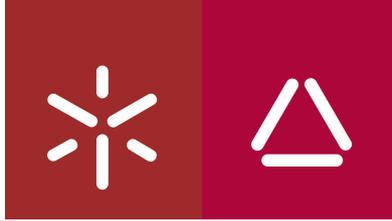


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Adriana Sofia da Cunha Alves

Fotografiaudiovisual - do fixo ao móvel



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Adriana Sofia da Cunha Alves

Fotografia audiovisual - do fixo ao móvel

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Audiovisual e Multimédia

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Silvana Mota Ribeiro

DECLARAÇÃO

Nome: Adriana Sofia da Cunha Alves

Título do relatório de estágio:

Fotografia audiovisual - do fixo ao móvel

Orientador: Professora Doutora Silvana Mota Ribeiro

Ano de conclusão: 2016

Designação do Mestrado:

Mestrado em Ciências da Comunicação - Área de Especialização em Audiovisual e Multimédia

Declaro que:

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTES RELATÓRIOS DE ESTÁGIO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho,

Assinatura:

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais pelas oportunidades que me proporcionam e pelo apoio incondicional.

Aos Professores do Mestrado de Ciências da Comunicação com os quais tive o privilégio de aprender mais.

À Professora Silvana Mota Ribeiro, pela ajuda e apoio nesta caminhada.

À equipa do *Olhares*, por me receberem na sua empresa e pelas experiências vividas.

À equipa da *InfoPortugal*, pela sua simpatia e ajuda.

RESUMO

O presente relatório de estágio, realizado no âmbito do Mestrado de Ciências da Comunicação - Ramo Audiovisual e Multimédia, apresenta todo o trabalho desenvolvido desde o estágio curricular até à conclusão deste relatório. O estágio foi realizado no *Olhares*, o site de fotografia online, integrado no *Grupo Impresa*. O meu percurso iniciou-se a 20 de outubro de 2014 e terminou a 20 de janeiro de 2015 com a supervisão de Ângelo Valente, diretor de marketing. Durante os três meses de estágio na empresa tive oportunidade de conviver mais com o mundo da fotografia. Eu, que vinha de Comunicação, mais propriamente do audiovisual e multimédia, encontrei novos desafios. A junção da fotografia (da parte do *Olhares*) com o audiovisual (da minha parte) aconteceu assim que foi decidido o local de estágio. Esta "relação" das duas áreas acompanhou-me todos os dias do meu estágio. Assim sendo, é esta junção a que chamo de *Fotografiaaudiovisual* que irei abordar neste relatório de estágio, tendo como ponto de partida os foto-filmes que realizei.

Começarei por abordar as duas áreas individualmente tendo em conta a sua importância nos dias de hoje. De seguida falarei sobre a minha experiência de estágio na empresa *Olhares*, de algumas tarefas que realizei e de como surgiram os foto-vídeos. Os aspectos mais marcantes e as aprendizagens obtidas também serão tópicos discutidos nesse capítulo. Numa terceira parte, irei fazer um estudo empírico sobre o papel da fotografia e do audiovisual em separado e do impacto que causa a união destas áreas, tendo por base diferentes pontos de vista sobre o assunto. Por fim, irei abordar dois casos onde esta união acontece com resultados diferentes. A primeira será uma viagem no tempo até ao passado com alguns dos trabalhos de Chris Marker, onde o cinema é constituído pela fotografia. Para contrastar, a segunda será um exemplo da atualidade com as diversas aplicações para smartphones que unem a fotografia e o vídeo. Em segundos elas fazem clips de 30 a 60 segundos com imagens nossas e prontas a partilhar nas redes sociais.

Neste relatório pretendo contar uma história. Começar pela fotografia e pelo audiovisual como duas áreas independentes. Apresentar o encontro destas áreas durante o meu estágio e que trabalhos resultaram desta união. De seguida, ter em conta outros pontos de vista de diferentes pessoas: trabalhadores destas áreas e dos utilizadores do *Olhares*. Por fim, abordar diferentes projetos em diferentes épocas que unam a fotografia e o audiovisual.

Palavras-chave: fotografia, audiovisual, comunicação

ABSTRACT

The present internship report, made under the Master of Communication Sciences – Professional branch of Audiovisual and Multimedia, presents the entire work developed since the curricular internship until the conclusion of this report. The internship was made in *Olhares*, an online photography site, integrated in the *Grupo Impresa*. My journey began in October 20th, 2014 and ended in January 20th, 2015 with the supervision of Ângelo Valente, marketing director. Through three months of internship in this company I had the opportunity to co-habit more with photography world. I, whom came from Communication area, more specifically audiovisual and multimedia, found new challenges. The crossing between photography (from *Olhares*) with audiovisual (from me) happened as soon as the internship placement was decided. This ‘relationship’ of both areas followed me through the time in the internship. Therefore, is this crossing of areas that I name *Fotografiaudiovisual*, which I will approach in this internship report having as starting point the photos-films that I accomplished.

I started to approach two individual areas having in mind their importance nowadays. In the following, I'll speak about my internship experience in the company *Olhares*, about some tasks that I made and how the photo-videos appeared. The most outstanding aspects and obtained learnings will also be discussed in the same chapter. In the third part, I will make an empirical study about the place of photography and the audiovisual separately and the impact of this union having as base of study different points of view. Lastly I'll approach two cases where this Union happens with two different outcomes. The first will be a travel in time until the pass with some works by Chris Marker where cinema it's constituted by photography. To contrast, the second situation will portrait a nowadays example with several applications to smartphones that connect photography and video. In seconds they make clips of 30 to 60 seconds with our own images and are ready to share on social media.

In this report I pretend to tell a story: I start with photography and audiovisual as two independent areas; then, I present the assembly of both areas during my internship and which works resulted from this unity. Then, having people's different points of view: workers of this areas and *Olhares* users. Lastly, I approach different projects in different times that unified photography and audiovisual.

Keywords: photography, audiovisual, communication

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
2. AS DUAS PERSONAGENS	5
2.1. A FOTOGRAFIA.....	8
2.2. O AUDIOVISUAL	12
3. O ENCONTRO DAS PERSONAGENS - ESTÁGIO.....	19
3.1. A EMPRESA OLHARES	19
3.2. A HISTÓRIA DO OLHARES	20
3.3. A EQUIPA	22
3.4. ENTENDER O OLHARES.COM	24
3.4.1. "Carrega as tuas fotos"	25
3.4.2. "Explora e participa".....	26
3.4.3. "Aprende fotografia"	28
3.5. ESTÁGIO NO OLHARES.....	29
3.5.1. <i>Fotografiaaudiovisual</i> no estágio curricular.....	30
3.5.2. Outros vídeos	43
3.6. REFLEXÃO SOBRE A EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO	50
4. A UNIÃO DAS PERSONAGENS	53
4.1. APRESENTAÇÃO DA QUESTÃO	53
4.2. TRÊS PONTOS DE VISTA.....	55
4.3. O PONTO DE VISTA DOS OLHARES	60
5. REFLETIR SOBRE A RELAÇÃO: A FOTOGRAFIA ENTRE O CINEMA E AS APLICAÇÕES - DOIS ESTUDOS DE CASO	65
5.1. O CINEMA DE FOTOGRAFIA.....	66
5.2. A FOTOGRAFIA NAS APLICAÇÕES	70
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
8. ANEXOS DVD'S	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Screenshot</i> Site Olhares antigo e o novo	21
Figura 2: <i>Screenshot</i> Logótipo do Olhares antigo e o novo	21
Figura 3: Equipa Olhares	23
Figura 4: <i>Screenshot</i> Olhares.com	25
Figura 5: <i>Screenshot</i> Olhares.com	26
Figura 6: <i>Screenshot</i> Olhares.com	28
Figura 7: Publicação no facebook do <i>Olhares</i> sobre a exposição no <i>El Corte Inglés</i>	32
Figura 8: Intro dos vídeos.....	33
Figura 9: <i>Screenshots</i> do vídeo "Galeria Meio Ambiente"	34
Figura 10: <i>Screenshots</i> do foto-vídeo "Dia Mundial da Fotografia"	35
Figura 11: <i>Screenshots</i> do vídeo "Castelos de Portugal"	36
Figura 12: <i>Screenshots</i> dos vídeos "Fotos da semana" e "Fotos do mês"	37
Figura 13: Publicações do <i>Olhares</i> no <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> e <i>Youtube</i>	38
Figura 14: <i>Screenshots</i> vídeos "Fotos da semana" e "Fotos do mês"	38
Figura 15: <i>Screenshots</i> do vídeo "Fotos da semana 2014 - Abril, Maio	39
Figura 16: <i>Screenshots</i> de algumas fotografias dos foto-vídeos	41
Figura 17: <i>Screenshots</i> foto-vídeo com a navegação no <i>site</i> e o close-up.....	42
Figura 18: <i>Screenshots</i> vídeo <i>Review</i> Fujifilm	47
Figura 19: <i>Screenshots</i> do vídeo Curso de Iniciação à Fotografia	48
Figura 20: Screenshot da publicidade na página de Facebook do Olhares.....	49
Figura 21: Cartaz do filme <i>La Jetée</i>	67
Fonte: chrismarker.org.....	67
Figura 22: Aplicação Storyo; Fonte: itunes.apple.com	71
Figura 23: Reviews Storyo; Fonte: itunes.apple.com	73

1.INTRODUÇÃO

Quando finalizei a minha licenciatura em Multimédia decidi que queria aprofundar os meus conhecimentos. Durante aqueles três anos aprendi sobre diversas áreas no ramo da multimédia, porém o audiovisual foi sempre aquele que mais me cativou. A meu ver trata-se de uma ferramenta poderosíssima de comunicação nos dias de hoje. Através das manifestações audiovisuais podemos transmitir mensagens, despertar sentimentos e aprender novas coisas. Vemos produtos audiovisuais associados a inúmeras áreas: publicidade, entretenimento, vídeos institucionais, animação, vídeos com mensagens de aviso/alerta, vídeos "pensados", vídeos caseiros, entre outros. Hoje em dia todos podemos gravar um simples momento de família, um simples gesto de uma criança com o nosso telemóvel. São vídeos que não precisam de material sofisticado, nem de grandes produções, mas que por si só já são carregados de sentimento. Servem para recordar, para reviver memórias com imagem e som. Como saberíamos também da imensidão das catástrofes naturais se não as vissemos na televisão? Da diversidade de culturas que existe no mundo? Uma imagem até pode valer mais de mil palavras, mas e se adicionarmos movimento e som? Não passará a valer mais? A comunicação audiovisual está em toda a parte, a todo o instante. Muitas vezes estamos rodeados por ela sem nos apercebermos. Nas televisões, telemóveis, nos ecrãs espalhados pelas cidades ou pelos shoppings temos sempre um produto audiovisual para nós. Já fazem parte do nosso dia-a-dia, da sociedade atual e da futura.

Quando decidi ingressar na Universidade do Minho, no Mestrado de Ciências da Comunicação - Audiovisual e Multimédia, sabia que ia enfrentar um longo caminho cheio de novos desafios e aprendizagens. Quase a terminar este percurso, conto um pouco do que foi esta caminhada neste relatório.

Decidir escrever este meu relatório como uma história, com início, meio e fim. Nesta história temos duas personagens principais: o audiovisual e a fotografia. Cada uma vive no seu mundo, com a sua personalidade, as suas características, os seus pontos fortes e os fracos. Separadas são ótimas, juntas são excelentes. Evoluíram ao longo do tempo e cruzaram-se no mesmo caminho. Esta história aconteceu para mim tal e qual como a vou descrever (cronologicamente). O presente relatório está dividido em cinco partes:

Na primeira parte desta história, capítulo dois, as personagens são dadas a conhecer ao leitor de forma individual. Começo por falar sobre a fotografia como uma só. Uma breve abordagem da oitava arte. De seguida é a vez do audiovisual, onde é abordado o seu papel na atualidade. No início de todas as histórias queremos sempre saber quem são as personagens, como são e o que fazem. Temos que as conhecer para conseguirmos acompanhá-las no resto do conto. Foi com esse objectivo que comecei pelas áreas de uma forma individual. Nada melhor do que conhecer a essência das coisas. Na minha vida académica também aconteceu assim. A fotografia e o audiovisual como duas áreas diferentes e tratadas separadamente.

Na segunda parte da história, capítulo três, ocorre o "encontro" da fotografia e do audiovisual. Uma vez que sou da área de audiovisual e fui para o *Olhares*, site de fotografia, no âmbito do meu estágio curricular, esta junção era inevitável. Para mim esta união aconteceu no dia em que pisei a empresa pela primeira vez. Neste capítulo falo de toda essa experiência, das tarefas que realizei, onde apliquei os meus conhecimentos e o que aprendi. Descrevo também os primeiros projetos de *fotografiaaudiovisual*, como e com que objetivos foram feitos. Algumas das tarefas em imagem, vídeo, trabalho de pesquisa e apoio à equipa também são mencionadas nesta parte. No final, um resumo dos três meses de estágio com os aspectos mais marcantes.

No quarto capítulo começo por falar sobre o impacto dos projetos de *fotografiaaudiovisual* realizados no *Olhares*. Os autores de algumas das fotografias utilizadas nos *foto-vídeos* expressam a sua opinião sobre esta iniciativa do site de fotografia *online*. Foi sem dúvida um projeto único na empresa que levou a fotografia a mais pessoas. De seguida, abordo a questão da *fotografiaaudiovisual* tendo em conta três perspectivas diferentes: de Ângelo Valente, Diretor de Marketing do *Olhares*; de Paulo Figueiredo, Diretor da empresa *QFilm* (produtos audiovisuais) e de Cátia Faria, Diretora da *Foto Humberto* (fotografia). Estas entrevistas ajudaram a perceber o papel do *Olhares*, a posição da fotografia na atualidade e a importância do vídeo e da fotografia como meio de comunicação. Relativamente à *fotografiaaudiovisual*, as entrevistas também foram fundamentais para perceber como esta união é vista por pessoas que trabalham na área. Na minha opinião é importante ter em conta outras perspetivas sobre o mesmo assunto, principalmente se conviverem com isso todos os dias na sua profissão.

Por fim, no quinto capítulo, era necessário tentar perceber se esta junção da fotografia com o vídeo já tinha ocorrido anteriormente e com que objetivos. Para tal apresento dois

casos diferentes. No primeiro, será o cinema feito de fotografia. Chris Marker será o protagonista com um dos seus trabalhos mais conhecidos. O cineasta e fotógrafo ficou muito conhecido pela curta-metragem *La Jetté* (1962), toda realizada através de imagens estáticas. Marker levou para o cinema a tranquilidade da fotografia de modo a surpreender o espectador. Trata-se de um ótimo exemplo onde o audiovisual se aproveita da fotografia para o seu sucesso. O segundo caso será um exemplo mais atual: as aplicações para *smartphones*, as fotografias incorporadas em vídeo. Com a evolução das tecnologias, as câmaras fotográficas nos telemóveis passaram a ser as mais utilizadas pela maioria das pessoas. Como consequência, a capacidade de armazenamento dos *smartphones* começou a ser pouca para a quantidade de fotografias tiradas. A exibição dessas memórias passou a ser feita através dos próprios dispositivos ou através das redes sociais. Graças às diversas aplicações existentes, mostrar fotografias ficou a ser mais simples e atrativo através de *slideshows* de 30 a 60 segundos. Neste relatório, a *Storyo*, aplicação portuguesa, servirá de exemplo desta nova forma de ver e partilhar fotografia. Se por um lado, Chris impõe no cinema a tranquilidade e a natureza estática da fotografia, por outro temos a fotografia a ganhar movimento e áudio com as aplicações. Num o cinema usa a fotografia, e outro em que a fotografia se serve do audiovisual.

Este relatório de estágio conta a união da fotografia e do audiovisual na minha vida académica, como, onde e porque surgiu.

2. AS DUAS PERSONAGENS

Fotografia e audiovisual. São as áreas de que falo neste relatório. São as "personagens principais" nesta história. Cada uma tem diferentes significados para mim, para si, para a pessoa do lado. Interpretamos as coisas de forma diferente e por isso geram sentimentos diversos. Uma fotografia pode significar muito para mim, mas para a pessoa do lado pode ser apenas uma imagem. Um vídeo de 20 segundos pode provocar inúmeras reações, boas ou más, mas para outras pessoas pode ser apenas mais um vídeo. Cada pessoa põe um pouco de si nas análises que faz das coisas. Muitas vezes traz uma lembrança do passado ou uma esperança do futuro apenas com uma fotografia ou um vídeo. Dada à sua natureza, estas áreas são um forte meio de comunicação visual. Porém, há várias formas de as interpretar, gerando assim diferentes impactos. Para Barthes, "aquilo que a fotografia reproduz até ao infinito só aconteceu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente" (Barthes, 1980, p.17). Foi ele o responsável pelos termos *Punctum* e *Studium* presentes no seu livro *A câmara clara*. Os dois apresentam diferentes tipos de interesses numa fotografia: o objetivo e o subjetivo. Por um lado, temos o óbvio, tudo o que vemos na fotografia, o interesse consciente - *Studium*. Por outro, temos o interesse de quem olha a fotografia, as emoções que desperta numa pessoa - *Punctum*. Neste, entram em jogo muitos outros fatores, a cultura, a sociedade em que está inserida, as vivências que já teve e muitas outras condições que influenciam o modo como olhamos para uma fotografia. Nunca será igual de pessoa para pessoa. No final, acrescentamos sempre algo a uma fotografia para além daquilo que ela aparentemente é.

A fotografia teve que percorrer um longo caminho para conquistar o que é hoje. A facilidade com que tiramos fotografias hoje em dia não é certamente a mesma que Joseph Niépce teve em 1826. Teve que esperar oito horas para fazer uma fotografia a preto e branco e muito difícil de se interpretar, segundo o fotógrafo Daniel Camacho (2012). Porém, foi também graças a ele e a outros nomes importantes na história da fotografia, que hoje conhecemos a fotografia e temos acesso a ela. A insistência pela representação da realidade já vinha sido tentada há muitos anos, com as pinturas rupestres nas grutas ou até mesmo as pinturas de retrato. "O ser humano teve sempre a necessidade de reproduzir o real e deixar uma marca do seu pensamento para se libertar do esquecimento e da morte. Acabamos, uma vez mais, de ter disso provas muito importantes em dois fabulosos locais pré-históricos

descobertos em França: a gruta Cosquer, na Provença, e a de Chauvet, em Vallon-Pont-d'Arc." (Amar, 2001, p.12). Ao longo dos anos foram feitas descobertas importantes para a evolução do mundo fotográfico. Hoje em dia maior parte das pessoas tem acesso à fotografia, para muitos é a sua profissão, e para outros um *hobbie*. Definitivamente a oitava arte está cada vez mais na moda. Contudo, esta crescente evolução e interesse por parte da sociedade trouxe as suas vantagens e desvantagens. Se por um lado temos mais pessoas interessadas em aprender fotografia, por outro temos o recurso excessivo dela. Este "problema" acontece também devido às redes sociais, onde a partilha de imagens é muito frequente. O "aqui e agora" nunca teve tanto significado como nos dias de hoje. Com um simples *smartphone* podemos tirar uma fotografia, editá-la e guardá-la/publicá-la, tudo isto com o mesmo dispositivo e em poucos minutos. Posto isto, não devemos igualar estas imagens/instantâneos com a fotografia. O ato de "tirar uma fotografia" é bastante diferente de "fazer uma fotografia". Hoje em dia temos que conseguir diferenciar a fotografias dos instantâneos/imagens-momento. Estamos rodeados de tantas imagens, que só se conseguem destacar as que são realmente diferentes. Aquelas que têm impacto visual e nos para por uns segundos para a observar. Ou então, a solução passa também pela sua apresentação. Visualizar uma imagem de uma maneira diferente daquilo que estamos habituados também atrai a nossa atenção. Por esse motivo, as aplicações para *smartphones* que realizam vídeos slide-show são muito usadas. Em 30 segundos temos um número de fotografias acompanhadas de movimento e som. Isto faz com que a experiência de observar fotografias seja diferente e tenha impacto. Neste caso vemos a fotografia a "usar" o audiovisual para se "publicitar".

Se por um lado temos a fotografia à procura de movimento e som, por outro temos o audiovisual a procurar a sua "pausa". A busca pelas características da fotografia para causar impacto no espetador. Tudo aquilo que seja diferente do que estamos habituados choca-nos, pelo lado positivo ou negativo, consegue captar a nossa atenção. A visão de Larossa (citado em Moraes, 2012, p.14) que, de certa forma, exprime esta procura pela pausa:

"A experiência, a possibilidade de que algo nos passe ou nos aconteça ou nos toque, requer um gesto de interrupção, um gesto que é quase impossível nos tempos que correm: requer parar para pensar, para olhar, parar para escutar, pensar mais devagar, olhar mais devagar e escutar mais devagar; parar para sentir, sentir mais devagar, demorar-se nos detalhes, suspender a opinião, suspender o juízo, suspender a vontade, suspender o automatismo da ação, cultivar a atenção e a delicadeza, abrir os olhos e os ouvidos, falar

sobre o que nos acontece, aprender a lentidão, escutar os outros, cultivar a arte do encontro, calar muito, ter paciência e dar-se tempo e espaço."

As coisas passam tão rápido aos nossos olhos que muitas vezes precisamos de abrandar, para pensar e analisar melhor as coisas. Foi certamente isso que aconteceu com o filme *La Jetée* de Chris Marker. Um filme somente constituído por imagens estáticas. É um dos seus principais trabalhos e, claramente, é pela sua diferença que marca. Neste filme é possível trazer a serenidade da fotografia ao cinema.

