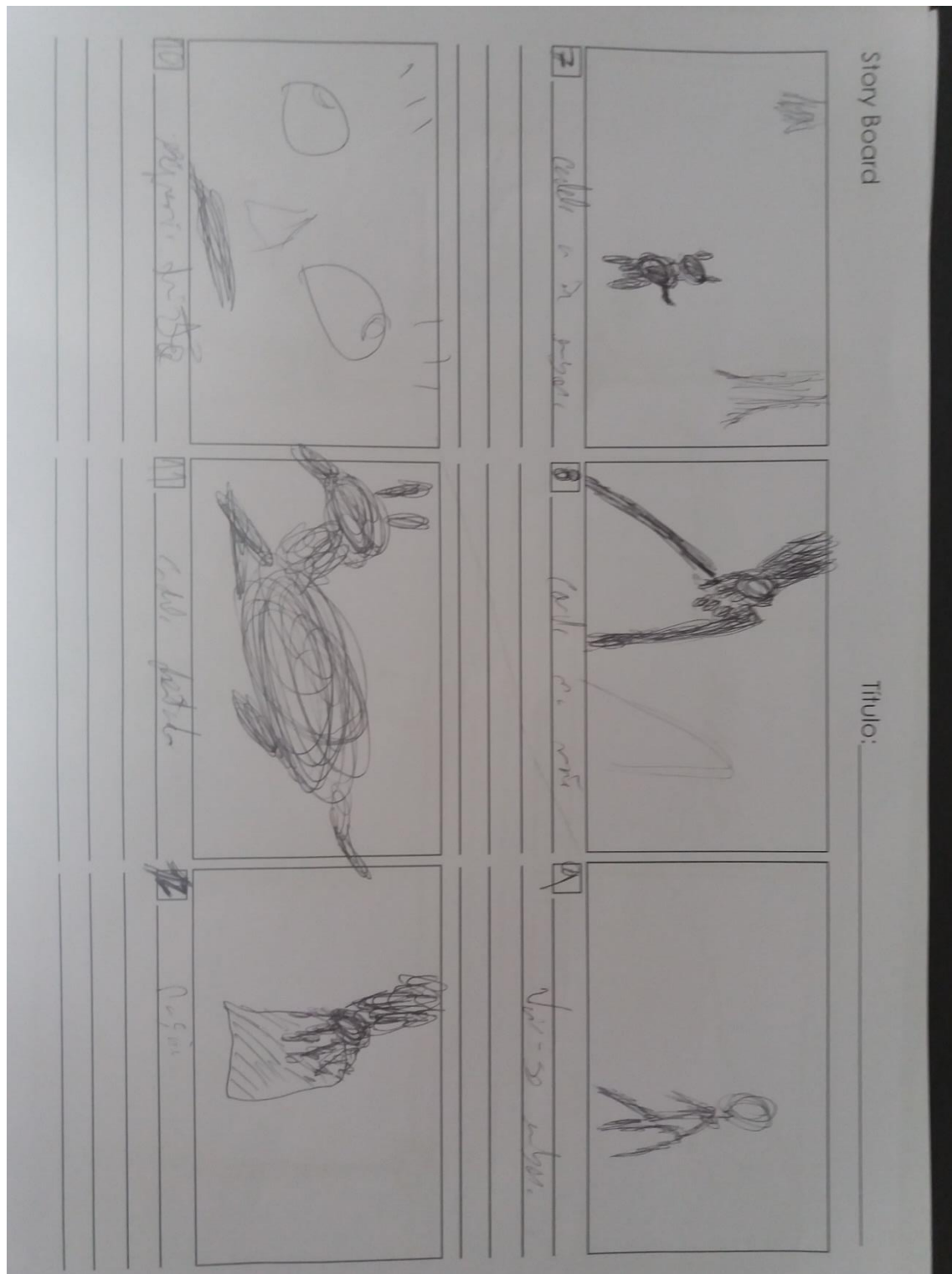
Acedido a 15-06-2018

# Anexos

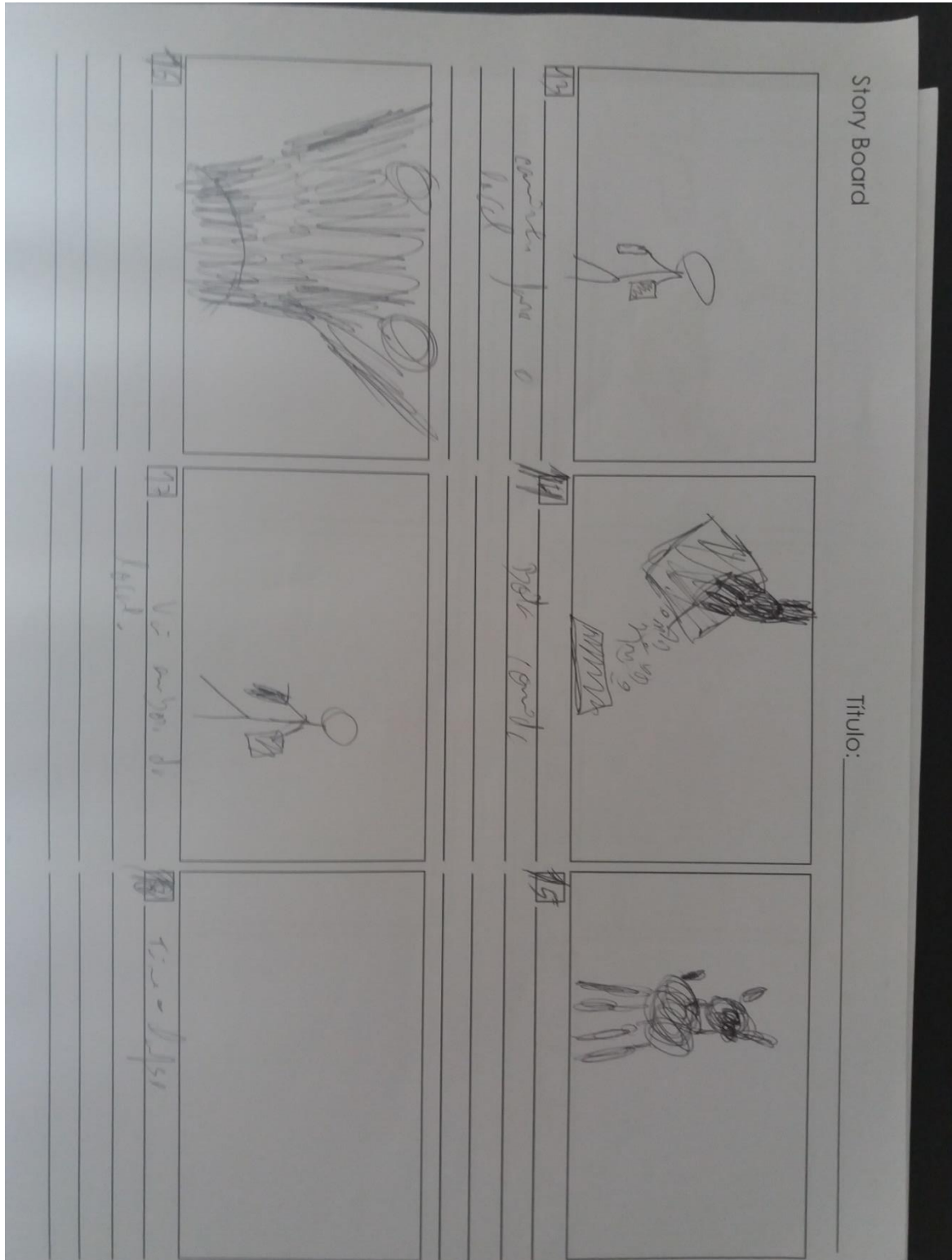
## Anexo A



Anexo B




Anexo C

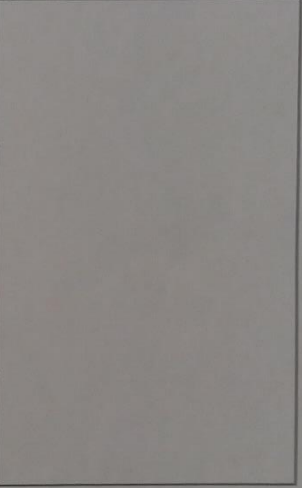


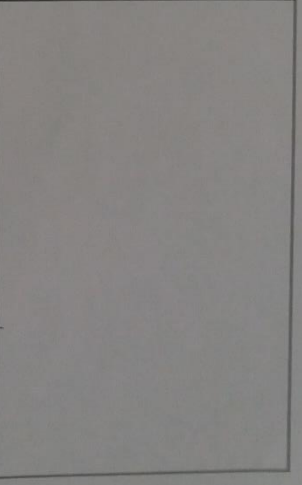
Anexo D


Story Board

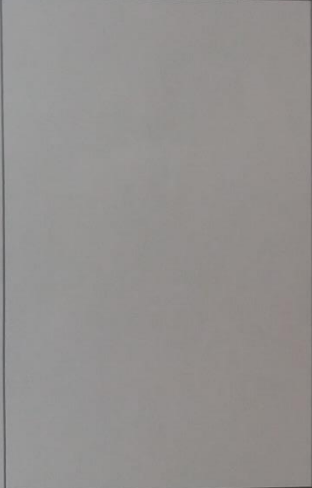
Título: \_\_\_\_\_

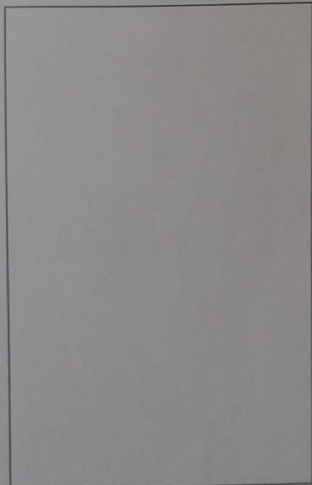
19 

20 

21 

22 

23 



19 *Um coelho a fazer um ninho.*

20 *Um coelho a fazer um ninho.*

21 *Um coelho a fazer um ninho.*

22 *Um coelho a fazer um ninho.*

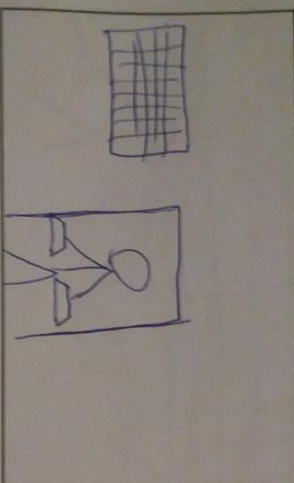
23 *Um coelho a fazer um ninho.*