É certo que o vídeo surgiu depois da fotografia, tendo sido esta o seu grande impulsionador. "Voltemos à pré-história do cinema, e ao célebre exemplo do galope de cavalo" (Deleuze, 1985, p.14). Para esclarecer a dúvida se o cavalo deixava as quatro patas do chão ao mesmo tempo durante o galope, Muybridge junta uma série de fotografias captando o galope do cavalo. Com a junção das mesmas, mostra o princípio básico do vídeo, a combinação de *frames*. "A invenção da fotografia no século XIX pelos franceses Joseph-Nicéphore Niépce e Louis-Jacques Daguerre abriu caminho para o espetáculo do cinema, que também deve sua existência às pesquisas do inglês Peter Mark Roget e do belga Joseph-Antoine Plateau sobre a persistência da imagem na retina após ter sido vista." (Campos, 2012, p.6). A descoberta pela comunicação audiovisual foi chamando a atenção ao longo dos anos por vários "curiosos". Vários nomes fazem parte da história do audiovisual graças às suas contribuições e descobertas. A evolução foi constante e continua a ser nos dias de hoje. A área está sempre a evoluir nas diversas vertentes em que atua. Os produtos audiovisuais estão na informação, no entretenimento, em campanhas de solidariedade, entre outros. A televisão e o cinema são os grandes ecrãs que nos rodeiam há mais tempo. São a exposição da vida num "quadrado mágico". No meu ver gostamos de cinema para ver a vida. A vida de outras pessoas, em que aspetos é diferente da nossa, "viver" outras experiências, noutra lugar, noutra tempo. Encontrar os pontos em comum que temos com determinada personagem. São vidas ali expostas, umas vezes mais fantasiadas, outras mais realistas. O mesmo acontece com séries televisivas e telenovelas. Graças às novas tecnologias, agora também conseguimos realizar e partilhar as "nossas novelas". Os primeiros passos de uma criança, o jantar de família são momentos que hoje podemos gravar e guardar connosco.

O audiovisual e a fotografia são áreas que têm muitos pontos em comum: a natureza técnica; o seu papel no entretenimento, informação, cultura, arte, entre outras; representar

algo/alguém; são meios de comunicação. Porém o que as distingue é o movimento. O que uma não tem, a outra tem de sobra, tal como afirma Cruz (2014).

A fotografia e o audiovisual são dois mundos, duas áreas. Cada uma surgiu em diferentes fases, de formas diferentes. Evoluíram separadas, cultivaram o seu público. Delas resultaram excelentes projetos de milhões de pessoas. Haverá sempre fotografia. Haverá sempre o audiovisual.

2.1. A fotografia

Vou começar por abordar a fotografia pelo que me parece mais simples e mais óbvio: a palavra e o seu significado. Fotografia vem do grego [fós] ("luz") e [grafis] ("escrita", "pincel") ou *grafê* que significa "desenhar com luz e contraste", segundo o fotógrafo Camacho (2012). Esta última definição é perfeita e enquadra perfeitamente naquilo que é a fotografia, sem luz não o conseguiríamos fazer, sem o contraste não era possível diferenciar os elementos da foto. Por isso, os dois elementos são fundamentais para esta arte.

"Uma imagem vale mais que mil palavras", dizia o filósofo chinês Confúcio e é totalmente verdade. Conseguimos expor os nossos sentimentos, transmitir certas emoções e estados de espírito que muitas vezes são difíceis de descrever por palavras. Por isso é que a fotografia é uma linguagem universal, toda a gente consegue, de algum modo, produzir algum tipo de interpretação mesmo que ela não venha acompanhada de um texto ou de uma única palavra. A magia da fotografia é essa, conseguirmos passar as nossas emoções para uma imagem e guardá-las para sempre.

"Sabes que os raios de luz refletidos pelos diferentes corpos compõem um quadro refletindo-os em todas as superfícies polidas, na retina do olho, por exemplo, na água, nos vidros. Os "espíritos simples" procuram fixar estas imagens passageiras; formaram uma matéria muito subtil, muito viscosa e que rapidamente seca e endurece, por meio da qual se faz um quadro num abrir e fechar de olhos. Revestem, deste modo, um pedaço de tela e expõem-na aos objetos que pretendem pintar. O primeiro efeito da tela é o do espelho. Nela vemos todos os corpos próximos e longínquos cujas imagens podem ser trazidas pela luz. Todavia, o que um vidro não poderia fazer fá-lo a tela, que, por meio do seu revestimento viscoso, retém os simulacros." (Tiphaigne de La Roche citado em Amar, 2001, p.11).

Foi assim que em 1761 o francês Tiphaigne descreveu a fotografia, mesmo antes de ela ter aparecido. A obra é considerada premonitória de mais tecnologias que surgiriam depois, como a televisão e o telefone. Como vimos anteriormente, o ser humano sempre teve uma necessidade de retratar o real e de certa forma tornar alguém ou algum momento eterno. As pinturas rupestres, tal como nas grutas referidas, desenhos com sombras, a pintura em quadros, máquinas de desenho, entre outras, foram algumas das formas usadas ao longo dos tempos passados para "fotografar". Como muitas outras invenções, a fotografia nasce de uma necessidade do ser humano, de algo que lhe fazia falta em determinadas situações.

"No início do século XIX, os Europeus procuravam criar imagens ilusórias mas convincentes sem a interferência da mão subjetiva do homem." (Abbott et al., 2013, p.21). A busca pela representação perfeita da natureza, das pessoas, dos objetos foi uma constante até surgir a fotografia. "A partir de experiências que produziam imagens mediante a reflexão da luz dos objetos numa superfície quimicamente sensibilizada, surgiu um meio revolucionário de obter imagens: a fotografia." (Abbott et al., 2013, p.21). Aparecia então aquela que seria a oitava arte, um novo meio de comunicação na sociedade. Desde o seu aparecimento, que o mundo da fotografia passou por diversas fases e evoluções. Nos meus 24 anos de vida, assisti a algumas dessas mudanças. As câmaras de rolo, os negativos algumas vezes difíceis de decifrar, ou de referirem a Kodak como "A marca" de equipamento fotográfico, estas são algumas recordações mais antigas que guardo. Creio que neste tempo a fotografia era mais "valiosa", não estava tão banalizada como nos dias de hoje. Na época dos rolos fotográficos, o ato de fazer uma fotografia era pensado, estudado. Afinal os rolos custavam dinheiro, quantas mais fotografias se tirava, mais rapidamente se gastava o rolo. Também não era possível visualizar a fotografia depois de tirada, isso seria "surpresa" no momento da revelação. O botão de "apagar" e poder tirar outra fotografia também não era possível, isso são "luxos" da atualidade. Antigamente a fotografia carregava mais sentimento, continha lembranças, contava histórias, possuía cheiro. Era pensada, idealizada e guardada com toda a estima e carinho. As fotografias a preto e branco, com aquele recorte diferente ao redor, são peças raras e valiosas. São retratos de vidas do antigamente, com roupas do antigamente, cidades do antigamente. Momentos que são irrepetíveis. Jamais poderemos voltar àquela cidade onde maior parte dos prédios que conhecemos hoje não existiam, ou onde a cara dos nosso avós não tinha uma única ruga.

Como afirma Santos, “De facto, se existe algo que um fotógrafo rapidamente aprende é que nada na nossa vida se repete, logo todos os momentos fotográficos são irreduzíveis e inimitáveis. Por outras palavras, aquele sorriso que nos marcou, aquele céu que nos impressionou, entre tantos outros momentos, nunca mais se vão repetir, não daquela forma, não com a mesma intensidade. Isto faz com que cada momento seja especial, com que cada fotografia seja singular, razão pela qual nunca deve deixar para depois uma fotografia (...)” (2010, p.14).

Não se deixa para amanhã a fotografia que se pode tirar hoje (usando e alterando um pouco o provérbio popular). Registrar os momentos da nossa vida é algo positivo, bom para a nossa alma. Porém, na atualidade, a partilha do momento passou a ser algo muito usual. Esta prática tornou-se recorrente na população jovem e adulta. Quem diria que há uns anos atrás seria possível ver o que o nosso amigo comeu ao pequeno-almoço? Ou que foi dar uma caminhada com o cão? E sobretudo, podermos comentar sobre o assunto? Quem me dera que fosse possível realizar uma viagem no tempo para poder contar aos antepassados o cenário da fotografia dos dias de hoje. Gostava de ver as suas reações. Será que achavam normal (como nós achamos hoje) ver uma fotografia de uma refeição de um amigo? A evolução da tecnologia trouxe consigo diversas mudanças na forma como vemos a fotografia hoje. As câmaras fotográficas passaram a ser mais pequenas e mais fáceis de usar. Possuem diferentes modos de fotografia para se adaptarem a diversas situações, deste modo o utilizador só tem que se preocupar em clicar no momento certo. Esta evolução também trouxe mudanças nos dispositivos móveis (telemóveis, *smartphones*, *tablets*,...) que começaram a incorporar melhores câmaras fotográficas. Mais recentemente, com a variedade de *smartphones* presente no mercado, juntamente com as redes sociais existentes, a fotografia ficou na moda. Registrar alguns dos nossos momentos e partilhá-los com os nossos amigos no *Facebook*, por exemplo, passou a fazer parte do nosso dia-a-dia.

As redes sociais (como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*) funcionam como meio de comunicação, onde a mensagem é/ou faz-se a acompanhar por uma fotografia. As aplicações para os *smartphones*, disponíveis nas "lojas virtuais" próprias para cada *software*, também trouxeram mil e uma possibilidades de edição de fotografias. O "aqui e agora" tem cada vez mais importância na nossa sociedade. É-nos muito fácil tirar uma fotografia, editá-la da maneira que gostamos e publicá-la de seguida numa rede social, ou enviá-la a alguém. A fotografia está cada vez mais popular, está na moda. Porém, apesar desse uso recorrente de

imagens fotográficas, não creio que todas possam ser chamadas de fotografias com o mesmo peso de importância. Uma coisa é "fazer uma fotografia", outra é "tirar uma fotografia". "Fazer fotografia" implica pensar, não somente olhar, mas olhar e ver. Capturar o momento certo, com determinada luz, no melhor enquadramento, obviamente tudo isto no ponto de vista do fotógrafo. Mais que uma simples fotografia, há sempre como objectivo transmitir uma mensagem, provocar um sentimento. Nos dias de hoje a fotografia e o ato de fotografar tornou-se muito banal, muito graças à evolução da tecnologia e ao aparecimento das redes sociais. Tirar uma fotografia é, aos olhos de muitas pessoas, uma tarefa simples. Aplicando uns filtros na imagem e fica pronta para publicar nas redes sociais. Maior parte dessas imagens partilhadas são instantes/momentos. Não deixam de ser fotografias, mas não tem por trás delas o ato de pensar que a fotografia pede, por isso são imagens momentâneas/instantâneas. Obviamente que todos gostamos de registar os momentos com a nossa família e amigos, ou então algumas ocasiões marcantes: um pôr do sol, uma paisagem natural, o nosso animal de estimação, um sorriso de um bebé, entre outros. É claro que para quem fez a fotografia, esta tem uma carga sentimental devido à pessoa ou momento retratado na imagem. Porém, para alguém que desconheça esses fatores ou que não conheça os intervenientes, a fotografia não transmite nem provoca nenhum sentimento. Na minha opinião, hoje em dia é possível e, necessário, separar a fotografia de duas formas distintas: a fotografia pensada e idealizada, que transmite e provoca sentimentos no espetador; e as imagens momentâneas/os instantâneos, aquela que retrata o "aqui e agora" ou um momento recente, que são muitas vezes captadas com vista na partilha em redes sociais. Esta última "forma" é resultado da evolução das tecnologias e dos comportamentos da sociedade, que se traduz no uso abusivo da fotografia. Por essa razão, também são poucas as imagens com que nos cruzamos no dia-a-dia que nos transmitem alguma coisa, ou nos fazem parar para observar e refletir. Apesar da fotografia estar à disposição de todos, nem todos sabem fazer fotografia.

“A importância de (re)pensar a fotografia neste cenário está diretamente ligada à outra ocorrência: a das câmaras fotográficas estarem cada vez mais tornando-se, simplesmente, “câmaras”, integradas a celulares ou gravadoras que possuem cada vez mais espaço de armazenamento e maior resolução. Em função disso, algumas vezes exclamam “o fim da fotografia como a conhecemos”, enquanto outras atentam para uma tendência que me parece mais produtiva em termos de pesquisa: a percepção de que é preciso desenvolver novos conceitos e paradigmas, especialmente num cenário de popularização dos aparelhos digitais,

dos *sites* de compartilhamento de imagens e de manifestações como os *fotofilmes*, por exemplo – objetos que especialmente me chamaram atenção e motivaram a construção deste texto” (Moraes, 2012, p.1).

Os *foto-filmes/slideshows/foto-videos* surgem para dar resposta à crescente utilização da fotografia. O facto que hoje em dia temos tanto material fotográfico para mostrar e tão pouco tempo para o ver, fez com que surgissem os *slideshows*. A fotografia integrada no vídeo para se fazer mostrar de uma forma rápida e atrativa. Obviamente que são maioritariamente utilizados por usuários a nível pessoal, com as fotografia da família, dos amigos, (...). Aqueles que praticam a "fotografia pensada e idealizada", querem continuar a olhá-la e a refleti-la com calma, sem o *timing* que o *slideshow* impõe. Tal como nos diz o fotógrafo Joel Santos: “Uma outra lição que a fotografia proporciona é a consciência de que, por vezes, a vida se desenrola de uma forma frenética, não existindo espaço para contemplação, para reparar nos pormenores singulares que tornam o ordinário extraordinário.” (Santos, 2010, p.14). É desta forma que a fotografia "sobrevive" na cabeça e na alma daqueles que a sabem contemplar. Não se trata apenas de visualizar uma fotografia, colocar um "like" e seguir em frente. Isso não é "a fotografia", não é ver com olhos de ver, não é ver com os sentidos. Não é fazer uma fotografia com a cabeça, alma e coração. Também não é transmitir emoções, nem criar impacto no outro. É preciso voltar um pouco atrás, desacelerar a vida e apreciar o momento. Reparar nos pequenos detalhes que fazem toda a diferença. Tentar encontrar um sentido, uma mensagem numa fotografia. Fazer com que essa fotografia tenha significado na altura e que esse prevaleça por muitos anos. Precisamos de encarar os diferentes géneros de fotografia da atualidade e adaptar o nosso olhar para as analisar. Podemos aproveitar tudo o que a tecnologia nos traz, mas não nos podemos esquecer da essência da fotografia.

2.2. O audiovisual

Desconstruindo a palavra, audiovisual, é fácil identificar dois termos: "áudio" e "visual", onde a primeira nos leva até tudo o que é audível, e a segunda a tudo o que é visual. Sendo assim, toda a forma de comunicação que combine componentes visuais e sonoros, trata-se de um produto audiovisual. Nos dias de hoje, este tipo de conteúdos encontra-se presente em toda a parte e sofreu uma grande evolução desde o seu aparecimento. São pouquíssimas as casas que não tem pelo menos uma televisão, salas de espera, quartos de

hospitais, infantários e em tantos outros locais conseguimos encontrar a "caixinha mágica". Porém não é só nela que encontramos conteúdo audiovisual, a internet também está lotada desse material, sendo o *Youtube* um bom exemplo disso. Conseguimos encontrar várias salas de cinema espalhadas pelo país, sempre com mais que um filme em exibição, que nos proporcionam o ambiente perfeito para termos uma boa sessão. Tudo isto se tornou comum nas nossas vidas, no nosso dia-a-dia, somos muitas vezes atropelados com mensagens audiovisuais que não pedimos. Quantas vezes nos sentamos no nosso sofá em frente à televisão, somente com os olhos postos nela? Se for preciso, só interpretamos a mensagem de um anúncio publicitário à quarta ou à quinta vez que o vemos. Estamos de tal forma habituados a ter esta informação abundante de maneira fácil e rápida que muitas vezes não damos a sua devida importância. Inconscientemente aprendemos muito através das mensagens que nos chegam com vídeo e som. A linguagem usada no audiovisual tem o poder de aproximar o espectador, de o pôr no lugar de algo ou alguém presente em determinado vídeo e viver as suas emoções. Porque é que gostamos tanto de filmes, novelas, séries televisivas, certos programas de televisão? Porque nos contam histórias, como seres humanos gostamos de ouvir contos novos ou que de alguma forma são parecidos com a nossa vida. Contudo nem só de histórias fictícias vive o audiovisual, este também é um grande protagonista na cultura, na informação, na educação, entre outros. As mensagens que são transmitidas através deste meio são hoje em dia mais facilmente aceites e divulgadas por parte do público. Não é qualquer mensagem que é bem aceite e isso depende muito de pessoa para pessoa, da cultura do público-alvo e de todo o seu poder de interpretação. O que conhecemos hoje como um produto audiovisual, não é o mesmo que há uns anos atrás, este mundo foi sofrendo alterações desde o seu surgimento e irá continuar a evoluir sempre mais e mais.

A primeira série de fotografias que deu ao espectador a sensação de movimento ocorreu na década de 70 do século XIX, tudo graças a uma aposta. Tal como refere Luís Nogueira (2014), Standford gostava de esclarecer uma dúvida sobre o galopar do cavalo: como se moviam as suas patas e se o cavalo, em algum momento, ficava com as quatro patas no ar. Para tentar encontrar uma resposta, contrata o fotógrafo Eadweard Muybridge, que instala 24 máquinas fotográficas no percurso do cavalo. O disparo de cada câmara fotográfica era acionado pela passagem do animal, dando ao registo em série dos movimentos do cavalo. As imagens foram projetadas de uma forma que parecia que o cavalo estava em

andamento. É aqui encontrada a base do audiovisual: uma sequência de imagens/*frames* que registam os diferentes movimentos de algo/alguém, dando a ilusão de movimento ao olho humano. "O estudo de Muybridge serviu de inspiração para o trabalho do fisiologista francês Étienne-Jules Marey. Marey levou a cabo um vastíssimo conjunto de experiências que originariam aquilo que se designa por cronofotografia, processo apresentado em 1882." (Nogueira, 2014, p.11). O estudo do movimento passou a incluir as pessoas, atletas de diferentes modalidades e mais animais, além do cavalo. Com esta técnica, começava a ser desenhado o caminho para os produtos audiovisuais. "É possível tirar partido da persistência da visão, caso se apresente uma sequência de imagens (paradas) a uma velocidade suficientemente elevada, que deve ser superior ao que se designa por frequência de fusão." (Ribeiro, 2007, p.142). O mundo ainda não sabia ao certo o que estava para vir, novas pesquisas e experiências iam sendo feitas na esperança de obterem algo novo. Thomas Edison juntamente com William Dickson, desenvolveram "o filme de celulóide e um aparelho para a visão individual de filmes chamado cinetoscópio." (Campos, 2012, p.6). Muito diferente daquilo que é o cinema agora e de todo "ritual" que o envolve: sala de cinema, companhia, um grande ecrã, bom som, pipocas e bebida. Os próximos grandes nomes que viriam marcar a história do cinema seriam os irmãos Lumière, "é a eles e ao seu cinematógrafo que, pelo menos simbolicamente, se deve a fortuna da sétima arte." (Nogueira, 2014, p.12). Este novo dispositivo funcionava como máquina de filmar e projetor do material realizado. É a 28 de Dezembro de 1885 que nasce o cinema com a primeira sessão paga, onde foram apresentadas 10 curtas-metragens. Segundo o "Manual do Cinema V" de Nogueira (2014), há uma lenda sobre esta invenção dos irmãos: no dia da exibição recusaram a proposta de compra de Georges Méliès, porque a família Lumière não tinha planos no futuro para o cinematógrafo. Porém, este evento viria a revelar-se um marco importante na história do audiovisual. "Considerado o criador do espetáculo cinematográfico, o francês Georges Méliès foi o primeiro a encaminhar o novo invento no rumo da fantasia, transformando a fotografia animada, de divertimento que era, em meio de expressão artística." (Nogueira, 2014, p.6). Méliès ficou realmente conhecido pelos seus truques e efeitos especiais no mundo do cinema. Creio que foi ele que levou o lado mais divertido e imaginário até ao cinema. A partir deste momento, o cinema e a produção de conteúdos audiovisuais foi sempre a crescer. Já no nosso país, foi Aurélio da Paz dos Reis que projetou os primeiros filmes em novembro de 1896 na cidade do Porto (Campos, 2012, p.28). Infelizmente o cinema português nunca teve

os apoios necessários para uma evolução notória. Porém, vários cineastas nacionais tentaram, e continuam a tentar, atrair pessoas até ao cinema português. Muitas vezes temos a sensação que os filmes portugueses fazem mais sucesso no estrangeiro do que no próprio país. É preciso dar a volta a esta situação, apostando desde cedo na formação e no apoio das carreiras dos jovens cineastas. Abrir a mente do público português e mostrar que aquilo que é nacional também é bom.

Apesar da pirataria presente na indústria cinematográfica prejudicar, em muito, os lucros da área, o cinema irá sempre existir. Todo o ambiente que o cinema proporciona para uma sessão de cinema é pensado para dar ao espectador a sensação que ele faz parte do filme. A grande tela, ou o mais recente IMAX (apenas em duas salas de cinema no nosso país), o 3D, o escuro da sala, o som e o som 3D (que se move em volta do espectador) e o 4D (com movimento e cheiro) fazem tudo parte da experiência que é ver um filme. Claramente que quem vê um filme de forma ilegal em casa, não tem acesso a estes recursos e, por isso, encara o filme que uma forma diferente de que se o visse numa sala de cinema. Por exemplo, um filme de ação numa sala 4DX têm um impacto completamente diferente no espectador do que visto em casa. Muitas das vezes, a nossa opinião no pós-filme é também influenciada pelos factores externos ao nosso redor, e não apenas pelo filme em si. Estas novas atualizações às salas são uma forma de atrair mais pessoas, na esperança de que nunca se perca o hábito e o gosto de ir às salas de cinema.

Agora de uma grande tela para a caixinha mágica. A televisão trata-se de um forte meio de comunicação presente em todo o mundo, sendo para alguns a sua única fonte de informação. Este dispositivo também é alvo das mudanças e evoluções desde o seu aparecimento. "(...) em finais dos anos 40 deixou de ser uma máquina de laboratório para entrar nas casas de milhões de pessoas. Os serviços de televisão permaneceram na fase experimental até ao fim da Segunda Guerra Mundial e começaram a desenvolver-se em finais dos anos 40(...)" (Fraiooli, 2002, p.50). As primeiras televisões apresentavam as imagens a preto e branco, num ecrã muito mais pequeno em comparação aos que estamos habituados nos dias de hoje. Contudo, foi uma novidade no mercado e era algo completamente inovador e atrativo. É certo que não assisti à chegada da televisão às casas das famílias, porém, sei pelas pessoas com mais idade na minha família, que a televisão foi ao princípio encarada com alguma estranheza. Afinal de contas, dentro daquela caixinha, estavam pessoas, objetos, animais e tantas outras coisas que não estavam na sua presença na sala de estar. O pequeno

televisor mostrava um mundo novo cheio de histórias para contar. Com o passar dos anos, a "caixinha mágica" passou a ganhar outras dimensões, apresentava-se significativamente maior e com mais cores. Hoje em dia temos televisões no mercado para todos os gostos, maiores e mais pequenas, do mais barato ao mais caro, do mais simples ao mais complexo, com internet, imagens 3D, entre outras funcionalidades. "Para D.Palmira, os serões em frente da televisão são sagrados. É, finalmente, a altura do dia em que pode relaxar" (Traquina, 1997, p11). É desta forma que começa o livro "Big Show Media" que retrata perfeitamente as famílias portuguesas e de como a televisão é encarada. Não se pode afirmar que isto aconteça em todas as famílias, principalmente agora com a popularização dos *smartphones* e *tablets* (como se fosse uma caixinha mágica mais pequena e mais solitária). Porém, creio que maior parte das famílias ainda se reúnem à volta da televisão para um bom serão, quer seja para ver o telejornal, a novela da noite ou um programa de entretenimento. A televisão, assim como o cinema, também se trata de uma indústria em constante evolução e expansão.

Na opinião de Traquina, "com a liberalização da atividade televisiva em Portugal, a nova era da televisão passou a ser marcada pela concorrência desenfreada pelas audiências entre os operadores, em particular, entre a, até então, hegemónica RTP (com os seus dois canais) e o primeiro e mais agressivo pretendente *challenger* - a SIC - liderada pelo grupo *multimedia* do antigo primeiro-ministro, Francisco Pinto Balsemão." (Traquina, 1997, p.59).

Tendo em conta apenas os quatro canais generalistas, em sinal aberto, disponíveis no nosso país (*RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*), há uma grande e variada oferta de programas para o público. Tal número cresce significativamente quando se contabiliza os canais disponíveis por cabo/fibra pelas operadoras. Neste caso, deixam de haver tantos canais generalistas, para haver canais com temas específicos. Por isso, é que atualmente, temos o mundo na caixinha mágica que está na nossa sala, desde a informação atual até ao entretenimento.

Além do cinema e da televisão, também há outros ecrãs que nos rodeiam durante o nosso dia-a-dia. Estes são também meios usados para transmitir, e até produzir, conteúdos audiovisuais. Os computadores, *tablets* e telemóveis são, atualmente, dos dispositivos mais utilizados em todo o mundo para a visualização de conteúdos. A sua portabilidade é um fator que joga a favor destes dispositivos. Produzir um vídeo tendo como meio principal um *smartphone*, pode melhorar a experiência do utilizador. Por exemplo, a visualização de um vídeo 360° torna-se mais atrativa e dinâmica num *smartphone* do que num computador. Uma vez que no telemóvel movemos o dispositivo para orientar a nossa visão, já no computador é

necessário usar as teclas para obter movimento. A experiência não tem o mesmo impacto. Esta associação do meio de comunicação com o conteúdo a ser mostrado, traz uma melhor compreensão da mensagem até ao espectador. Pois, além de recorrermos à imagem e ao som, utilizamos também o movimento e dominamos, de certa forma, o conteúdo audiovisual.

O ser humano interpreta a informação que recebe em simultâneo através dos cinco sentidos - a conjugação da visão, audição, tato, gosto e olfato permite identificar as características das situações em que nos inserimos, e tomar as decisões necessárias de forma inteligente. É, pois, inegável o valor do envolvimento de todos os sentidos de comunicação: a combinação sobretudo de informação visual, auditiva e táctil, permite enriquecer a mensagem e, por consequência, facilitar a absorção da informação e a interpretação do conteúdo da comunicação. (Ribeiro, 2007, p.1).

As formas e os meios de comunicação usados para a transmissão de mensagens estarão sempre em constante mudança e evolução. O objetivo principal será sempre o mesmo: passar ao espectador a mensagem desejada, despertar emoções e marcar a sua memória. Porém, há várias formas diferentes de o fazer, desde a conceção da mensagem até à transmissão pelos meios de comunicação. Consequentemente, umas mensagens tem mais sucesso que outras. Por isso, é que é tão importante estudar a forma como comunicamos e a quem comunicamos.

3. O ENCONTRO DAS PERSONAGENS - ESTÁGIO

3.1. A empresa *Olhares*

Tive a oportunidade de estagiar numa empresa conhecida por muitos portugueses e brasileiros que partilham a paixão pela fotografia - o *Olhares*. É sem dúvida uma plataforma que acolhe vários tipos de fotógrafos, desde os principiantes que apenas fazem fotografia por gosto até aos mais profissionais que partilham os seus trabalhos com quem os segue. Há uma diversidade de fotografias presentes em cada categoria que o *site* disponibiliza. Porém o *Olhares* não é só uma comunidade *online*. Os cursos de fotografia, os *workshops* e as palestras, reúnem as pessoas que partilham este gosto pela arte de fotografar. Há uma troca de aprendizagens e de experiências na comunidade.

O *Olhares* integra o maior grupo de comunicação social de Portugal, o *Grupo Impresa* que atua em diferentes meios (televisão, jornais, revistas, serviços *online*, entre outros). O Grupo encontra-se em quatro localizações do nosso país (Lisboa, Matosinhos, Paço de Arcos e Carnaxide), sendo que o *Olhares* está na Delegação Norte - Matosinhos. Lá é produzido todo conteúdo *online*, é prestada a ajuda a vários utilizadores e também onde ocorrem alguns dos cursos da *Academia Olhares*. No pequeno "aquário" (como lhe costumavam chamar), estava toda a equipa do *Olhares*, quatro elementos que reuniam esforços para gerir o melhor *site* de fotografia do país. Confesso que sempre pensei que seria precisa uma equipa maior para gerir o *site Olhares* e a *Academia Olhares*. Depois das primeiras semanas vi que não se tratava da quantidade, mas sim da qualidade de cada um deles. Apesar da equipa ter sofrido algumas alterações durante o meu estágio, o nível de excelência da empresa sempre se manteve. Novos objetivos foram traçados e novos percursos desenhados para conseguir sempre satisfazer o utilizador *online* e *offline*.

3.2. A história do *Olhares*

A empresa *Olhares* surgiu em 2003 através de três sócios que viram uma oportunidade de mercado, segundo Ângelo Valente, diretor de marketing do *Olhares*. Na altura não havia nenhum *site* em Portugal exclusivamente dedicado à fotografia, apenas fóruns com foco no tema. Posto isto, o *Olhares* vinha com o "objectivo de criar uma comunidade cibernauta que tivesse em comum o gosto pela fotografia e como horizonte a universalidade dos fotógrafos" (*Olhares*, 2007, p.2). Assim que ficou disponível na internet conquistou vários utilizadores que se renderam automaticamente ao *site* que lhes faltava. Como não havia nada igual direccionado para a comunidade de língua portuguesa, o *Olhares.com* foi o "ponto de encontro" de muito apaixonados pela fotografia de Portugal e do Brasil. A sua evolução permitiu o estabelecimento de parcerias com diversas entidades pela dinamização de muitas atividades presenciais para a comunidade (maratonas fotográficas, exposições, lançamento de livros, etc.). Em 2005 realizou-se o primeiro encontro offline com os fotógrafos presentes no *site*. Em 2008 a empresa é comprada parcialmente pelo *Grupo Impresa*, do conhecido empresário português Sr. Francisco Pinto Balsemão, e em 2013 o *Olhares* é comprado a 100%. Esta mudança trouxe mais visibilidade, mais dinâmica e mais oportunidades para a comunidade *Olhares*. Outro marco importante na sua história foi o lançamento da *Academia Olhares*, em 2010, com o objetivo de realizar formações *online* e presenciais disponíveis para todo o público. Desde então já formou mais de 5000 alunos e a procura continua a crescer.

Mais recentemente, em 2014, o *site* foi completamente remodelado. Agora está mais moderno, com um *design* mais bonito e dinâmico, mudou as suas cores características (preto e verde) para uma paleta de cores mais leve e suave. O logótipo acompanhou essa mudança, tanto de cor como de *lettering*. Na minha opinião esta transformação foi positiva. É certo que a transição foi um pouco difícil para os utilizadores mais antigos, porém foram dadas todas as ajudas necessárias recorrendo até a vídeos-tutoriais.

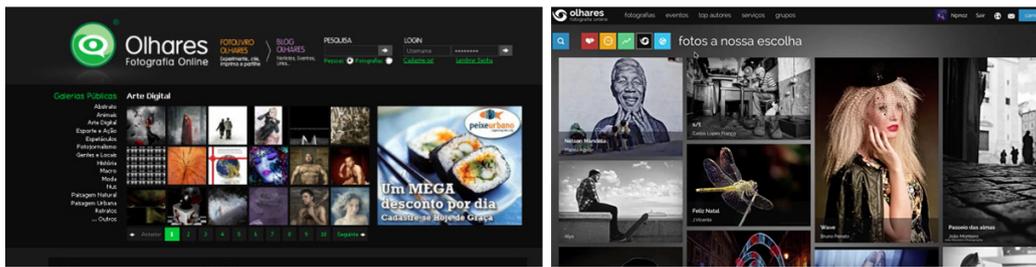


Figura 1: Screenshot Site Olhares antigo e o novo



Figura 2: Screenshot Logótipo do Olhares antigo e o novo

Durante os três meses em que estive presente na empresa, houve também mudanças internas. A primeira que ocorreu foi na equipa com a saída de um colega responsável pelo *site* e atendimento ao público (via telefone e e-mail). Com este acontecimento nasceu a necessidade de procurar alguém que o pudesse substituir. Depois de algum tempo e diversas entrevistas, entrou um novo colega para preencher o "buraco" que havia. A segunda aconteceu pouco tempo antes do meu estágio terminar, ocorreu a junção *Olhares/InfoPortugal*. Apesar desta união, as empresas continuam a ter as suas marcas em separado. Internamente, creio que só houve mudanças depois do meu estágio terminar. Todas estas mudanças e etapas alcançadas foram pensadas e realizadas para o melhor funcionamento da equipa e da comunidade. Contudo o principal foco do *site* continua o mesmo desde o início: reunir pessoas com o gosto pela fotografia.

Graças a todo o trabalho de equipa e a todos os que fazem parte do mundo *Olhares* que o *site* acolhe a maior comunidade de fotografia de língua portuguesa do mundo. Maior parte destes utilizadores acede a partir de Portugal e do Brasil. De seguida de Espanha, França, Suíça, Alemanha, E.U.A, México, Japão, Hong Kong, até Angola e Moçambique. O *site* conta com 310 000 membros e mais de 4 milhões de fotos carregadas. Faz parte do dia-a-dia

de muitas pessoas e é possível assistir ao surgimento e evolução de muitos fotógrafos que começaram apenas como principiantes nesta comunidade e que se tornaram profissionais nesta arte.

O meu primeiro contacto com o *site Olhares.com* aconteceu em 2007 (se não estou em erro), foi quando criei a minha primeira conta. Lembro-me perfeitamente do seu design antigo. Eu, que naquela altura não sabia metade do que sei hoje sobre esta arte, fotografava com uma câmara fotográfica compacta dos meus pais e editava as fotografias com o programa *Picasa*. Esperava ansiosamente pelo feedback dos utilizadores enquanto admirava magníficos trabalhos presentes no *site*. Achei engraçado o facto de me lembrar de alguns fotógrafos daquele tempo e de anos depois cruzar-me com os perfis deles durante o estágio. Com o passar do tempo estabeleci outras prioridades e a paixão pela fotografia ficou em "pausa". Retomei ao *Olhares* passado alguns anos, quando já estava na universidade, desta vez com uma nova conta. A paixão pela fotografia tinha voltado com mais intensidade. Como se não bastasse já ter criado duas contas, ainda tive uma terceira, mas esta apenas usada no estágio. Mal sabia eu, quando criei a minha primeira conta, que um dia iria fazer parte da equipa do *Olhares*. O mundo é realmente pequeno (e ainda bem!).

Quando surgiu este *site* dedicado à fotografia, fez realmente a diferença no nosso país. Com o passar do tempo começaram a chegar os brasileiros com a mesma paixão pela fotografia. O *Olhares* é hoje a maior comunidade de fotografia *online* em língua portuguesa. É certo que é um *site* feito pelos seus utilizadores, mas sempre com um controlo por parte da equipa. É também a companhia de muitos, um *hobby* ou até um refúgio, nota-se isso quando se faz atendimento aos utilizadores. O *Olhares* já viu o nascimento de muitos fotógrafos, o crescimento e aperfeiçoamento de tantos outros. Já tem muita "história no seu livro", mas acredito que terá ainda muita mais para escrever.

3.3. A equipa

Como já disse anteriormente, sempre pensei que o *Olhares* teria por trás uma vasta equipa dedicada à empresa. Uma vez que funciona *online* (através do *site* e alguns cursos) e *offline* (pela academia, workshops e encontros), exige muito trabalho e dedicação por parte das pessoas que constituem a empresa. Quando cheguei a Matosinhos, no meu primeiro dia

de estágio, foi-me apresentada a equipa constituída por quatro elementos. Naquele dia faltava apenas o Diretor Geral João Tacanho. Apresento abaixo a equipa hierarquizada:



Figura 3: Equipa Olhares

O Diretor Geral estava presente apenas dois dias por semana na Delegação Norte. Nesse tempo dedicava-se ao *Olhares* e à *InfoPortugal*, empresas que tem a seu cargo. Pelo seu tempo ser escasso, nunca reuni com ele, nem no início nem no fim do estágio. Porém sempre se mostrou muito prestável. De seguida encontram-se os quatro elementos da equipa que mais me acompanharam neste percurso. Do lado esquerdo estão os responsáveis pelo *site* e do lado direito pela Academia. Vou fazer uma breve apresentação de cada um:

Ângelo Valente é diretor de marketing no *Olhares* (mais recentemente da *InfoPortugal* também) e foi o meu orientador de estágio. Logo no meu primeiro dia mostrou-me toda a empresa, desde o *Expresso* até à *InfoPortugal*. Pediu-me que fizesse trabalho de pesquisa sobre a história do *Olhares*, o funcionamento do *site* e dos cursos *online* e *offline* da Academia. Desta forma ficaria a conhecer melhor a empresa que me iria acompanhar nos três meses. Na mesma "equipa do *site*" estava Gaspar Pereira, que acabou por sair da empresa antes do final do ano. Os dois realizavam toda a gestão necessária do *site*, redes sociais, apoio ao usuário (via e-mail, telefone e mensagem), a divulgação dos cursos e workshops, a seleção das fotografias da semana e do mês, a criação de *newsletters*, entre outras tarefas. Com a saída do Gaspar, surgiu a necessidade de procurar alguém que o pudesse substituir. Após algumas entrevistas acabou por integrar na equipa o Christopher Marques, em estágio profissional.

Do lado direito está a "equipa da academia". Sónia Lopes é a responsável pela contabilidade da empresa, pela organização dos cursos presenciais, pelo apoio aos utilizadores dos cursos *online* e *offline* e também pelo atendimento ao cliente via telefone. Durante os três meses do meu estágio sempre se mostrou pronta para me ajudar e dar a sua opinião (que por sinal era bastante exigente e minuciosa graças ao seu olho clínico). Com ela aprendi, sem dúvida, a melhorar todos os trabalhos realizados e estar atenta ao mínimo pormenor. Por fim, o fotógrafo Daniel Camacho. No que diz respeito à academia, era um dos formadores de alguns dos cursos presenciais, ajudava também os utilizadores do *site*, na escolha das fotos da semana e do mês e na elaboração de algumas *reviews* de material fotográfico. Juntos tinham a *Academia Olhares* nas suas mãos.

Foram estes quatro elementos que encontrei no *Olhares*, os que acompanharam o meu percurso durante os meus três meses de estágio. Depois desse tempo percebi que é a união da equipa que faz com que o *site* continue a ser uma referência na fotografia *online*. Apesar de serem poucos, e mesmo assim ainda se dividirem em duas equipas, *site* e academia, conseguem fazer um excelente trabalho. O *Olhares* é uma empresa pequena, integrada num grande grupo é certo, o que não quer dizer que seja tudo mais fácil. O *Grupo Impresa* trouxe novas oportunidades e mudanças ao *Olhares*, mas todos os dias é preciso manter a qualidade na comunidade. Para se "ser muito" é preciso trabalhar muito.

3.4. Entender o olhares.com

"Fotografa, Partilha, Evolui

Mostra o teu trabalho na maior comunidade de fotografia em língua portuguesa e aprende com outros fotógrafos" (em *Olhares.com*)

Para uma melhor compreensão do *Olhares* e de toda a sua oferta, irei fazer uma breve "tour" pelo *site* e pelas mais importantes funcionalidades que dispõe.

3.4.1. "Carrega as tuas fotos"



Figura 4: Screenshot Olhares.com

O *Olhares* é feito pelos utilizadores da comunidade. São eles que preenchem o *site* com as mais variadíssimas fotografias. Não é preciso ser fotógrafo profissional para usar o *site*, basta ter a paixão por esta arte. É extremamente fácil criar uma conta e começar a usar o *Olhares.com*. Depois deste passo existem vários planos que o usuário pode escolher: Gratuito; *Silver* (18€/ano); *Gold* (24€/ano) e *Platinum* (59€/ano). Todos estes planos apresentam algumas diferenças entre si. Isto possibilita o utilizador de escolher aquele que melhor se adequa às suas necessidades. Há também a possibilidade de fazer o seu portfólio através do *Olhares*. Desta forma, cada fotógrafo consegue mostrar o seu trabalho a outras pessoas ou empresas.

Assim que se cria um conta, o *Olhares* oferece dez créditos na conta gratuita. "Os créditos podem ser usados como moeda de troca em outras áreas/funcionalidades do *site*, nomeadamente para colocar as fotos em destaque garantido que esta é visualizada quando um autor clica em "Mais Recentes" (*Olhares.com*). Os créditos podem ser comprados em *packs* ou obtidos sempre que uma foto é selecionada para Nossa Escolha, na subscrição de um plano pago ou então ao convidar dez amigos para o *Olhares*. Tudo isto provoca "uma bola de neve", quantos mais créditos, mais vezes as fotografias estarão em destaque, mais visualizações e mais reconhecimento.

Outra funcionalidade do *Olhares*, também para motivar todos os utilizadores, são os galardões. É possível ganhar galardões em fotografias ou galardões do autor. Apesar de não ser o único fator em conta, os galardões contam na classificação do Top Autores (que explicarei já de seguida). Assim sendo os galardões disponíveis para conquista são: Foto do mês; Foto da semana; A nossa escolha; 250 partilhas; 5000 visitas; 250 comentários; 100 favoritas; *Tags* (acontece quando o autor tem 75% do total das suas fotografias preenchidas com quatro tags, no mínimo, relacionadas com a fotografia); Excelência (50 fotografias com mais de 900 lúmens cada); Regularidade (aceder ao *site* e fazer uma ação -carregar um foto, votar, comentar- todos os dias). A conquista de todos os galardões não é obrigatório para

ganhar o Top Autores, mas continuam a ter uma grande influência na pontuação do autor. Este "concurso" decorre todos os anos, de Janeiro a Dezembro, com um prémio de 2500€ para material fotográfico e a oportunidade de expor o seu trabalho numa galeria.

O *Olhares* vai mais além de um simples *site* onde podemos carregar as nossas fotografias. Ele adapta-se ao que nós pretendemos dele. Podemos usá-lo com um hobby ou de forma mais profissional. Para algumas pessoas o *Olhares* é uma companhia, um refugio do dia-a-dia. Tornou-se num meio de comunicação onde podem partilhar a sua alegria, fotos de família, dos netos, das flores de casa. Mas por outro lado, mostram também a sua dor através de uma fotografia e de um texto cheio de sentimento. A comunidade acolhe, dá as palavras certas nos momentos certos. Estão ali com uma paixão em comum, gostam de ajudar o próximo fazendo críticas construtivas. Alguns até gostam de conviver fora do *online*. Não é só um simples *site* de fotografia, é muito mais que isso.