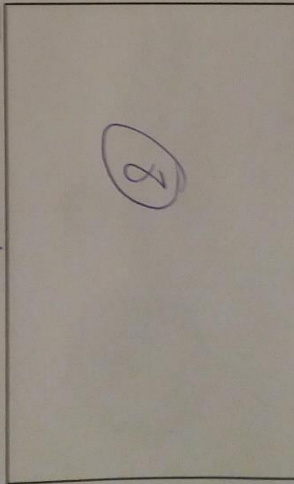
Anexo F

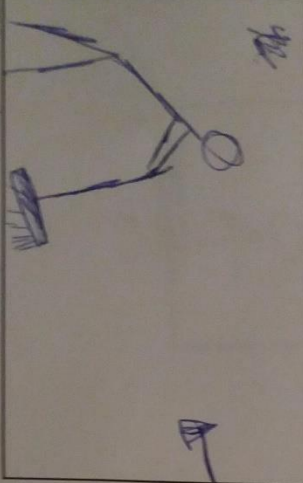
Story Board

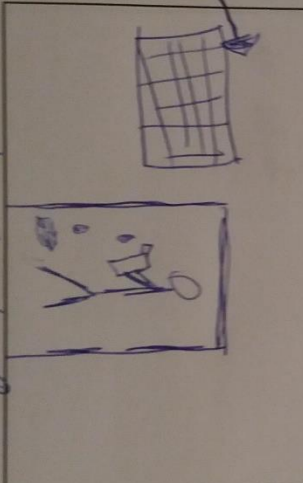
Título: \_\_\_\_\_


7.  *Passo para a criação de um dos "sorrisos" (primeiro passo, os primeiros da comunidade)*

8.  *Vem o dia seguinte*

9.  *Plano idealizado por eles e como o projeto se desenvolve, com fotos, vídeos, depoimentos, etc.*

10.  *Passo para a criação de um dos "sorrisos" (primeiro passo, os primeiros da comunidade)*

11.  *dia de trabalho*


12.  *dia de trabalho*

Anexo G


Storyboard

Título: \_\_\_\_\_