3.4.2. "Explora e participa"



Figura 5: Screenshot Olhares.com

Quando decidimos colocar as nossas fotografias no *site*, ou mesmo quando queremos explorar com um tema específico, podemos aceder às categorias presentes. No *Olhares.com* temos 15 categorias diferentes de fotografias: "Abstrato, Animais, Arte Digital, Desporto e Ação, Espetáculos, Fotojornalismo, Gastronomia, Gentes e Locais, História, Macro, Moda, Nus, Paisagem Natural, Paisagem Urbana e Retratos". Para aquelas fotografias que parecem não se encaixar em nenhum destes temas, há também os "Outros". Obviamente que isto facilita a pesquisa de fotografias no *site*, tornando-a mais objetiva, rápida e eficaz. Além desta divisão, mais direcionada para o tema das fotografias, existem outras quatro categorias no *site*: Fotos Populares, Fotos Recentes, Em Ascensão e Nossa Escolha. Começando pela primeira apresentada, "as *Fotos Populares*, são as que dão as boas-vindas aos visitantes. Assim que decidimos explorar no *site* aparecem as fotografias com a pontuação mais alta naquele

momento. Entram nesta categoria apenas as melhores de todas as fotos" (*Olhares.com*). "Em Ascensão chegam aquelas que provocaram interação nas últimas 24 horas. Podemos encará-las como "fotos promessa"". (*Olhares.com*). A *nossa Escolha*, tal como o nome indica, são escolhidas pela equipa *Olhares*. Por fim, as *Recentes* são todas as novas fotografias que ainda não obtiveram pontuação suficiente ou qualidade para serem destacadas nas outras categorias. Depois de absorver toda esta informação, podemos traçar um percurso de uma fotografia no *Olhares.com*: "A foto é carregada, entra na categoria Recentes, se chegar aos 500 lúmens passa para as fotos Em Ascensão, se chegar aos 900 lúmens passa para as fotos Populares. Poderá ser ainda considerada Nossa Escolha, Foto da Semana ou Foto do Mês, os galardões máximos do *Olhares*." (*Olhares.com*). Claramente que nem todas as fotografias fazem este percurso, por variadas razões muitas nem chegam aos 500lm.

Para que nesta comunidade de fotógrafos haja a partilha de conhecimentos, de críticas construtivas e de palavras de motivação, os utilizadores podem comentar as fotografias uns dos outros. Podem também fazer um "gosto" e favoritar a foto de algum autor. Isto cria uma interação entre os fotógrafos e um ambiente de aprendizagem e crescimento. Depois de ter a sua fotografia carregada no *site*, disponível para o feedback da comunidade, há também a pontuação em lúmens. "As fotografias são pontuadas de 0 a 1000 e os pontos são chamados de lúmens (lm na foto). Decidimos chamar lúmens aos pontos, porque 1 lúmen é a unidade de medida do fluxo luminoso e a fotografia não existe sem luz." (*Olhares.com*). Os lúmens conseguem medir o nível de interação de uma fotografia nas últimas 24 horas. Se um autor partilhar a sua fotografia nas redes sociais ou se a puser em destaque no *site*, mais interação ela terá, maior será o número de lúmens.

Em questões de compras e vendas, o *Olhares* faz de intermediário nos dois tipos de negócio. A primeira trata-se da venda de fotografias disponível no *site*. Apesar de em todas as fotografias seja possível encontrar o carrinho de compras, não significa que estejam todas à venda. Apenas alguns autores se dispõem a vender as suas fotografias. "Todo o processo de venda será mediado pela *VMI-Corbis* em conjunto com o autor da foto. As margens do negócio podem variar consoante a finalidade com que a fotografia vai ser utilizada (publicidade, trabalhos escolares, uso particular, etc...)" (*Olhares.com*). Juntamente com o licenciamento e venda de fotografia, há os classificados. Nesta secção os anunciantes podem vender o seu material fotográfico (apenas produtos). "O *Olhares* não tem acesso ou controlo sobre os artigos comunicados nos anúncios nem se envolve ou participa na transação efetiva entre

comprador / contratante e vendedor." (*Olhares.com*). Assim sendo, o *Olhares* apenas funciona como meio de divulgação/procura de venda de material fotográfico.

Como se pode constatar, o *Olhares* não é apenas um *site* na internet onde podemos publicar as nossas fotografias. Não funciona como um arquivo de fotos. Depois de carregar o seu trabalho, o autor pode traçar objectivos e tentar alcançá-los. Uma fotografia seleccionada pela equipa é um grande privilégio e motivo de orgulho. Partilhar conhecimentos e começar novas amizades com base na fotografia são acontecimentos usuais no *site*.

3.4.3. "Aprende fotografia"



Figura 6: Screenshot *Olhares.com*

Muitas pessoas que chegam ao *Olhares.com*, já têm dentro de si a paixão pela fotografia. Alguns já têm cursos sobre a base da fotografia, outros trabalham mesmo na área. Porém há outro tipo de utilizadores que começam muito "verdes" neste meio e que desenvolvem o gosto por esta arte. São muitas dessas pessoas que procuram cursos para começar na fotografia. A *Academia Olhares* tem cursos *online* e presenciais para satisfazer as necessidades do público. Para os cursos *online* há a opção do curso de fotografia (básico ou intermediário), mas também curso de *Photoshop* (básico ou avançado). Creio que os brasileiros são o público que mais recorre aos cursos *online*. Já os cursos presenciais percorrem Portugal Continental de norte a sul, sendo mais usual sessões no Porto e Lisboa. Nos cursos e *workshops* presenciais há uma maior variedade de oferta, também por serem os que tem mais procura. Cursos como o de iniciação à fotografia (mais teórico) e o de fotografia prático estão sempre a decorrer todos os meses e sempre com pessoas interessadas. Depois há cursos/workshops com objetivos específicos: Retrato/Autorretrato; Fotografia Noturna; *Photoshop*; Marketing Digital para Fotógrafos e Fotografia de Rua Especial Natal. A *Academia Olhares* tem vários cursos aos dispor do público e é certificada pelo Sistema Nacional de Qualificações em Portugal. Tive oportunidade de assistir e filmar um curso de iniciação à

fotografia, com o formador Daniel Camacho nas instalações do grupo em Matosinhos. Apesar de ter sido uma turma pequena (nos meses de inverno é mais difícil as pessoas saírem de casa) houve muita interação no grupo e muita vontade de aprender sobre fotografia.

Não é só nos cursos do *Olhares* que se pode aprender mais sobre esta arte. No *Blog Olhares* há publicações todos os dias, com dicas para fotografar, datas de exposições importantes e muitas curiosidades sobre câmaras e a história da fotografia. As melhores fotografias do Desafio Temático, Fotos da Semana e do Mês também são possíveis de consultar no *Blog*. Uma vez que o *site* é "feito" pelos utilizadores (e para eles também), o *Blog* é uma forma da equipa dar o seu "lado", transmitir o seu conhecimento e as suas dicas.

3.5. Estágio no *Olhares*

O estágio curricular no *Olhares* iniciou a 20 de Outubro de 2014 e acabou a 20 de Janeiro de 2015. Inicialmente foi discutida a hipótese de estagiar na *InfoPortugal*, empresa dedicada a conteúdos digitais e soluções tecnológicas de geolocalização. Recordo-me de ter efectuado uma pesquisa sobre a empresa antes da entrevista do estágio, pois não a conhecia na altura. A entrevista foi realizada pela Carolina Rodrigues, da *InfoPortugal*, e pelo Ângelo Valente, do *Olhares*. Nesse dia percebi que afinal iria fazer parte da equipa *Olhares* nos próximos três meses. Não sei como teria sido o estágio caso fosse na *InfoPortugal*. Posso apenas afirmar que teria uma equipa excelente ao meu redor, porque apesar de não estar na equipa deles, sempre foram muito simpáticos e prestáveis comigo. Uma vez que a equipa da *InfoPortugal* ficava "mesmo ao lado", podia recorrer à ajuda deles quando precisava.

O *Olhares* foi a empresa que me acolheu. Como já disse anteriormente, eu já tinha conhecimento do *site* e de como funcionava. O estágio curricular iria unir duas áreas que gosto muito: o audiovisual e a fotografia. Ao entrar para o *Olhares* senti que ia aprender mais sobre fotografia. A convivência com fotos de todo o mundo, todos os dias, iria ensinar-me a distinguir vários níveis de qualidade. Com certeza que adquiri uma nova forma de avaliar uma imagem e a mensagem que ela transmite. Obtive mais conhecimento na área sem dúvida alguma. Finalmente iria ter a oportunidade de ver o "backstage" do mais famoso *site* de fotografia *online* em Portugal. Ver quem são e como trabalham. Conhecer as mudanças que ocorreram no *site* desde que o vi pela primeira vez até agora. Saber quais eram os objectivos futuros para a empresa. Entender como vive um *site* feito pelos seus utilizadores e que

problemas isto traz. O mundo da fotografia iria estar presente naqueles três meses. Com a minha chegada senti que iria pôr os meus conhecimentos, adquiridos na universidade, em prol da fotografia. De alguma maneira teria que unir o audiovisual e a fotografia. Tentar fazer um óptimo trabalho, aliando o conhecimento à paixão. Ao início foi algo que me amedrontou, esta união de áreas. Numas coisas são muito diferentes, e noutras muito iguais. Uma é estática, na outra predomina o movimento. Ambas são visuais e transmitem uma mensagem. "Vivem" perfeitamente uma sem a outra, mas podem "viver juntas". Seria a primeira vez que me iria enfrentar com esta "relação". Obviamente estava curiosa sobre os projetos que iriam surgir. Sabia que durante esses três meses não ia fazer apenas vídeos, nem trabalhos com fotografias. Tinha que enfrentar todos os objetivos que me propusessem. Havia dias em que a criatividade tinha espaço e tempo para surgir, e outros dias em que era preciso sair da zona de conforto e encarar outras tarefas. Antes de chegar ao *Olhares* não sabia o que me esperava, nem o que a empresa esperava de uma estagiária. Sabia dos meus objectivos, que queria aprender mais, conhecer novas técnicas e apurar os meus conhecimentos. Sabia também que ia entrar no "grande" Grupo Impresa, nem que fosse apenas por três meses. Iria conhecer uma parte do *Grupo Impresa* na Delegação Norte e de como funcionava internamente. Sabia que me esperavam as viagens Barcelos-Matosinhos todos os dias e desejava que valessem a pena. Iria integrar numa grande empresa e vivenciar o seu ambiente. Criei expectativas, delineei metas e encarei a oportunidade com positivismo.

Irei de seguida falar um pouco sobre algumas das tarefas que realizei durante o meu período de estágio na empresa *Olhares*. Primeiramente pelos projetos de *foto-vídeo* e de seguida por outro género de trabalhos.

3.5.1. *Fotografia audiovisual no estágio curricular*

Os *foto-vídeos* (vídeos com fotografias) foram o tipo de projeto mais frequente no meu estágio. Esta união da fotografia com o vídeo aconteceu, para mim, quando integrei no *Olhares*. Na empresa dominava a fotografia, e da minha parte o audiovisual. Obviamente que esta relação das áreas já ocorreu no passado, em diversas situações com diferentes objectivos. Mas para mim foi no meu primeiro dia de estágio. É neste tema que se debruça este relatório de estágio muito devido aos projetos realizados.

O desafio principal que tive durante o meu estágio curricular foi arranjar uma forma de publicitar o *site Olhares* e os autores presentes no *site*, usando as fotografias dos mesmos, na televisão, exposições e redes sociais. Certamente que haveria diferentes hipóteses para este desafio, porém a escolha foi associar a fotografia com o vídeo (incluindo som e movimento), dando origem aos *foto-vídeos*. Há formas diferentes de se observar uma fotografia, depende sobretudo dos gostos de cada um: há aqueles que a preferem ver na forma tradicional, a folhear o álbum de fotos e sentir toda a nostalgia envolvente; outros gostam de vê-las em exposição e levar o tempo necessário para a interpretação de cada uma; devido aos tempos que se vivem, muitos guardam as fotografias em formato digital para serem vistas no computador, televisão e até mesmo nas modernas molduras digitais; muitas fotografias não saem nem do *smartphone*, por isso estão sempre à disposição de serem revistas e partilhadas com quem quisermos; mais frequente na atualidade, graças às aplicações dos telemóveis, muitas fotografias são integradas num *slideshow* ganhando movimento e som. O *site Olhares* está recheado de grandes fotógrafos, com uma diversidade enorme de fotografias que satisfazem todos os gostos. É possível passar horas e horas a explorar o *site*, a ver e analisar os diferentes trabalhos nas categorias existentes. Dentro de cada categoria pode-se organizar as fotografias pelas mais populares, por aquelas que têm mais lúmens e pelas mais recentes. Depois de entrar nesta comunidade torna-se fácil "viciar" neste mundo, dar a conhecer o nosso trabalho e ver o dos outros. Para muitos o *Olhares* é uma companhia, um refúgio e um entretenimento. Quando o coração já está conquistado e a paixão pela fotografia aumenta a cada dia, é custoso deixar este cantinho da internet. A satisfação do cliente é uma prioridade no *Olhares*, afinal é o utilizador que o alimenta com fotografias. Para que esta comunidade cresça é necessário apresentar e publicitar o *Olhares* nos diferentes meios disponíveis. Tal coisa poderia ser feita de várias maneiras, neste caso a solução passou pela criação de conteúdo audiovisual, em que na parte visual o foco seriam as fotografias provenientes do *site* com a adição das legendas necessárias, os movimentos e efeitos visuais, e na parte áudio a adição de uma "banda sonora" adequada ao género de fotografias. Um simples *slideshow* cumpria com os requisitos básicos pedidos, porém seria simples demais para uma entidade como o *Olhares* apresentar aos seus fotógrafos. Era necessário fazer além disso de forma a cativar o público e roubar a sua atenção nem que fosse apenas por um minuto. De certa forma era preciso dar a conhecer o *Olhares* a mais

peçoas, valorizar os trabalhos dos fotógrafos da comunidade e conquistar futuros utilizadores do *site* e dos cursos disponíveis pela *Academia Olhares*.



Figura 7: Publicação no facebook do *Olhares* sobre a exposição no *El Corte Inglés*

No segundo dia de estágio surgiu o primeiro projeto que contemplava a junção da fotografia com o audiovisual. Realizou-se uma exposição de fotografias no *El Cort Inglés* e era necessário complementar essa exposição com algo mais interativo e dinâmico. A solução passava por criar um slide-show com várias fotografias dos autores do *Olhares*, onde elas ganhavam movimento e áudio para acompanhar. Este projeto será o único em que o resultado pode ser chamado de *slideshow*. A sua realização teve que iniciar e acabar no mesmo dia, tinha que ser um trabalho feito com rapidez e eficácia. Contudo, não recorri a nenhum *software*/aplicação que fizesse todo o trabalho sozinho. As fotografias e a música foram escolhidas por mim, introduzidas no *After Effects* com a descrição do nome da fotografia e do autor. Obviamente que neste projeto os elementos intervenientes tiveram que ser escolhidos de forma mais rápida e, por isso, talvez não tão pensada. O *slideshow* foi entregue no final do dia para complementar a exposição no dia seguinte. No mesmo espaço estavam então reunidas duas formas diferentes de observar a fotografia: na sua forma mais tradicional (estática e silenciosa) e de outra forma mais moderna e atual nos dias de hoje (móvel e sonora). Apesar de não ter sido um projeto com tempo para planeamento e investigação, foi o primeiro onde a fotografia incorporou o vídeo no estágio.

3.5.1.1. Os primeiros

Os três primeiros *foto-vídeos* foram:



Figura 8: Intro dos vídeos

Foi-me proposto realizar um vídeo que reunisse algumas fotos, à minha escolha, da *Galeria Sapo* presente no *site*. O resultado foram estes três vídeos apresentados como três versões diferentes ao solicitado. Além do tema e das fotos, o que muda são os movimentos e efeitos utilizados em cada um deles. No canal do *Youtube* do *Olhares* é possível ver estes vídeos, porém o único que se mantém original à sua primeira versão é o "Galeria Meio Ambiente", os outros dois foram modificados e novamente publicados (pode se constatar isso logo pela ilustração acima). Os foto-vídeos encontram-se disponíveis no DVD ANEXO 1.

O seu conteúdo

Os vídeos são constituídos por fotografias presentes na categoria *Galerias Sapo* do *site Olhares*. Esta parte está dividida por diferentes temas, na sua maioria relativos a dias comemorativos, onde aloja algumas fotografias que se enquadram na temática. Neste caso foram usadas as categorias relativas aos castelos, meio ambiente e do dia mundial da fotografia.

Objetivos

O principal objetivo deste projeto era dar a conhecer o *Olhares* nas redes sociais e alguns dos trabalhos que ele contém. Para aqueles que já pertencem à comunidade de fotografia, foi uma forma de visualizar algumas das fotografias de uma forma diferente do que estavam habituados. Foram feitas três versões diferentes com também três temas diferentes

da *Galeria Sapo*. O *foto-vídeo* "Galeria Meio Ambiente" foi sofrendo alterações até ao final do meu estágio, pois tinha como finalidade preencher "buracos" na grelha da programação da *SIC* e por isso o primeiro vídeo não foi substituído no *Youtube*. No DVD ANEXO 1 encontram-se disponíveis duas versões deste *foto-vídeo*: a primeira e a última versão.

Efeitos visuais



Figura 9: Screenshots do vídeo "Galeria Meio Ambiente"

O *foto-vídeo* "Galeria Meio Ambiente" começa com uma intro de tons mais escuros, o logo branco do *Olhares* e por baixo a frase que caracteriza o *site*: "A maior comunidade de fotografia em português no mundo". Nos vídeos públicos da conta de *Youtube* do *Olhares*, este é o único vídeo (dos que fiz) que não começa com a animação do logo em azul. Contempla dez fotografias devidamente identificadas pelo título e nome do autor. Durante a exibição de cada foto o único movimento existente é das legendas. A transição entre as fotos relembra as antigas projeções de vídeo com a adição de uns filtros que as alteram ligeiramente. O *foto-vídeo* acaba novamente com cores contrastantes (preto e branco), com a indicação do *site* do *Olhares*, do nome e autor da música e da edição. Como disse anteriormente, este é o único vídeo, destes três, que continua original à sua primeira versão. Apesar de ter sido o vídeo que mais modificações foi sofrendo ao longo do meu estágio, o seu "resultado final" nunca chegou a ser (re)publicado. A "base" deste *foto-vídeo* (a forma como

as fotografias são apresentadas com as transições contendo uns filtros e a animação das legendas) foi bem aceita pela equipa e usada em vários vídeos que surgiram depois.



Figura 10: Screenshots do foto-vídeo "Dia Mundial da Fotografia"

Avaliando agora o segundo *foto-vídeo* deste projeto, "Dia mundial da Fotografia", é possível ver através do *screenshot* que o logótipo do *Olhares* já surge de forma diferente. Desta vez o *foto-vídeo* inicia com a animação do logo, não foi realizada por mim, apenas a incorporei no vídeo, bem como em todos os seguintes trabalhos. Como o logo apresenta tons azuis juntamente com um fundo acinzentado, manteve-se essa linha para a colocação do título e dos créditos finais. Tal como o anterior, este também reúne dez fotografias presentes no *site*, nomeadamente na *Galeria Sapo* "Dia Mundial da Fotografia". Desta vez a animação que ocorre durante a exibição das imagens é somente na fotografia, contrariamente ao vídeo anterior que era na legenda. As fotografias realizam movimentos horizontais ou verticais de forma a mostrar da melhor forma a imagem completa. As transições entre elas são realizadas com recurso a uma linha branca que "atravessa" a fotografia anterior e ao mesmo tempo revela a fotografia seguinte, tal como podemos ver no terceiro quadrado do *screenshot*. Como em todos os outros vídeos, o logótipo do *Olhares* está sempre presente num dos cantos superiores, desta vez foi colocado do lado direito. No final mantêm a mesma paleta de cores inicial e o mesmo estilo de letra com os créditos, de seguir foi acrescentado a frase "Uma produção de" antecedida pela animação do logo do *Olhares*.



Figura 11: Screenshots do vídeo "Castelos de Portugal"

O último *foto-vídeo*, deste primeiro projeto, foi o "Castelos de Portugal", uma vez mais com fotografias presentes na *Galeria Sapo* do *site Olhares*. Tal como o *foto-vídeo* anterior, os primeiros minutos contam com a animação do logótipo do *Olhares* e com a introdução, em forma de texto, indicando o tema do *foto-vídeo*. Tal como disse anteriormente, o objectivo destes três *foto-vídeos* passava por mostrar três formas diferentes de fazer um trabalho que mostrasse dez fotografias presentes no *site*. A mudança mais evidente ocorre na exibição das imagens, no movimentos que elas ganham e a como passam de uma para outra. Para o vídeo com os "Castelos de Portugal" decidi fazer como se tratasse de um livro e fosse possível assistir ao gesto de "folhear" enquanto se viam as imagens. Esse próprio gesto, que hoje em dia caiu em desuso, conseguiu adequar-se muito bem a este *foto-vídeo* com apenas imagens de castelos, conciliando assim dois aspectos mais antigos.

Contrariamente ao que acontece nos dois *foto-vídeos* anteriores, em que existe um animação na legenda ou na própria fotografia, este último apresenta-se de uma forma mais estática durante a exibição de cada foto. Posto isto, as transições entre elas são o ponto-chave no decorrer da apresentação das dez imagens, o movimento de "virar a página" como se pode ver no *screenshot* acima. Já no final do vídeo, mantem a mesma cor de fundo e tipo de letra inicial, fazendo referência ao *site* do *Olhares*, ao autor da música e editor de vídeo.

3.5.1.2. 2014 em vídeo

Com o ano de 2014 a chegar ao fim, surgiu a ideia de juntar mais uma vez a fotografia com o audiovisual. Como era a primeira vez que o *Olhares* recebia uma estagiária da área de audiovisual e multimédia, os projetos de *foto-vídeo* foram muito frequentes durante os três meses que lá estive (até é possível ver isso numa rápida análise à conta de *Youtube* do *Olhares*). Para se conseguir fazer um resumo de todo o ano do *Olhares*, recorri novamente ao formato de *foto-vídeo*. No DVD ANEXO 2 encontram-se dois vídeos deste projeto: "Calendário Julho, Agosto e Setembro", como exemplo dos *foto-vídeos* "Fotos da semana" e "Calendário do ano" como exemplo dos *foto-vídeos* "Fotos do mês".

O seu conteúdo



Figura 12: Screenshots dos vídeos "Fotos da semana" e "Fotos do mês"

No *Olhares.com* os utilizadores podem publicar as suas fotografias, receber o feedback de toda a comunidade e também da equipa que trabalha por trás do *site*. Assim sendo, a cada semana é eleita "a foto da semana", que nada mais é que a melhor fotografia colocada naquela semana eleita pela equipa e também "a foto do mês", normalmente escolhida entre as fotos das semanas de determinado mês. Posto isto, os *foto-vídeos* com as fotos das semanas foram divididos em quatro (cada um contempla fotos da semana de três meses) e um *foto-vídeo* com as 12 fotos do mês.

Objetivos

O objectivo principal deste projeto era obter uma forma de reunir as 52 fotografias da semana e as 12 fotografias do mês com os respetivos títulos e nomes de autor de uma

maneira rápida e simples para o público ver. Os *foto-videos* tiveram maior enfoque nos utilizadores das redes sociais: principalmente no *Facebook*, um grande meio de comunicação nos dias de hoje; *Twitter*, pela simplicidade que caracteriza este microblogue e no *Youtube*, por se tratar da maior plataforma de vídeo. Desta forma conseguimos chegar àqueles que já seguem o *Olhares* e já fazem parte da comunidade, a familiares e amigos dos autores das fotografias, mas também ao público em geral que poderá vir a participar um dia no *site*.



Figura 13: Publicações do *Olhares* no *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*

É natural que no final de cada ano se realize uma retrospectiva ao ano que decorreu, relembrar o que aconteceu de positivo e o que não resultou tão bem. Os cinco *foto-videos* deste projeto funcionaram como uma viagem no tempo para relembrar os melhores trabalhos publicados em 2014 no *site*, de Janeiro a Dezembro, todas as semanas e durante os 12 meses houve uma fotografia que se destacou no *site*. Obviamente que os autores sentem que o seu trabalho foi reconhecido pela equipa e pela comunidade quando veem a sua fotografia em grande destaque no *site*, porém 2014 viram também em vídeo no final do ano.

Efeitos visuais



Figura 14: Screenshots vídeos "Fotos da semana" e "Fotos do mês"

Para a realização destes *foto-videos* era necessário transportar o espetador a uma viagem fotográfica ao longo do ano, para isso idealizei um álbum/calendário, ou seja, um álbum com fotografias mas divididas por datas. Nos outros projetos a seleção das fotografias sempre foi feita por mim e pela equipa do *Olhares*, mas nestes vídeos essa seleção já estava feita, o que trouxe um pequeno problema no caminho: os tamanhos das fotografias eram diferentes. Isso implicaria arranjar uma forma que garantisse uma boa leitura das fotografias, tantos verticais como horizontais, ao espetador. Foi com esse objetivo que decidi colocar as fotografias, durante alguns segundos, em grande plano, sem nada à sua volta para não atrapalhar a sua leitura e, de seguida, diminuindo de tamanho para encaixarem no álbum/calendário. O design realizado foi uma linha mais simples, apenas com a semana ou o mês em causa, o nome da fotografia e do autor e, obviamente, a própria fotografia. No topo foi também colocado o logótipo do *Olhares* e "ano 2014".



Figura 15: Screenshots do video "Fotos da semana 2014 - Abril, Maio

Em termos de animação e movimento, como já foi referido acima, para que todas as fotografias proporcionassem uma boa leitura para o espetador foram colocadas de forma a preencher a tela (sendo que este factor depende do tamanho da fotografia), de seguida estas diminuem de tamanho para encaixar no álbum/calendário. Na passagem de uma foto da semana/mês para outra, há também uma subtil animação: a ideia nesta transição foi o "fechar do calendário", a semana ou mês que já passou para dar lugar a uma nova fotografia.

Este projeto foi algo inovador no *Olhares*, foi uma nova forma de ver e rever as fotografias que protagonizaram mais um ano de excelentes trabalhos na comunidade. Estes cinco *foto-videos* são a prova como a fotografia se pode servir do audiovisual para se mostrar. Todas as semanas e todos os anos são selecionadas novas fotografias que estão à disposição dos utilizadores numa secção especial do *site*. Porém, creio que nem todos os utilizadores recorram a essa secção para relembrar as fotografias selecionadas, menos provável ainda aqueles que não fazem parte da comunidade. Os *foto-videos* revelaram-se numa boa maneira

de chegar a todo o público e, em menos de dois minutos, disponibilizar algumas das fotografias que marcaram o ano. Serviu também como um meio para atrair novas visitas para o *site* e redes sociais da empresa, tornando-se também como uma forma de publicidade.

3.5.1.3. Categorias do *Olhares*

Depois dos *foto-vídeos* da *Galeria Sapo* e das fotografias da semana e do mês de 2014, foi-me pedido para realizar uma "coleção" de *foto-vídeos* do *Olhares*. Ao todo foram 15 *foto-vídeos* correspondentes às 15 categorias de fotografia: Abstrato; Animais; Arte Digital; Desporto e Ação; Espetáculos; Fotojornalismo; Gastronomia; Gentes e Locais; História; Macro; Moda; Nus; Paisagem Natural; Paisagem Urbana; Retratos. Na minha opinião foi uma forma diferente e agradável de apresentar algumas das fotografias que cada categoria possui.

Já depois do meu estágio ter acabado, creio que um destes vídeos foi enviado para a *TAP* como proposta para passarem em algumas viagens. Fiz as modificações pedidas pela equipa para tal propósito. Outro ponto importante também foi que um dos projetos serviu como base para mais vídeos. Para isso tive que explicar alguns passos e pormenores importantes acerca do projeto em *After Effects* a um elemento da equipa. Posto isto, este trabalho não ficou só por estes 15 *foto-vídeos*, foi também usado para trabalhos futuros. Agrada-me saber que o meu trabalho deu frutos mesmo depois de eu ter saído da empresa. No DVD ANEXO 2, encontram-se os vídeos "Animais", "Retratos", "Paisagem Urbana" como exemplos dos *foto-vídeos* deste projeto.

O seu conteúdo

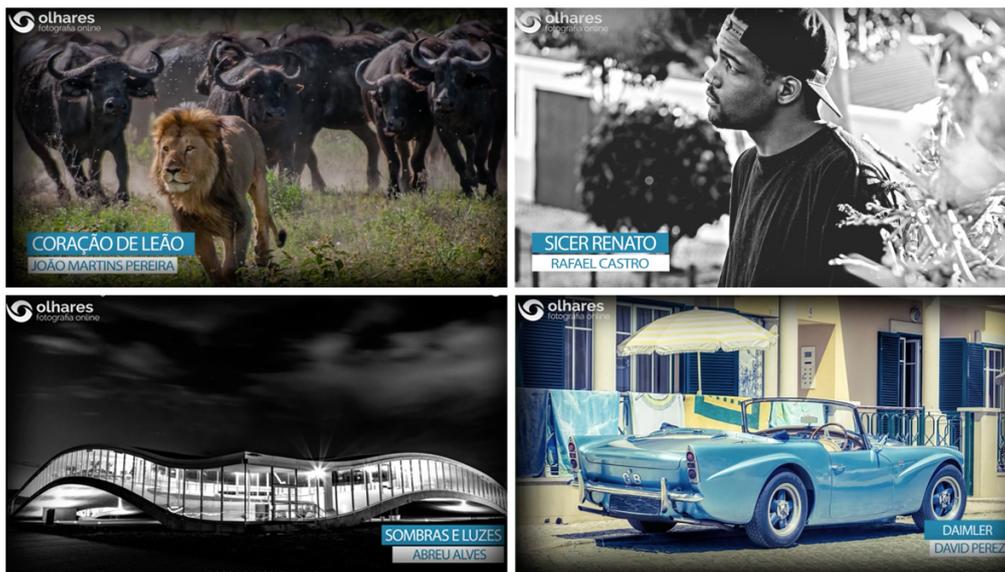


Figura 16: Screenshots de algumas fotografias dos foto-videos

Cada *foto-vídeo* tinha um tema diferente, tal como as categorias de fotografias no *Olhares.com*. Para cada um foram escolhidas dez fotografias. Estas tinham que ser atuais, atrativas e com "sucesso" no *site*. Todas foram escolhidas por mim, passando depois pela aprovação do resto da equipa. Ocorreram algumas alterações no que diz respeito a esse aspeto, mesmo depois do meu estágio ter acabado, que eu prontamente fiz e enviei.

Objetivos

Tal como os *foto-vídeos* anteriores, o objetivo principal destes 15 *foto-vídeos* era publicitar o *site Olhares* a alguns dos trabalhos dos autores. Claramente que hoje em dia as redes sociais são um forte meio de comunicação para o fazer. Uma vez que estas se "enchem" facilmente de novas informações, é importante ser-se moderno, atrativo e rápido a transmitir a nossa mensagem. Ver uma galeria de apenas dez fotografias pode ser pouco atrativo, podemos até passar à frente e nem ver nenhuma. Ou (se as virmos) ser aborrecido e monótono, já que temos que estar sempre a carregar no teclado para ver a próxima fotografia. Se for um vídeo de aproximadamente um minuto, até podemos ficar interessados a clicar no *play*. Traz mais comodidade ao utilizador e torna-se em algo mais agradável de ver. Foi sobretudo com esses objetivos em mente que estes 15 vídeos foram criados. Certamente que

nem toda a gente conhece o *Olhares* e todas as diferentes categorias de fotografias que possuiu. Os *foto-videos* foram uma forma rápida e eficaz de dar a conhecer o *site* e algumas das fotografias presentes nele. Aqueles autores que tinham uma fotografia sua num *foto-video*, partilharam-no nas suas redes sociais para que a família e os amigos vissem o reconhecimento do seu trabalho. Desta forma também muitas pessoas viram e conheceram o *Olhares.com*.

Efeitos Visuais

Tal como todos os outros *foto-videos*, este também começa como o logótipo da empresa *Olhares*. De seguida é possível visualizar o *site*, mais propriamente na categoria referente ao *foto-video* em questão. Não se trata de uma exibição estática do *site*, é mostrada como se fosse uma navegação do utilizador. Chega a um certo ponto que é feito um close-up a uma dessas fotografias presentes na página da categoria.

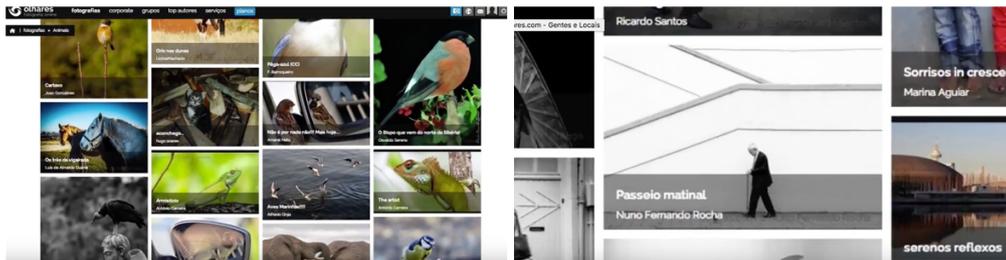


Figura 17: Screenshots foto-video com a navegação no *site* e o close-up

Aqui começa a apresentação das dez fotografias com o nome da fotografia e do autor. Para este projeto foi usado o mesmo género de animação que no *foto-video* "Galeria Meio Ambiente". Por este ter sido o "melhor" *foto-video* daqueles três e por ser aquele que teve sempre em constantes melhoramentos, foi o escolhido para servir como base neste projeto. Em termos de animação de legenda e transições entre fotografias é igual ao já descrito em cima (3.5.1.1. - Efeitos visuais - *Galeria Meio Ambiente*). Relativamente à música, cada *foto-video* teve a sua respetiva música tendo em conta o tema presente em cada um. No final, retorna o plano com a navegação no *Olhares.com* e a ficha técnica do lado direito. Nela constam os nomes do Diretor Geral, Coordenador, Edição, nome da música e a referência ao *site*. Já nos últimos segundos, o *foto-video* termina com o logótipo do *Olhares*.

Na minha opinião este foi o projeto mais importante no meu estágio curricular, foi também aquele que mais rapidamente associei ao tema do meu relatório. Vejo estes 15 *foto-vídeos* como uma "série com 15 episódios". Em cada um deles acontece uma história diferente, umas vezes na "Paisagem Natural", outras com "Gentes e Locais". Tem sempre dez personagens principais, que muito aprenderam e batalharam para conseguirem estar ali. Cada um desses dez transmite um significado diferente ao tema daquela história, nenhum deles é igual. Quinze temas. Quinze histórias. Cento e cinquenta personagens principais. O facto destes *foto-vídeos* terem sido mostrados como exibição do trabalho do *Olhares* e de como este se pode promover com a ajuda do vídeo, traz uma maior importância a estes 15 *foto-vídeos*. Todo este projeto teve mais que um propósito em mente. Espero que continuem a ser usados pela empresa no futuro.

3.5.2. Outros vídeos

Nem todos os vídeos realizados durante o meu estágio no *Olhares* foram *foto-vídeos*. Houve também vídeos sobre fotografia, sem ter fotografias. Irei agora falar sobre esses outros vídeos planeados e os concretizados.

3.5.2.1. Os vídeos planeados

Infelizmente houve dois vídeos que não saíram do papel: o vídeo viral e o vídeo institucional. Os dois são ideias completamente opostas, com objetivos e conteúdo diferentes. Foram solicitados aos mesmo tempo, bem antes do meu estágio acabar, mas infelizmente não foi possível realizá-los.

Começando pelo primeiro, o vídeo viral. A ideia era realizar um vídeo curto, com uma excelente ideia e que se tornasse viral. Com isto, o vídeo do *Olhares* seria "espalhado" por todas as redes sociais e mais pessoas iriam conhecer e seguir a empresa. Qualquer que fosse o resultado, seria impossível afirmar que aquele vídeo iria andar "na boca do mundo". Muitos dos vídeos virais com mais sucesso foram realizados sem guião ou planeamento. Realizei uma pesquisa para descobrir os vídeos virais mais recentes e aqueles que tinham feito mais sucesso. Procurei também conhecer técnicas de marketing e publicidade para ter em atenção aspectos importantes a fazer e os que tinha de evitar. Muitos vídeos que se tornaram virais

eram "caseiros", filmados com o telemóvel no momento certo à hora certa. Vídeos 100% genuínos onde nada foi pensado ou provocado. Outros exemplos que encontrei foram publicidades virais a determinado produto/serviço. Nestes exemplos foi, certamente, tudo pensado ao pormenor, desde a equipa de marketing até à equipa de edição de vídeo. Ora, no meu caso eu teria de assumir todos esses papéis e tomar as melhores decisões. O melhor caminho seria realizar uma mistura das duas versões e encontrar um meio-termo entre o vídeo "caseiro" e a publicidade viral. Depois de toda a pesquisa feita, foi tempo de planear as diferentes ideias que iam surgindo. Contudo, havia limitações a ter em conta, tais como material de produção (apenas dispunha da minha câmara *DSRL*), personagens e locais. Apesar destes obstáculos, o projeto seguiu em frente. Numa primeira fase (e última, infelizmente) decidi escrever as minhas ideias "possíveis" no papel de um modo geral. Posteriormente a ideia selecionada iria ser aprofundada com um guião mais detalhado de toda a ação (o que não aconteceu). Entreguei então um documento contendo quatro ideias para o vídeo viral. Cada uma tinha uma descrição do que seria o vídeo e um guião geral da ação. Esperei que me fosse dado o feedback por parte da equipa sobre as ideias. Os dias foram passando e novos trabalhos passaram à frente. Contudo espero que se um dia o *Olhares* quiser realizar um vídeo deste género, que recorra às minhas ideias.

O outro vídeo que também não saiu do papel e bem diferente do anterior foi o vídeo institucional. A ideia era realizar um vídeo que falasse sobre a empresa, a sua história, o que faz, como faz e quem o faz. Este seria apenas para uso interno (no *Grupo Impresa*). Como exemplo do pretendido, forneceram-me o vídeo institucional da *InfoPortugal*. Vi-o e reví-o, muitas vezes, para tirar notas dos aspectos importantes que deveria ter também o vídeo do *Olhares*. Para não ficar apenas com aquela informação, realizei pesquisas na internet sobre este género de vídeos. Consegui ver diferentes abordagens feitas noutras empresas e características importantes a ter em conta. Neste caso descrevi duas ideias diferentes para este projeto. Obviamente que as informações presentes no vídeo seriam iguais, pois tratava-se de fatos sobre a empresa. Isso nunca poderia ser alterado. As duas ideias diferem na forma como é apresentada a informação. Numa seria um vídeo mais simples, com imagens da empresa no exterior e interior, uma *voz off* a acompanhar, os elementos da equipa a falar sobre o *Olhares* e o que fazem para que ele cresça de dia para dia. Esta versão seria do mesmo género que o vídeo da *InfoPortugal* que me foi mostrado. Já na segunda versão haveria a incorporação de uma *timeline* para "ajudar" a contar a história do *Olhares*. A ideia

era "realizar uma viagem" na *timeline* e em cada ponto importante haveria um vídeo. Em cada um deles entrava um elemento da equipa a falar sobre o determinado momento. Creio que eram duas formas diferentes, para fazer o vídeo institucional, que funcionariam. Tal como aconteceu com o vídeo viral, este também não saiu desta primeira fase, não tendo havido nenhum feedback por parte da equipa. Gostava de ter visto estes projetos concretizados, acredito que me iriam colocar desafios pelo caminho com os quais iria aprender. Contudo, é compreensível que estas situações aconteçam nas empresas. Foram tempos de algumas mudanças internas na equipa e nem sempre havia tempo/disponibilidade para discutir alguns assuntos.

3.5.2.2. Review FujiFilm

Devido à parceria que a *Fujifilm Portugal* tem com o *Olhares*, foi cedida à empresa uma câmara *Fujifilm X100T* para testar. O objetivo era realizar um vídeo mostrando as características desta câmara, os seus pontos fortes e os pontos fracos. Essa *review* seria feita pelo fotógrafo, e integrante da equipa *Olhares*, Daniel Camacho. Numa primeira fase e para facilitar algum trabalho posterior, foi-me pedido para fazer uma pesquisa sobre a *X100T*, com preferência das escritas/faladas em português. Uma vez que a câmara era recente em Portugal, tal tarefa não foi fácil. Havia muitas mais *reviews* em inglês do que em português. Reuni num documento *PDF* alguns *links* com opiniões sobre a câmara em português, mas também *links* de artigos e vídeos em inglês para enviar ao fotógrafo Daniel. Depois desta tarefa finalizada, tive que fazer o mesmo para mais quatro câmaras e duas objetivas da *Fujifilm*. Passado algumas semanas e depois do fotógrafo Daniel ter executado os seus próprios testes à câmara, estava tudo pronto para se gravar a *review* em vídeo. Este projeto foi um pouco difícil de realizar devido à falta do material necessário e às condições existentes. As filmagens foram realizadas com a minha Canon *DSLR* e não havia um microfone de lapela para emprestar ao *Olhares*. Infelizmente também não poderia usar um do ICS, pois estava encerrado para férias de natal. A solução passou por usar uma aplicação do meu telemóvel. Os espaços disponíveis para gravar não eram os melhores em termos de luz. Também não havia luzes artificiais para colmatar esta falta. Apesar de todos estes contratemplos o vídeo foi gravado e editado. Tenho noção que o resultado poderia ter sido melhor se houvesse mais meios disponíveis. No DVD ANEXO 2 encontra-se o vídeo da *review* *Fujifilm*.

O seu conteúdo

O vídeo conta com a presença do fotógrafo Daniel expondo a sua opinião sobre a câmara *Fujifilm X100T*. Num primeiro momento há a apresentação da câmara, o seu modelo e as suas características mais importantes. De seguida são expostos, na opinião dos fotógrafos, os pontos positivos e os pontos negativos da câmara e da sua utilização. No final são exibidas algumas fotografias capturadas pela *X100T* e a conclusão da *review* da câmara.

Objetivos

Hoje em dia, quando pretendemos comprar algum tipo de equipamento, procuramos toda a informação na internet. No *site* oficial do revendedor para sabermos todas as características do produto. Porém, a opinião verdadeira de pessoas que já compraram e testaram o equipamento tem mais peso na decisão de compra. Neste caso a opinião parte de uma empresa da área da fotografia e de um fotógrafo profissional. Desta forma, aquelas pessoas que pesquisariam sobre a câmara *Fujifilm X100T* iriam descobrir este vídeo e conhecer o *Olhares*.