13. Vion Pedro do  
Vilante e Pedro e Soc  
que nasceu a Linda e o  
Arlo do bilhar acabou de sofrer.



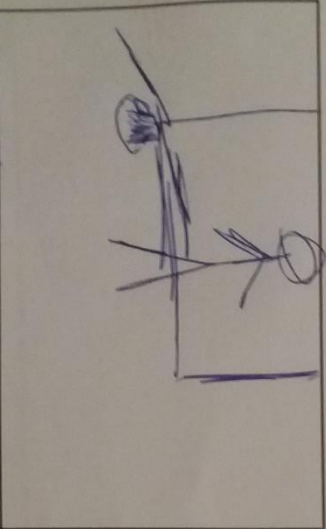
14. Pen. me entregue de  
maneira a minha  
casaca de aqui que foi de quem  
e que se ficou ~~se~~ segue assim  
nao deitado.



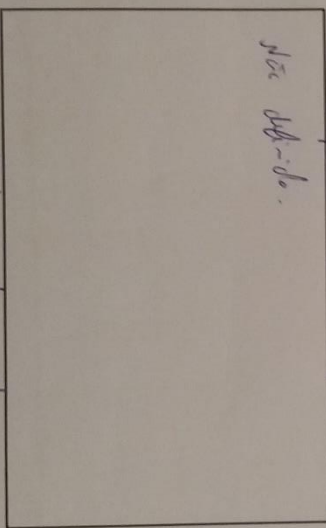
15. natin. e com de  
pedra que deu os  
dos amirões.



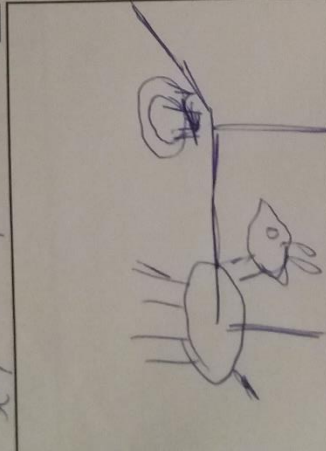
16. Vion. a Soc e placa  
no noipada que deu.



17. Vilante de i' q'ada de  
Cite andy de nome  
pedra m. Soc



18. Pen. adri m. Soc e  
Vie com (coo de cadu)



Anexo H