Efeitos Visuais

Além do habitual logótipo inicial do *Olhares* para iniciar o vídeo, de seguida vem a apresentação da *X100T* feita pela *Fujifilm* (está referido no vídeo). O vídeo começa com um plano do fotógrafo Daniel a apresentar a *X100T*. Decidi usar o lado direito do vídeo para exibir imagens da câmara, mostrando até a versão Silver e a Black. Após essa introdução, começa a *review* da câmara com os pontos positivos e negativos. Durante esta análise, os planos são feitos com a câmara à mão, em movimento e sempre com a voz off a acompanhar.

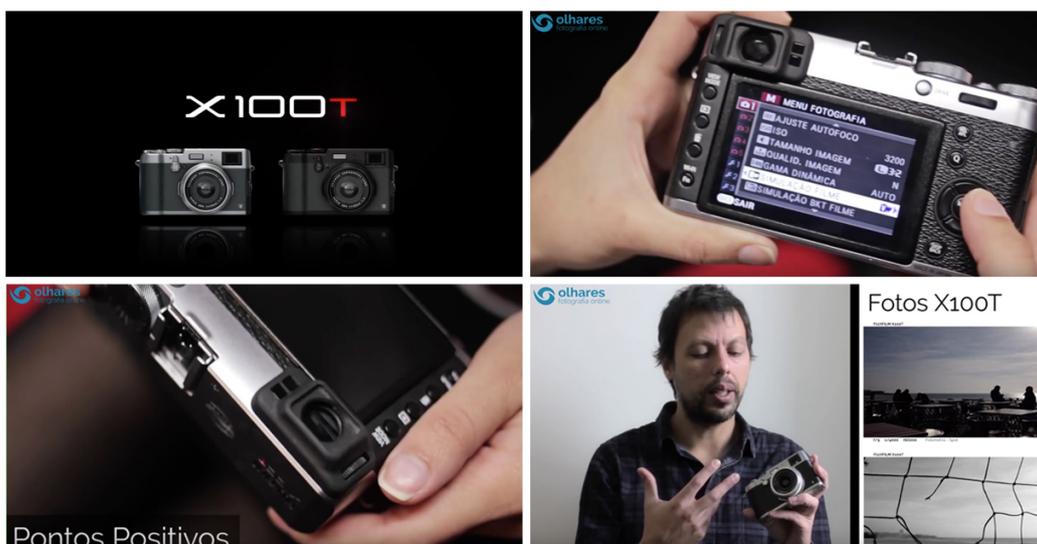


Figura 18: Screenshots video *Review* Fujifilm

No final, volta o mesmo plano inicial com o fotógrafo Daniel. Do lado direito do ecrã podemos ver algumas fotografias captadas pelas *X100T* durante os testes feitos. Na minha opinião este formato resultou bem, na medida em que continuamos a acompanhar o que é dito e vemos as fotografias ao mesmo tempo. A *review* da câmara foi publicada nas redes sociais, inclusive em grupos de utilizadores da marca *Fujifilm*.

3.5.2.3. Curso de iniciação à fotografia

Desde o início do estágio curricular que estava definido que iria fazer um vídeo para publicitar o curso de fotografia. A *Academia Olhares* tem diversos cursos em muitos sítios do país. Aquele que tem mais procura é o curso de iniciação à fotografia por muitos que querem dar os primeiros passos neste mundo. Por isso é aquele que ocorre com mais frequência, principalmente no Porto e em Lisboa. Tive a oportunidade de assistir a dois cursos de iniciação à fotografia com o formador Daniel Camacho. No primeiro foi para perceber como funcionava o curso, que atividades eram realizadas pelos alunos e que dinâmica havia durante as aulas. No segundo foi quando efetivamente filmei o curso.

O seu conteúdo

O vídeo conta com imagens captadas durante um curso de iniciação à fotografia da *Academia Olhares*. O curso teve lugar nas instalações do *Grupo Impresa* no Porto, com exceção do último dia que ocorreu nas ruas de Matosinhos. Durante o vídeo há algumas frases-chave para informar o espectador e, de certa forma, o convencer a frequentar um curso.

Objetivos

O objetivo principal deste vídeo era dar a conhecer ao público a *Academia Olhares* e, nomeadamente, o curso de iniciação à fotografia. Ao visualizar o vídeo, o espetador já pode ter uma ideia de como é e o que se faz durante este curso. Muito provavelmente incentivou alguns a começar neste mundo da fotografia ou simplesmente a apurar conhecimentos já adquiridos.

Efeitos Visuais



Figura 19: Screenshots do vídeo Curso de Iniciação à Fotografia

No que diz respeito a efeitos visuais, este vídeo está muito simples. Tal como é possível ver na imagem acima, foram apenas apontamentos de texto que foram adicionados na pós-produção. O primeiro surge no início do vídeo, para informar o espectador do tema do mesmo. Depois, ao longo do vídeo, surgem algumas frases-chave informativas, mas também como um incentivo ao espetador para experimentar o curso. No final é referido o local (na internet) onde podem ser encontradas mais informações sobre os cursos. No DVD ANEXO 2, encontra-se o vídeo promocional do curso de iniciação à fotografia.

3.5.3. Outras tarefas

Não foram apenas os vídeos que fizeram parte do meu trabalho no estágio curricular. Assim que era necessário fazia outro género de tarefas para ajudar a equipa. Na época no natal e do ano novo realizei as imagens para colocar nas redes sociais e na newsletter do *Olhares* referentes às duas festividades. Optei sempre por fazer mais que uma versão, entregava entre três a cinco imagens diferentes. Apesar de só ser precisa uma, dava a opção de escolha à equipa e a possibilidade de guardarem as outras para o próximo ano. Na ilustração ao lado é possível ver uma publicidade do *Olhares* no *Facebook* na época natalícia. Ajudava também na caixa de e-mails do *Olhares* quando era necessário. Muitas pessoas recorrem ao e-mail para fazer questões sobre os cursos da *Academia* ou até mesmo dúvidas sobre alguma ferramenta do *site*.



Figura 20: Screenshot da publicidade na página de Facebook do *Olhares*

Chegava aos três dígitos o número da caixa de entrada. Por fim, ajudava também no que fosse necessário nas preparações para a rubrica do *Olhares* no *Curto Circuito* da *SIC Radical*. Quinzenalmente o *Olhares* tinha uma rubrica de fotografia no programa que era realizada por *Skype*. Esta parceria começou durante o meu estágio e para assinalar o arranque da rubrica, Ângelo Valente e Sónia Lopes foram entrevistados no *Curto Circuito* na *SIC* em Carnaxide. Quando me questionaram se os queria acompanhar até Lisboa, respondi prontamente que sim. A "visita de estudo" até aos estúdios da *SIC* para ver a realização de um programa em direto foi uma ótima experiência para mim. A oportunidade de estágio curricular leva o estagiário a integrar numa equipa. Numa boa equipa há entreajuda entre os elementos. Creio que consegui sempre ajudar a minha equipa nestes três meses quando foi necessário.

3.6. Reflexão sobre a experiência de estágio

Quando iniciei o segundo ano do Mestrado ansiava por adquirir mais experiência, dominar mais técnicas, conhecer novas ferramentas e apurar os meus conhecimentos adquiridos no primeiro ano. Queria enfrentar novos desafios e realizar trabalhos que nunca tinha feito antes. Desejava fazer parte de uma grande empresa, as expectativas eram muitas tendo em conta os protocolos que a Universidade do Minho tem com certas empresas. Assim que tive acesso à lista das empresas propostas, soube exatamente para quais gostava de ir estagiar. A minha primeira opção foi a *SIC*, de seguida a *Krypton Films* e, por último, a *Plural Entertainment*. Quando nos foi pedido para escrever uma carta de motivação para entregar às empresas, decidi escrever quatro cartas, uma para cada empresa referida acima e outra "carta geral". A ansiedade por saber o meu local de estágio crescia com o passar do tempo. Porém, no final das contas, não fui acolhida por nenhuma destas empresas. Sendo a minha primeira opção a *SIC*, e uma vez que eles não estavam disponíveis na época para receber estagiários de audiovisual e multimédia, o meu processo foi enviado para os recursos humanos do *Grupo Impresa*. De seguida, enviado para a *InfoPortugal*. Após a primeira reunião, com um elemento da *InfoPortugal* e outro do *Olhares*, ficou aberta a hipótese de durante aqueles três meses ser orientada pelas duas empresas. Ambas faziam parte do *Grupo Impresa* e encontravam-se ao lado uma da outra. O estágio acabou por se centralizar apenas na empresa *Olhares*, pois pouco depois da minha chegada, entrou um novo estagiário para a *InfoPortugal*.

O primeiro dia na empresa foi para conhecer e estudar o *Olhares*, quem fazia parte da equipa, quais as suas tarefas, como funcionava o *site* e o que fazia a *Academia Olhares*. Conheci também as restantes empresas presentes na Delegação Norte do *Grupo Impresa*. Senti-me muito bem recebida por toda a equipa. Estava ansiosa pelos três meses que me esperavam, cheios de desafios e aprendizagens.

Após este período de estágio posso afirmar que balanço é positivo. O estágio curricular proporcionou-me a integração numa grande empresa. Conheci um ambiente profissional onde a troca de ideias e a opinião de todos era importante para a evolução da empresa. Aprendi a ouvir a opinião e as críticas referentes ao meu trabalho, levando-as sempre em consideração para melhorar os projetos. Tornei-me mais atenta aos pormenores e

aos gostos do público-alvo. Tive de aprender a resolver os problemas e a encontrar soluções. Tive que ter rigor na pontualidade. Aprendi também que muitas vezes é necessário sacrificar algo para o bem da empresa e do nosso trabalho. Naqueles três meses senti que fazia parte de algo, de uma equipa que lutava todos os dias para ser mais e melhor. Refleti sobre fotografia e o seu papel no mundo atualmente. Também sobre a importância de valorizar os bons fotógrafos e os bons trabalhos. Constatei que querer não é poder. Aprendi a aprender. Aprendi que o estudo nunca acaba e que nunca sabes demais. Conheci diferentes realidades, diferentes formas de pensar e agir. Encontrei companheirismo, solidariedade e um espírito de entreajuda. Aprendi que o teu máximo é o mínimo que podes dar. Apurei o meu gosto pela fotografia e cresceu a vontade de fotografar.

Foram três meses de trabalho com o audiovisual e a fotografia. Como já disse anteriormente, são áreas de que gosto muito e que quero sempre aprender mais. Aperfeiçoei a minha parte prática com os trabalhos, sobretudo no *Adobe Premiere*, *Adobe After Effects* e *Adobe Photoshop*. Criei novos formatos de vídeo nunca antes utilizados pelo *Olhares*. Em novos projetos, criei e apresentei mais que uma versão do trabalho. Apliquei técnicas aprendidas durante o primeiro ano do Mestrado e pesquisei por novas ferramentas na internet. Com o passar do tempo, fiquei cada vez mais atenta aos pormenores dos meus trabalhos. Aprendi que tenho que realizar os projetos ao meu gosto, mas principalmente ao gosto do espetador final. Encontrei um equilíbrio entre o vídeo e a fotografia. Tentei escapar à "monotonia" recorrente em projetos que juntam o vídeo com a fotografia. Decidi inovar em prol do *Olhares* e dos seus utilizadores. Trabalhei a minha criatividade e planeamento de novas ideias e projetos. Aprendi mais sobre fotografia, a sua história e os seus diferentes usos hoje em dia.

Integrei uma equipa fantástica com excelentes pessoas. Apesar de não trabalhar com eles, conheci também alguns elementos da *InfoPortugal* que sempre foram muito simpáticos e atenciosos comigo. Conheci uma parte do Grupo *Impresa* e tive o prazer de ver o Sr. Doutor Pinto Balsemão.

4. A UNIÃO DAS PERSONAGENS

4.1. Apresentação da questão

Creio que a questão esteve presente desde o início do meu estágio, mesmo antes do primeiro dia. Sem me aperceber sobre isso, a junção da componente audiovisual (no caso, eu) com a fotografia (o *Olhares*) começou assim que foi decidido o local e a data de início desta última fase do mestrado. Como disse anteriormente, já conhecia o *site* há alguns anos, sabia como funcionava e quais eram os objetivos daqueles que lá estavam. Desde nova sempre tive aquela curiosidade pela fotografia, gostava de ver e de as interpretar, tentava tirar boas fotografias (no meu entender na altura), experimentava vários géneros diferentes, houve até uma altura em que só apreciava fotografias a preto e branco. Apesar do gosto por esta área, nunca houve a oportunidade de aprofundar o conhecimento com um curso e obter uma componente mais teórica, por isso continuava a ser uma simples apreciadora e exploradora deste mundo. Com o passar do tempo confesso que fui deixando a fotografia um pouco à parte, tirava fotografias apenas em eventos importantes e pouco mais. Quando surgiu a possibilidade de estagiar no *Olhares* foi como se todo o sentimento que tinha à um tempo atrás sobre a fotografia voltasse naquele momento. Sabia que iria aprender nos próximos três meses tudo aquilo que sempre quis saber de fotografia e que iria conseguir aplicar os meus conhecimentos na área da comunicação, do audiovisual e de multimédia. Julgo que foi nesse momento que aconteceu a junção da fotografia com o audiovisual, sem eu ter dado por isso.

Se iniciei este estágio com receio do possível choque entre a fotografia (que era o meio que iria integrar) e o audiovisual (que era do meu conhecimento), no final dos três meses percebi que eu própria iria ser o elo de ligação dessas duas áreas durante o período de estágio. Apesar de ter realizado outro género de tarefas, a verdade é que os vídeos compostos por fotografias como forma de publicitar o *site* foi o "claro vencedor". Após a análise e reflexão de todos os trabalhos realizados no estágio curricular e feita uma primeira pesquisa da junção destas áreas, percebi que ela acontece em diversos cenários e com objetivos diferentes.

Algumas questões foram surgindo no decorrer da pesquisa:

- Que medidas a fotografia tem que tomar para se conseguir adaptar nos dias de hoje?

- Poderá a fotografia usar o audiovisual como meio de se publicitar? Em que casos isto acontece?
- Numa época em que as tecnologias se apresentam mais móveis, mais dinâmicas e atrativas, qual será a importância da fotografia, que tem pelo seu lado o estático e o silêncio?
- Esta junção já ocorreu no passado? E na atualidade, como é feita?
- Como é que um *site* que vive da fotografia se mantém atual e interessante?
- Como é que os produtos audiovisuais se podem servir da fotografia/imagem fixa?

Depois de toda a experiência de estágio, da reflexão dos trabalhos realizados, do aparecimento deste tema e de uma primeira pesquisa, comecei por escrever uma história mentalmente que deu origem à estrutura base deste relatório. Tudo começa na era analógica em que a fotografia e o audiovisual eram dois mundos com o seu tipo de linguagem, o seu meio e público alvo bem definidos e que não se misturavam. Por isso é que foi importante começar com a história destas duas áreas e como elas funcionavam (e ainda funcionam) em separado. De seguida a conexão das áreas que surge para mim com o começo do estágio e com os desafios que me propuseram. Analisar os trabalhos que realizei, como e com que objetivos foram feitos. No final, decidi questionar pessoas que trabalham na área e ter em conta os seus pontos de vista. Não só relativamente à junção das áreas, mas também sobre a fotografia e o vídeo separadamente. Incluí também a análise de outros trabalhos resultantes desta junção em diferentes épocas: um exemplo onde o audiovisual vai à procura das características da fotografia e outro onde ocorre a situação contrária. Importante também referir a distância temporal que separa estes dois exemplos.

A sociedade sempre foi habituada a encarar a fotografia e o audiovisual como duas áreas distintas. Já foi visto anteriormente que o são, porém há muitos fatores que as unem. Nos dias de hoje são encaradas como dois meios de comunicação poderosos capazes de atuarem sozinhas ou em conjunto. Quando estas áreas "unem forças", a mensagem pode ter maior impacto no espetador, uma vez que ele não está habituado a esta junção. A serenidade de uma fotografia contrasta com a dinâmica de um produto audiovisual. Os trabalhos resultantes desta união podem ter diversas finalidades e serem aplicados em diferentes contextos. Podem ser em proveito da fotografia ou do vídeo, ou até de nenhum em específico. A mensagem também dependerá muito do contexto: de onde vem, como e para quem é. Nem

todos interpretamos da mesma forma uma fotografia, vídeo ou foto-vídeo. A opinião sobre estas áreas também é diferente de pessoa para pessoa.

4.2. Três pontos de vista

Sendo que era a primeira vez na minha caminhada académica que me cruzava com a fotografia e o audiovisual juntos, decidi que era importante receber a opinião de outras pessoas da área. Não só sobre a junção destas duas áreas, mas também sobre a posição da fotografia e do audiovisual nos dias de hoje. A visão de algum elemento da equipa do *Olhares* era importante para esta pesquisa, afinal foi lá que tudo começou. Posteriormente o ponto de vista de duas empresas: uma de fotografia e outra de vídeo. Desta forma estarão reunidas três perspetivas diferentes sobre a *fotografiaudiovisual* e sobre o papel destas áreas hoje em dia.

A entrevista realizada a Ângelo Valente foi através de e-mail, uma vez que não tinha possibilidades de voltar a Matosinhos naquela altura. Foi enviado um questionário estruturado com cinco questões de resposta aberta. Depois das mudanças que o *Olhares* passou e que ainda estava a passar, não queria fazer um questionário longo e maçador de responder. A escolha por perguntas de resposta aberta dá uma maior "liberdade" ao respondente. Desta forma pode expressar à sua vontade a sua opinião sobre os assuntos referidos.

Obviamente a primeira questão foi sobre a empresa *Olhares*. A ideia de um *site* de fotografia feito pelos seus utilizadores é arrojada e desafiante. Em 2003, quando surgiu o *site*, não havia nada semelhante no nosso país. Hoje temos vários *sites* onde podemos colocar as nossas fotografias. Confrontado com a hipótese do encerramento do *site Olhares.com*, Ângelo Valente afirmou que "deixaria de existir a principal referência digital em fotografia em língua portuguesa". É necessário incentivar a fotografia e a sua partilha, mas nas plataformas certas. As redes sociais tornaram-se no meio predileto de muitas pessoas para partilharem as suas fotografias. Aquilo que um dia foi raro e difícil de conseguir, hoje está por toda a parte. Será que a fotografia tem a mesma importância que há uns anos atrás? Ângelo Valente responde que "são importâncias diferentes. Hoje em dia a fotografia está mais massificada por causa da abundância dos dispositivos com câmara fotográfica, mas não deixou de ser vista como a 8.^a arte".

As tecnologias apresentam-se mais móveis, mais dinâmicas e mais rápidas e predomina a partilha do "aqui e agora". Face a isto, como é que a fotografia (que tem do seu

lado o estático, o silêncio e a reflexão) consegue manter a sua posição hoje em dia? "A fotografia artística manterá sempre a sua génese. Uma coisa são imagens, momento, outra são Fotografias". O *Facebook* (rede social), *Instagram* (rede social com foco na fotografia e vídeo) e *Snapchat* (aplicativo para publicação de fotografias e vídeos que ficam disponíveis apenas por 24 horas) vieram incentivar essa partilha de fotografias. Porém, tal como diz Ângelo Valente, são imagens do momento/instantâneos. A fotografia "artística" requer reflexão sobre o momento, sobre o clique. Este ato de pensar a fotografia foi-se perdendo com a evolução da tecnologia e do aparecimento das redes sociais.

Relativamente à junção da fotografia com o audiovisual, a questão começou por lembrar os tempos antigos. Quando a fotografia e o audiovisual se encontravam na era analógica, tinham cada uma bem definidas o seu género de linguagem, o seu meio e o seu público. Com a evolução das tecnologias estas linhas delimitadoras começaram a enfraquecer e passou a haver uma ligação e constante troca entre estes dois mundos. Questionado sobre esta interação e se era favorável à fotografia, Ângelo Valente diz que "A comunicação integrada e multiplataforma é uma tendência. A convergência de meios para atingir um fim também". Não se trata de favorecer uma área ou outra, mas sim de conjugar as duas a pensar no produto final. A junção das linguagens é benéfica para a transmissão da mensagem final de forma única e inovadora.

Por fim, uma pergunta que é comum a todas as entrevistas: "Imagine que neste instante precisa de "eternizar um momento", tem à sua disposição uma câmara de fotografar e uma câmara de filmar. Qual destas opções escolheria e porquê?" "Câmara de fotografar, porque implica mais consciência para captar o momento certo.", respondeu o diretor de marketing do *Olhares*. Sendo que gosta e trabalha diariamente com a fotografia, a sua resposta não poderia ser outra. A fotografia é um momento único e irrepetível. A opinião de Ângelo Valente foi importante, pois é a visão de um elemento da equipa do *Olhares*, de um diretor de marketing e de um entusiasta da fotografia. Desta forma, reúne conhecimentos e experiências capazes de responder a questões sobre a área.

Com a finalidade de obter uma perspectiva diferente, decidi procurar uma empresa no ramo audiovisual. Contactei a *QFilm*, uma produtora audiovisual situada em Barcelos que surgiu em 2009. Atua em diversas áreas, como a moda, institucional/empresarial, publicitário e eventos sociais. Promete "despertar no cliente/consumidor final fortes emoções". Afirmam que podiam "fazê-lo por palavras mas a única forma de transmitirmos a nossa paixão é

partilhando consigo o nosso mundo, curtos minutos repletos de emoção, onde aí sim irá sentir, como nós sentimos, o prazer de eternizar grandes momentos que merecem ser registados de uma forma especial".

Paulo Figueiredo, diretor da *QFilm*, dispensou algum do seu tempo para responder às minhas questões na sua empresa. O início da entrevista foi abordando também o início do audiovisual. É sabido que o aparecimento do audiovisual surgiu depois da fotografia e de todas as experiências que foram feitas com recurso à imagem. A descoberta da captação da imagem fixa foi fundamental para se conseguir filmar posteriormente. Apesar desta "dependência" inicial, será que hoje em dia o audiovisual tem outro poder de comunicação que a fotografia não tem? Para Paulo Figueiredo "o vídeo neste momento é a ferramenta mais eficaz e forte na comunicação com o cliente de qualquer setor". Desde casamentos a publicidades, o audiovisual está presente como uma arma poderosíssima de comunicação. Com ele podemos transmitir mensagens que geram sentimentos no espetador. Que os faça sorrir, chorar, refletir, lutar,...). Com o passar dos tempos, experiências e descobertas foram feitas, o audiovisual evoluiu e passou a ser uma área com o seu trabalho e público-alvo. Porém, para Paulo esta ligação inicial com a fotografia nunca será desfeita, "inevitavelmente o vídeo estará sempre ligado à fotografia até porque nós "fotografámos em movimento". Apesar de serem dois mundos distintos, caminharam sempre lado a lado e os profissionais de ambas as áreas podem e devem evoluir juntos.". Já dizia Rui Veloso "muito mais é o que nos une que aquilo que nos separa" (em *Primeiro beijo*). Afirmação que encaixa perfeitamente na relação da fotografia com o vídeo. Áreas que aparentemente apresentam muitas diferenças entre si, são no fundo muito iguais. Ambas registam a imagem (estática ou em movimento), são desenhadas pela luz, provocam sentimentos no espectador, tem o mesmo ADN, mas distinguem-se pelo seu "feito". Esta ligação das áreas trouxe novos trabalhos no mercado à uns anos atrás, os *slideshows* por exemplo. Quando estes ficaram à disponibilidade da comunidade, várias pessoas começaram a realizar os seus *slideshows* com recursos a *softwares* próprios para o efeito. "Na minha opinião o *slideshow* é um produto caseiro, utilizado por utilizadores domésticos e que hoje em dia já pouco ou nenhum impacto tem". Contudo, as novas aplicações para *smartphones* disponíveis renovaram um pouco o estatuto dos *slideshows* caseiros. Com novos designs, diferentes animações, músicas, adição de textos, os *slideshow* voltaram para serem partilhados nas redes sociais.

Por fim, voltei a fazer a mesma pergunta que fiz a Ângelo Valente:

"Imagine que neste instante precisa de "eternizar um momento", têm à sua disposição uma câmara de fotografar e uma câmara de filmar. Qual destas opções escolheria e porquê?". Paulo Figueiredo respondeu "na câmara de vídeo, obviamente! Um vídeo consegue transmitir mais sentimento do que uma fotografia.". Nesta última pergunta o mais interessante é a resposta ao porquê. A primeira parte da pergunta é fácil de deduzir, à priori a resposta será a área em que a pessoa trabalha. Já a justificação resulta, não só da área mas também, da opinião e de um conjunto de experiências vividas de quem responde.

Uma vez que já havia o ponto de vista de um elemento da equipa do *Olhares* (que lida com fotografia todos os dias) e do ponto de vista da câmara de filmar, faltava agora a da câmara fotográfica. Para tal, realizei uma pesquisa de empresas no ramo da fotografia. Contactei a Foto Humberto, uma das mais antigas e conhecidas lojas de Barcelos de fotografia. Júlia Sousa e Cátia Faria (mãe e filha) dão a cara por esta empresa que surgiu em 1978. A sua fama de qualidade, simpatia e inovação é confirmada quando se visualiza algumas das suas fotografias. A Foto Humberto realiza diversos trabalhos, desde casamentos, batizados, festas em instituições de ensino, eventos e muitos outros. Trata-se de uma empresa com nome, com inúmeros clientes fixos, mas mesmo assim não descarta na inovação e crescente evolução. Reuni com Cátia Faria nas novas instalações da empresa numa entrevista descontraída sobre a fotografia e o audiovisual.

Tendo em conta que Cátia Faria sempre esteve rodeada pelo mundo da fotografia desde criança, o interesse pelo meio foi surgindo até fazer dela a sua profissão. Primeiramente, comecei por perguntar sobre a importância da fotografia na atualidade. Se na visão de uma fotógrafa profissional, a fotografia tem o mesmo papel que antigamente. Segundo Cátia Faria, nos dias de hoje a fotografia acabou por se tornar um pouco mais banal. Diz "Antigamente, quando se procurava um fotógrafo, era com intenção. Precisava-se de rolos para as máquinas porque se ia passear, cada fotografia contava e era medida (afinal de contas os rolos eram limitados àquele número de fotos). Iam-se revelar fotografias e chamava-se a família para um pequeno convívio onde estas eram passadas de mão em mão e se debatiam ou relembavam os momentos registados.". Recordo o fotógrafo Daniel Camacho (elemento da equipa *Olhares*) afirmar exatamente o mesmo durante um curso de fotografia. Creio que mais pessoas, fotógrafos e "espetadores", pensaram da mesma forma. Antigamente a fotografia era pensada, refletida, não havia um botão de apagar caso a foto não estivesse boa. "Hoje todos temos acesso a um dispositivo com o qual podemos fotografar. A facilitação

que houve com o “boom” do digital fez com que seja fácil tirar, mudar, retificar, guardar fotografias, fez com que todos nós sejamos um pouco fotógrafos. Todos fotografamos, toda a gente tem facilmente acesso a máquinas com as quais registamos os nossos momentos e guardamos nos nossos dispositivos”, acrescenta. O problema, na maioria dos casos, é as fotografias ficarem nos dispositivos. O hábito de se imprimir e colocar em álbum foi-se perdendo com o passar dos anos. A evolução da tecnologia é sempre benéfica para a sociedade, conseguimos fazer coisas que eram impensáveis à uns anos atrás. Porém, nem tudo são aspectos positivos. “A vantagem do digital será a facilidade e rapidez com que podemos registar um momento emergente, na hora. No entanto, essa normalização fez perder muitas outras coisas e valores que o analógico carregava, como por exemplo a carga emocional.”, conclui Cátia Faria.

Ela cresceu com a fotografia, certamente o seu gosto despertou cedo e desenvolveu rapidamente. A título de curiosidade, questionei-lhe se conhecia o *site Olhares.com* e se o tinha utilizado alguma vez (a nível pessoa e/ou profissional). Respondeu-me que sim, conhecia o *site*, mas que nunca o utilizou para publicar as suas fotografias.

Relativamente à fotografia e à sua relação com o audiovisual, introduzi a questão recuando um pouco na história até à era analógica. Nesse tempo, a fotografia e o audiovisual tinham uma “barreira” entre eles que dificultava a união das áreas. Hoje em dia o cenário é diferente. “Apesar de a linha entre o audiovisual e a fotografia nos dias de hoje ser cada vez mais ténue, ainda acho que ambos encaixam em mundos diferentes, são campos diferentes que se complementam mas que no fundo ainda conseguem ser muito autónomos.”. Questionei também como via esta ligação das áreas: “Na minha opinião pessoal, a interação entre ambos, fotografia e audiovisual, é extremamente positiva. Ambos se incentivam e superam entre si, partilhando muitas características e técnicas intrínsecas.”. Se existe algum benefício para a fotografia nesta junção, Cátia afirma: “tendo em conta a carga histórica da fotografia, penso que, apesar de ela ser enriquecida pelo audiovisual e vice-versa, esta não precisa de se apoiar no mesmo para se destacar ou publicitar.”. Acrescenta “a fotografia fala por si. Cada fotografia é única. Cada momento registado, na minha opinião, dispensa de qualquer tipo de publicidade, tendo em conta a carga emocional ou profissional que lhe atribuímos.”. Finaliza “a fotografia é um momento. É colocar em estático aquilo que provoca em nós todo um turbilhão de emoções e recordações que faz com que nós lhe atribuamos um significado imenso.”.

Quis terminar com a mesma pergunta que tinha realizado nas entrevistas anteriores "Imagine que neste instante precisa de "eternizar um momento", têm à sua disposição uma câmara de fotografar e uma câmara de filmar. Qual destas opções escolheria e porquê?". Mais uma vez a escolha pela câmara seria de acordo com a profissão. "Como fotógrafa, com herança da mesma a correr-me nas veias, faria todo o sentido escolher a máquina fotográfica.". Já à segunda parte da questão, Cátia Faria justifica usando o audiovisual "quantas vezes queremos nós rever aquele pequeno vídeo de quando éramos pequenos, mas já não está em condições de reproduzir? Quantas vezes queremos nós encontrar aquele vídeo tão especial mas não sabemos onde está ou não é fácil de aceder?". Contudo há também aspetos positivos a ter em conta: "claro que o audiovisual tem características que a fotografia não capta, afinal de contas, são vídeos, são sons, imagens, expressões que uma fotografia não vai reproduzir.". Mas para Cátia existe uma magia quando se trata de fotografias antigas, "pegar naquela foto tirada no dia em que caiu o primeiro dente ou em que estamos com a família em momentos tão especiais. Sentir aquele despertar de recordações e emoções inerentes a elas, a acessibilidade, o sentir o papel envelhecido pelo tempo, o cheiro da idade das mesmas que geralmente é quase a mesma que a nossa, para mim é insubstituível e incomparável.". É perceptível nas palavras de Cátia Faria o sentimento que a fotografia lhe trás, o peso e a importância que tem na sua vida. Não se trata de redes sociais, de partilhar com toda a gente uma fotografia. É sim o partilhar mas com o convívio, o sentir, o tocar. O relembrar o momento da fotografia, trazer as emoções e sentimentos daquele instante.

Três visões diferentes. O ponto de vista do *Olhares*. O ponto de vista de uma câmara de filmar. O ponto de vista de uma câmara fotográfica. Ajudaram a perceber diferentes opiniões sobre o assunto.

4.3. O ponto de vista dos *Olhares*

Depois de ver a questão pelo sentido teórico, nada melhor do que abordá-la pelo lado prático. Desta vez, os portadores de opinião foram alguns utilizadores do *Olhares*. Dentro do leque dos vídeos realizados para as diferentes categorias do *Olhares*, selecionei aqueles que foram partilhados nas redes sociais e tiveram mais impacto. Escolhi alguns dos autores com trabalhos presentes nesses vídeos para fazer apenas duas questões. As perguntas eram: se esta iniciativa do *Olhares* (os foto-vídeos) eram uma boa forma de publicitar os trabalhos dos

autores da comunidade; e se depois da publicação dos *foto-vídeos*, as suas fotografias tinham tido mais visibilidade. As perguntas foram feitas via mensagem pelo *site Olhares*. O objetivo principal era obter respostas verdadeiras de alguém que, de alguma forma, tinha participado neste projeto. Foi também uma forma de obter um feedback direto do meu trabalho, desta forma saberia o que acharam destes *foto-vídeos* e se era algo em que o *Olhares* devia apostar. Enviei as duas questões a 40 pessoas por mensagem através do *site Olhares*. Não esperava receber as 40 respostas, até porque acredito que alguns destes utilizadores já não usem o *site* ou não o usem com muita frequência. Desses 40, responderam 13. Treze respostas verdadeiras, umas mais simples, outras mais estruturadas, mas todas positivas, de alguma forma. À medida que as fui recebendo, percebi que tinha tomado uma boa decisão ao questionar alguns dos utilizadores do *Olhares*.

Abaixo estão transcritas as 13 respostas dos utilizadores do *Olhares*, para de seguida fazer uma reflexão sobre as mesmas:

Benjamim Viera: "Estas iniciativas são sempre de louvar e de dar a conhecer os trabalhos dos fotógrafos e da comunidade *Olhares*. Em relação à pergunta sobre as visitas à foto nem por isso teve mais adesão."

Francisco Sampaio: "Desde já quero felicitá-la pelo seu trabalho. Acho que iniciativas destas dignificam sempre o trabalho dos autores e do *Olhares*. Quanto à visibilidade da minha fotografia, sim passou a ser mais vista."

João Roque: " Antes demais obrigado pela escolha da minha fotografia. Acho uma excelente iniciativa, esta forma de divulgar o *site* e o trabalho daqueles que lá colocam os seus trabalhos. Ainda não tive retorno da visibilidade do trabalho, mas estou certo que ele virá."

Vítor Cardoso: "Desde já agradeço por ter escolhido uma das minhas fotos para seu vídeo. Gosto do trabalho que realizou, a iniciativa é um grande contributo para aumentar a divulgação das fotos e dos seus autores."

Luís Valadares: "Não tinha conhecimento deste vídeo com a minha foto. Talvez por culpa minha de não estar atento. E por isso não lhe sei dizer se a foto teve mais visibilidade depois disso. Mas se na publicação tem poucos gostos e interação deduzo que não."

Pedro Mira: "Sinto-me honrado! Muito obrigado por terem escolhido não uma, mas duas fotos da minha autoria!"

Bruno Castro: "Eu acho que sim, que teve mais visibilidade a fotografia. A iniciativa que o *site* teve foi muito boa, não só para dar a conhecer os retratos passados no vídeo mas sim de uma forma geral também."

João Zero: "Muito obrigado pelo contacto. Parabéns pelo trabalho e respondendo... claro que é!"

Alexandre Marques: "Acho que a iniciativa ajuda a promover o *site*, não necessariamente o trabalho dos membros. Sobre a minha foto, não notei que houvesse mais visibilidade, até porque, nos dias que correm, as pessoas raramente pesquisam, preferem clicar em *links*, terem menos trabalho."

Hugo Só: "Sinceramente não senti nada em relação à foto...mas acho sempre importante este tipo de iniciativas...e obrigado por colocar uma foto minha."

Daniel Carvalho: "Agradeço imenso por ter escolhido uma foto minha, é sinal que estou a dar os passos certos na fotografia. Penso que seja uma boa forma de publicitar os nossos trabalhos, continuem."

Albano Cortez: "Antes de mais obrigado por ter selecionado uma foto da minha autoria. Relativamente à sua pergunta, penso que, em termos nacionais e não só, a resposta é sim. Já vi fotografias minhas publicadas no Google, via *Olhares*. Desejo o maior sucesso na sua carreira profissional."

José Rocha: "Fui rever esse trabalho e devo dizer que gostei imenso de toda a concepção e realização: muito atrativo mesmo! Fizeste um excelente trabalho e desde já agradeço que tenhas escolhido uma das minhas fotos o que muito me sensibiliza! De facto acho a iniciativa muito boa e uma forma excelente de se divulgarem trabalhos da comunidade *Olhares*. Relativamente ao aumento de visualizações da fotografia é algo que penso que teve influência embora não te possa dar garantias mas, certamente, que houve e há mais pessoas a visitar a minha galeria graças ao teu trabalho!"

Após estas 13 opiniões, é possível afirmar que o balanço é positivo. A maioria afirmou que os *foto-videos* foram uma boa iniciativa por parte do *Olhares*, quer para mostrar os trabalhos dos autores, quer para publicitar o *site* de fotografia *online*. Sentiram-se honrados também por fazerem parte deste projeto com uma fotografia da sua autoria. Uma vez que era a primeira vez que o *Olhares* apresentava um projeto repleto de *foto-videos*, receber este feedback por parte dos utilizadores foi importante para perceber se tinham tido o impacto

pretendido. Foi sobretudo mostrar, de uma forma diferente, os excelentes trabalhos que se encontram no *Olhares.com*. Relativamente à segunda questão, é onde as opiniões divergem mais. Enquanto uns dizem que esta iniciativa não trouxe mais visualizações às suas fotografias, outros afirmam que sim, que houve mais pessoas a visitar as suas galerias. A resposta a esta pergunta depende de vários factores: a visualizações que o *foto-vídeo* obteve no *Youtube*; se o *foto-vídeo* foi partilhado no *Facebook* do *Olhares* e que impacto teve; se a fotografia de determinado autor chamou a atenção do espectador no meio das dez fotografias presentes em cada *foto-vídeo*. Nas respostas obtidas, nem todos manifestaram a sua opinião relativamente à segunda pergunta. Além desses, houve utilizadores que afirmaram que as suas fotografias não tiveram grande impacto no número de visualizações. Creio que se houvesse um link direto entre determinada fotografia, presente no *foto-vídeo*, e a sua publicação no *Olhares*, talvez a procura e as visualizações seriam maiores. Tal como diz o utilizador Alexandre Marques, atualmente as pessoas preferem recorrer a *links* diretos do que pesquisar por elas próprias. Este género de feedback também é importante, pois aprende-se também com erros do passado. No próximo projeto semelhante a este, a inserção de *links* diretos no vídeo passa a ser um fator importante a implementar. Por fim, também houve utilizadores que confirmam um aumento da visibilidade das suas fotografias depois da publicação do *foto-vídeo*. Este era também um dos objetivos finais desta iniciativa, dar a conhecer bons autores do *Olhares.com* e os seus trabalhos.

Depois desta reflexão sobre o feedback recebido, o balanço é positivo. Foi a primeira vez que o *Olhares* realizou um projeto deste género, que envolvesse todas as categorias presentes no *site*. Todos os *foto-vídeos* foram analisados ao pormenor, com as alterações necessárias para conseguir agradar e atrair o espectador até ao *Olhares.com*. Creio que seria benéfico dar continuidade a este projeto em prol da comunidade e da empresa. Pessoalmente, as respostas dos utilizadores também foram gratificantes. Senti que gostaram do trabalho que realizei e que, de certa forma, os ajudei a publicitar os seus trabalhos.

5. REFLETIR SOBRE A RELAÇÃO: A FOTOGRAFIA ENTRE O CINEMA E AS APLICAÇÕES - DOIS ESTUDOS DE CASO

Como já disse anteriormente, a união do audiovisual com a fotografia surgiu, para mim, com a experiência de estágio no *Olhares*. No meu ponto de vista, os *foto-vídeos* realizados foram uma forma de usar o vídeo para publicitar a fotografia. Sendo que os vídeos eram de curta duração e eram publicados nas redes sociais, a visualização das fotografias tornava-se mais fácil e mais atrativa. Porém, haverá também trabalhos onde acontece o oposto. Onde o audiovisual usa a fotografia para atingir um objetivo, seja para transmitir a mensagem de forma correta ou para causar impacto no espectador. Apesar das diferenças, estas áreas conseguem-se unir para determinados projetos.

Recuando um pouco na história, é sabido que a fotografia enfrentou inúmeros desafios para conseguir registrar e congelar o movimento. Segundo o fotógrafo Camacho (2012) a primeira com presença humana foi realizada em 1838 por Daguerre (*Boulevard du Temple, Paris*) com dez minutos de exposição. As duas pessoas que aparecem estiveram durante esse tempo no mesmo sítio. Tudo o resto que estava em movimento (outras pessoas, carroças, ...) não ficaram registadas. Quando o registo do movimento deixa de ser problema para a fotografia, esta passa a ser usada para estudá-lo. Segundo Nogueira (2014) quando Eadweard Muybridge captou uma sequência dos movimentos de um cavalo para perceber se em algum momento ficava com as quatro patas no ar. Com recurso a 24 câmaras posicionadas estrategicamente, Muybridge conseguiu aquela que seria a base do cinema e da animação. A fotografia tinha sido então utilizada para entender o movimento. É este que distingue a fotografia do audiovisual. Num deles temos a ausência de movimento, mesmo que esteja algo/alguém a mexer-se, será sempre "congelado". No outro, temos a presença do movimento que pode tomar diversos contornos. Pode-se dizer que o movimento é o fator diferenciador das áreas. Porém, as características semelhantes que apresentam conseguem ser mais fortes que esse fator. Por isso é que cada vez mais se vê a união dos meios de comunicação para atingir o sucesso. Apesar de, à primeira vista, a fotografia e o audiovisual serem duas áreas completamente opostas, cada uma com o seu mercado e com os seus objetivos, são áreas que juntas se complementam de alguma forma. Esta ligação pode ser estudada de várias formas, neste relatório serão apresentadas duas:

- Num primeiro estudo de caso, será apresentado um caso onde o cinema é constituído pela fotografia. Trata-se de um filme de Chris Marker realizado com fotografias. Ou seja, a "área predominante" é o audiovisual (cinema), que usa a fotografia para se destacar no seu meio. Outro fator importante, os dois exemplos tem uma distância temporal, sendo o primeiro o "mais antigo", de 1962.

- De seguida, no segundo estudo de caso, onde a fotografia usa o vídeo para se publicitar. Com a evolução das tecnologias, cada vez mais as fotografias são capturadas através de um *smartphone* e partilhadas nas redes sociais. Consequentemente, surgiram as aplicações de telemóvel que realizam *foto-videos*, uma forma diferente de mostrar as fotografias. Numa época em que tudo à nossa volta é dinâmico, a adição de movimento e som às fotografias, fazem com que estas encaixem na atualidade em que vivemos. Para contrastar com o primeiro exemplo, este segundo trata-se da junção da fotografia com o audiovisual nos dias de hoje.

5.1. O cinema de fotografia

Neste primeiro estudo de caso, é abordada uma situação onde a fotografia entra no audiovisual, mais propriamente no cinema. A inclusão de direções de fotografia em filmes passou a ser essencial. Um diretor de fotografia é responsável por transferir para o ecrã o que transmite o guião. A maioria da parte estética do filme fica a seu cargo: enquadramento, composição, luz, o tempo necessário para destacar um momento e os detalhes importantes. O conjunto de todo o seu trabalho será responsável por transmitir sentimento e provocar emoções no espetador através do aspeto visual do filme. Tem, por isso, um papel importante no cinema. Apesar de serem duas áreas distintas, a fotografia e o cinema começaram a estabelecer ligações frequentes. Muitas vezes uma é absorvida pela outra em busca de um complemento ou de um elemento diferenciador. O cinema composto por fotografia é um exemplo dessa ligação. Trata-se de uma narrativa *audiofotográfica*, onde a fotografia ocupa o lugar do vídeo e o áudio passa a ter um papel importante na orientação da história. *La Jetée*, de Chris Marker, foi construído a partir de fotografias e teve grande impacto em 1962. Este filme de ficção científica é um ótimo exemplo da união do cinema com a fotografia, onde uma área tira proveito da outra. Também é possível constatar que este projeto já conta com 54 anos, o que prova que esta união não é resultado dos tempos modernos.



Figura 21: Cartaz do filme *La Jetée*

Fonte: chrismarker.org

"Ficha técnica de *La Jetée*

Argumento, Realização e Câmara: Chris. Marker

Comentário: Chris. Marker

Narrador: Jean Négroni

Montagem: Jean Ravel

Música: Trevor Duncan et choeurs de la cathédrale

St.Alexandre-Newsky

Interpretação: Hélène Chatelain, Davos Hanick, Jacques Ledoux, André Henrich, Jacques Branchu, Pierre Joffroy, Etienne Becker, Philbert Von Lifchitz, Ligia Borowczyk, Janine Klein, Bill Klein, Germano Faccetti

Produção: Argus-films

Duração 28m. Preto e Branco

Prémio Jean Vigo 1963" (Reberioux et al., 1986, p.99)

Na obra "O Bestiário de Chris Marker" (1986), podemos ler um pouco sobre ele e sobre a sua obra. Foi escritor, cineasta e fotógrafo, nasceu em Paris em 1921 e faleceu no mesmo dia passados 91 anos. Esteve à frente do projeto *Petite Planète*, uma coleção francesa de livros de viagem, que o trouxe a Portugal em 1957. Incluiu 22 fotografias de paisagens portuguesas, acompanhadas pelo texto de Franz Villier. Um novo estilo de livro tinha surgido com esta coleção, a obra ilustrada. Um livro onde texto e imagem eram um só.

Madeleine Reberioux, no seu texto que serve de introdução ao livro "O bestiário de Chris Marker" (1986) diz: "Com várias dezenas de pseudónimos, sessenta anos de um jogo das escondidas, alguns perguntam-se se existe um homem que responda pelo nome de Chris e pelo antropónimo de Marker. Para tranquilizá-los e desde já, responderei afirmativamente,

sublinhando como nos romances: "Sim, encontrei-o" (Riberioux et al., 1986, p.7). Chris Marker foi pioneiro na criação de foto-filmes, ficou internacionalmente conhecido com *La Jetée*. O filme conta com 28 minutos repletos de fotografias a preto e branco, "refilmadas" e montadas em forma de história. Estas são acompanhadas pela narração e pelos sons que dão mais ênfase às fotografias. Em todo o filme há uma única e curta sequência onde transmite a ideia de movimento, quando a mulher acorda com o barulho dos pássaros de fundo.

O filme conta a história de um sobrevivente da Terceira Guerra Mundial que é mantido como prisioneiro nos subterrâneos de Paris. Ele é usado como cobaia em experiências de viagens no tempo, uma vez que ele tem fortes recordações da sua infância. O filme começa por explicar isso mesmo com recurso à narração:

"Esta é a história de um homem, marcado por uma imagem de infância. A intensa cena que o perturba, e cujo significado compreenderia apenas anos mais tarde, teve lugar num terraço de Orly - aeroporto de Paris, alguns anos antes do início da III Guerra Mundial. Em Orly, aos domingos, os pais levavam os seus filhos para ver a partida dos aviões. Num domingo, a criança sobre a qual contamos essa história, estava a tentar olhar através do sol forte, a paisagem do outro lado do terraço e um rosto de uma mulher. Nada separa essas lembranças de outros momentos, mais tarde é preciso que nos lembremos disso quando vemos as marcas que delas ficaram. Esse rosto que ele teria visto foi a única imagem em tempo de paz, que sobreviveu à guerra" ("*La Jetée*", Marker, 1962).

O narrador tem um papel fundamental no filme, pois ajuda o espectador a situar-se no tempo e espaço. Ajuda-o a ter noção do que está a acontecer com as personagens e entre elas. Logo no início introduz a história, apresenta alguns factos importantes e avisa o espectador de detalhes que o ajudarão a compreender a história. Sendo que o filme não possui diálogos, a história narrada é a melhor opção.

O filme começa no aeroporto de Orly, onde em criança costumava admirar os aviões a levantar voo. Imagens do sol intenso, o anunciar das partidas dos voos, a estrutura da pista do aeroporto e do rosto de uma mulher ficaram marcadas na sua memória, tendo a última mais impacto. Tudo fazia parte das memórias de uma infância feliz, mas aquele dia seria diferente. A criança presencia o assassinato de um homem. Depois da tela preta, o espectador é confrontado com imagens de Paris destruída e sombria. A música de Trevor Duncan traz ainda mais valor às imagens, desta forma conduz a interpretação do espectador. A terra tornou-se inabitável devido à radioatividade, as pessoas viviam agora num campo de concentração no

subterrâneo. Começaram a realizar experiências com alguns dos prisioneiros, uns morriam outros ficavam loucos. A personagem principal foi escolhida por possuir fortes memórias do passado. A falta de fontes de energia será fatal para a humanidade e apenas uma viagem no tempo pode salvá-la. São administradas injeções a este homem com sussurros dos que o rodeiam como som de fundo. Estes sussurros transmitem dúvida e incerteza ao espectador. Apesar disso, as viagens no tempo ocorrem com sucesso. Primeiramente vê apenas rápidos cenários, só depois consegue permanecer mais tempo no passado. Começa a falar com uma mulher que o chama de seu "espectro". Vivem momentos juntos e começa a surgir uma forte união. Ocorre o último encontro num museu de história natural. Juntos admiram os animais expostos e todo o ambiente em redor. A música calma e as fotografias "cheias de luz" induzem o espectador a um momento de paz, sereno, onde não há sinais de guerra nem desespero. Volta novamente à sala de experiências, onde a luz e a calma não é a mesma que no museu. Graças ao sucesso das viagens no tempo ao passado, estava na hora de viajar até ao futuro à procura de fontes de energia mais uma vez. Ao chegar lá, os Homens do futuro oferecem uma central capaz de erguer toda a indústria mundial. Quando volta à sala novamente, sabe que a sua missão foi cumprida e que, provavelmente, será executado. Sem estar à espera, os homens do futuro convidam-no para viver com eles. Porém, ao invés de ir para o futuro, ele pede para voltar ao passado. Quer voltar ao tempo em que não havia guerra, ir a sítios onde foi feliz em criança e talvez ver novamente a mulher do passado. Nesta sequência final, o personagem volta ao aeroporto de Orly num domingo cheio de sol. Procura a criança que foi e a mulher que ama. Ouve-se novamente o anúncio das partidas dos voos. Encontra a mulher que tanto procurava e começa a correr na sua direção. Os barulhos dos aviões começam a ficar mais intensos à medida que ele corre. No caminho reconhece um dos homens do campo de concentração responsável pelas experiências. Nesse instante percebe que não há nenhuma forma de escapar ao tempo. Aquele momento que assistiu em criança e que desejava nunca ter visto, seria o momento da sua própria morte. O filme acaba com uma fotografia sua estendido no chão acompanhada de uma música "triste e árdua".

Este caso é um ótimo exemplo que demonstra que um filme pode ser genial sem movimento presente. É o resultado de uma brilhante junção entre a fotografia e o audiovisual. É também uma forma diferente de produzir e apresentar um filme, de contar uma história ao espectador. Por ser tão diferente do que era realizado na época, teve o merecido impacto no público. Foi, sem dúvida, um trabalho original e arriscado naquela época. A junção da

fotografia com o audiovisual resultou muito bem, sem esquecer a importância do áudio nesta curta-metragem. Uma vez que não há diálogos, a voz do narrador e os sons que envolvem a cena tornam-se importantes para guiar a leitura do público. Creio que seria muito difícil nos dias de hoje, realizar um projeto com estas características que tivesse o mesmo sucesso que *La Jetée* teve. Só demonstra que, há mais de 50 anos, começava a nascer no cinema a vontade de congelar o tempo. Sendo o "estático" uma das particularidades da fotografia, Marker juntou as duas áreas para obter um resultado brilhante.

5.2. A fotografia nas aplicações

No tópico anterior, o filme *La Jetée* serviu de exemplo como a união da fotografia com o cinema, onde a segunda aproveita as características da primeira. Dessa forma, o vídeo ganha contornos diferentes do habitual o que causa mais impacto no espectador. A época da criação desta curta-metragem também é um fator importante na análise desta união de áreas. É possível constatar que, há pelo menos, 54 anos atrás já se realizavam trabalhos de *fotografiaaudiovisual*. Para contrastar com o cenário referido é preciso analisar a *fotografiaaudiovisual* de uma outra perspectiva: um caso onde a fotografia tira partido do audiovisual na atualidade. É nesse contexto que são expostas as aplicações para *smartphones* que realizam foto-vídeos de forma rápida e eficaz.

Devido à evolução da tecnologia e aos novos hábitos da sociedade, cada vez mais transportamos as nossas vidas no nosso *smartphone*. Uma vez que este está sempre por perto, é fácil de usar, possui diversas funcionalidades que deixa o utilizador realizar diferentes tarefas, substitui facilmente alguns dispositivos que usávamos antes. Um exemplo desta substituição é a câmara fotográfica pelo *smartphone*. Hoje em dia, poucas pessoas recorrem a uma câmara fotográfica para registar os seus momentos, pois já tem no seu bolso um *smartphone*. Este além de permitir tirar fotografias, deixa o utilizador controlar a luz, o formato da fotografia e aplicar um filtro mesmo antes de tirar a fotografia. As câmaras incorporadas nos *smartphones* são cada vez mais avançadas, melhores que as primeiras câmaras compactas que saíram no mercado. Outras vantagens de usar o telemóvel, são as inúmeras aplicações que existem para editar as fotografias, desde simples filtros aplicados e correções necessárias até vídeos com fotografias incorporadas. Neste último exemplo, há novamente a junção entre a fotografia e o vídeo, mas na atualidade. O mundo e a sociedade tornaram-se

mais apressados, mais exigentes, não se gasta o tempo à toa, raramente se pára para observar e pensar. Tudo hoje é mais móvel, mais dinâmico, mais atraente, mais rápidos. Características opostas daquilo que é a fotografia. A oitava arte deve ser vista com calma, com clareza, deve-se observar e refletir sobre ela. Obviamente que a maioria das fotografias que são partilhadas nas redes sociais são os chamados instantâneos/momentâneos, que não tem como objetivo a transmissão de uma mensagem subjacente ao espectador. Porém, significa sempre algo a quem a publicou e partilhou na internet. Surgiu então a necessidade de trazer um pouco de dinâmica a essas fotografias que enchem a memórias dos *smartphones* e das redes sociais. Neste relatório, decidi apresentar uma aplicação portuguesa de sucesso.

A *Storyo* é uma aplicação para *smartphones*, disponível para iOS, Android e Fire OS. Com esta aplicação, é possível criar *foto-videos* com as fotografias presentes no telemóvel. "Através dos dados contidos nas suas fotografias, como data e local, *Storyo* estabelece uma narrativa dos principais momentos e retira da web elementos que ajudem a contar a história, criando vídeos elegantes e únicos dos seus momentos e experiências."(em itunes.apple.com). A aplicação cria os *foto-videos* automaticamente (sem que seja preciso o utilizador pedir), com algumas fotografias de um determinado espaço de tempo, efeitos visuais e música. Apesar de serem inteiramente realizados pela aplicação, é possível editar e personalizar os foto-videos ao gosto do utilizador, desde as fotografias escolhidas até à música. Os *foto-videos* podem ser também feitos, desde o início, pelo usuário. Para isso basta escolher as fotografias que deseja, a duração e o gênero de efeitos visuais que pretende.

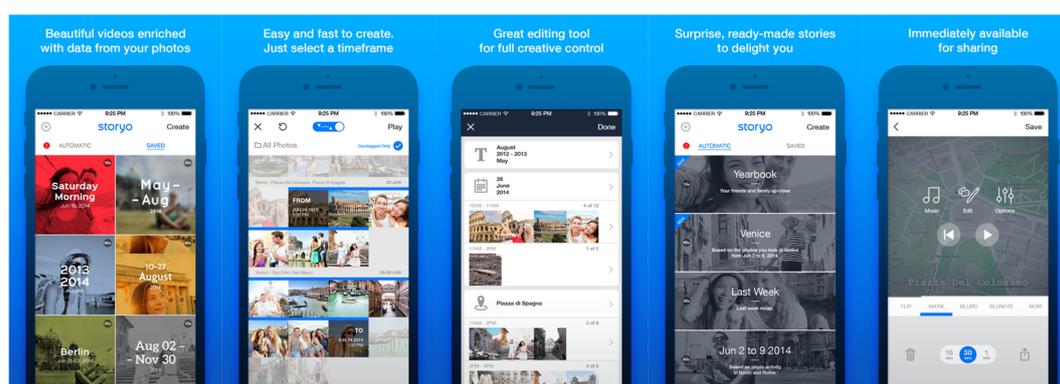


Figura 22: Aplicação Storyo; Fonte: itunes.apple.com

De seguida pode mudar a faixa de música, ou para outra que esteja na lista de músicas da aplicação ou pode adicionar uma que esteja armazenada no telemóvel. Outra característica

editável é a informação que vai surgindo no decorrer do vídeo: datas, localização ou notas personalizadas.

Por fim, é guardar o *foto-vídeo* no *smartphone* ou partilhá-lo através de mensagem, e-mail e nas redes sociais.

A aplicação tem um design "amigo do utilizador", bastante simples e atrativo. É importante referir que é uma aplicação portuguesa, que em 2014 ganhou o prêmio de "Best Consumer App" (informação em evolve.xamarin.com). Com já foi mencionado anteriormente, a fotografia ganhou contornos diferentes devido à evolução das tecnologias. Se antigamente as fotografias eram impressas e colocadas em álbum, hoje em dia poucas pessoas o fazem. As memórias dos *smartphones* passaram, de algum modo, a serem os novos álbuns. Torna-se (quase) impossível mostrar todas as fotografias que guardamos. A *Storyo* fá-lo de um modo simples, rápido e atrativo. Visualizar 30 fotografias integradas num vídeo torna-se numa experiência mais divertida do que vê-las uma a uma. O aparecimento das redes sociais fez com que as pessoas as usassem como meio de comunicação e partilha. Cada vez mais vemos fotografias da família ou amigos nessas plataformas. Principalmente quando acontece algum evento, são publicadas imensas fotografias desse dia/noite. Nestes casos, o uso de uma aplicação de reúna estas fotografias é uma ótima opção. Muitas pessoas podem ter a ideia errada de que é algo que dá imenso trabalho fazer. Maior parte das aplicações faz o trabalho pelo utilizador, dando-lhe depois a possibilidade de personalizar a seu gosto. Neste exemplo específico, a *Storyo* faz um foto-vídeo, sem solicitação do utilizador, e envia uma notificação para ser visualizado. Há inúmeras aplicações que usam o audiovisual como forma de mostrar um conjunto de fotografias. Nasceu essa necessidade no mercado com a mudança das tecnologias e dos costumes da sociedade. Visualizando o feedback (em itunes.apple.com) dos utilizadores, a aplicação detém *reviews* positivas. Para o comprovar, tirei *printscreens* a alguns dos comentários presentes:

Tiago R ★★★★★
de Tiago Lisboa – 26/Ago/2014
Muito bem construída. Óptima alternativa e com a vantagem made in Portugal! :)

Simple and amazing ★★★★★
de TeresaJúdice – 4/Jul/2014
"new life" to all the photos we have in the iphone. It really creates great stories!

Great app ★★★★★
de Ineshol – 16/Set/2014
Especially like it for holiday pics and events

Muito BOM ★★★★★
de MariaGRT – 26/Dez/2014
Muito bom. Cria momentos inesquecíveis que se podem enviar à família e amigos!

Really nice. ★★★★★
de Killabunnies – 3/Jul/2014
So much fun recalling lost picts from the camera roll.

Espectacular! ★★★★★
de Nuno18 – 30/Ago/2014
Era isto mesmo que eu procurava, uma aplicação para fazer pequenas histórias das nossas fotos.

Nostalgia ★★★★★
de Marcupilamie – 4/Mar/2015
Boa para reviver as nossas férias e outros momentos de forma clara e eficaz.

Figura 23: Reviews Storyo; Fonte: itunes.apple.com

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando iniciei o meu período de estágio, não sabia como seriam os três meses que me esperavam. Naquela empresa tudo era fotografia. Eu, que acabava o meu primeiro ano de mestrado com aprendizagens a nível da comunicação, de multimédia e de audiovisual, não imaginava que desafio iria enfrentar no *Olhares*. Contudo, fui acolhida pela empresa e aceitei esta nova etapa com grande esperança e ansiedade. Há medida que o tempo passava, o "nervoso miudinho" começava a diminuir. Os trabalhos começaram a surgir, sempre com o foco na fotografia. Essa personagem que despertava sempre a minha curiosidade e a minha vontade de aprender mais. Não demorou muito tempo, até ela ter uma companhia, o audiovisual. Esse, que tem sido uns dos protagonistas da minha vida académica nos últimos anos, que eu construí com muito estudo e dedicação. Duas personagens, uma história!

Confesso que não estava à espera de conseguir juntar duas áreas que gosto. Pensei que nestes três meses iria aprender mais sobre fotografia, dar apoio na gestão do *Olhares.com*, auxiliar na comunicação feita pela empresa, entre outras tarefas mais direcionadas para a fotografia.

Na minha opinião, o resultado do estágio curricular e de todo o trabalho realizado é positivo. O projeto dos *foto-videos* para cada uma das categorias de fotografias presentes no *site* foi uma excelente iniciativa. Nada semelhante se tinha realizado na empresa anteriormente. Creio que foi uma ótima forma de promover o *Olhares.com* e os trabalhos brilhantes de alguns autores da comunidade. A meu ver, deveria ter sido mais partilhado nas redes sociais da empresa, mas essas tarefa já não me cabia a mim. É possível constatar alguma diferença na interação entre os *foto-videos* que foram partilhados no *Facebook* do *Olhares* e aqueles que ficaram apenas pelo *Youtube*. Contudo, os *foto-videos* continuam acessíveis pelo *Youtube* a quem quiser ver e partilhar. Os *foto-videos* com todas as fotografias do mês e do ano, Outro projeto de *foto-video*, que na minha perspetiva foi um ótimo projeto, foi a junção de todas as fotografias da semana e do mês do ano decorrido. Todas as semanas é selecionada a melhor fotografia publicada no *Olhares.com* naquela semana e, dentro das escolhidas, é eleita a melhor fotografia no final de cada mês. Normalmente, fazemos uma retrospectiva no final de cada ano. Os *foto-videos* resultantes deste projeto foram o reviver do que aconteceu no *Olhares.com* naquele ano. Mais uma vez, foi um projeto inovador por parte da empresa. Podia ser uma mais-valia para o *Olhares* e para a sua comunidade se se realizasse todos os anos este género de projetos. Por fim, vou referir um último projeto que

também gostei particularmente: o foto-vídeo "Galeria do Meio Ambiente". Durante o meu período de estágio, foi o foto-vídeo que mais alterações sofreu de todos os projetos realizados. Havia fortes expectativas em relação a este foto-vídeo, pois tinha como objectivo abrir a hipótese do olhares.com chegar à televisão. Este, e outros foto-vídeos, preencheriam espaços vazios na grelha de programação. Confesso que a vontade de ver um trabalho realizado por mim na televisão era enorme, executava sempre todas as modificações pedidas, na esperança de um dia receber o "OK". Infelizmente, o tempo revelou-se curto receber tal resposta. Uma vez que não era eu que comunicava com a SIC, não fiquei a conhecer o ponto da situação na minha saída. Depois do período de estágio, foi-me pedido para retirar os créditos do vídeo para enviar para a TAP. Os foto-vídeos do Olhares seriam para passar nos ecrãs de viagens de longo curso.

Foram três meses numa grande empresa, mas numa pequena equipa, que enfrenta todos os dias os problemas que surgem. Querem sempre fazer mais e melhor pela fotografia. Enfrentei diversos desafios, provei a mim mesma que sou capaz de realizar tarefas novas, de encontrar as soluções para os meus problemas. Aprendi a ter mais rigor, a olhar aos detalhes. Levei sempre em consideração todas as opiniões referentes ao meu trabalho. Percebi que as coisas tem que ser feitas tendo em conta os gostos do público-alvo e da nossa equipa. Li, com atenção, todos os comentários que eram feitos nas redes sociais sobre o meu trabalho. Graças ao relatório de estágio e à pesquisa realizada, recebi um feedback mais direto sobre os *foto-vídeos*. Conheci o *Olhares* por dentro e todo o trabalho que é preciso fazer para se manter um site dedicado à fotografia online. Percebi que para muitos utilizadores, o olhares.com não é apenas um site de fotografia, é um refúgio, é a partilha da felicidade e da dor. Vi a vontade de muitas pessoas em querer aprender mais sobre fotografia, a oitava arte. Creio que o *Olhares* tem todas as condições para continuar o seu trabalho e manter-se como o maior site de fotografia online de língua portuguesa.

Além dos três meses de trabalho, toda a pesquisa feita para o relatório de estágio, todo o trabalho e reflexão sobre a fotografia e o audiovisual promoveu, também, o meu desenvolvimento profissional. É sempre positivo aprender mais sobre aquilo que fazemos e aquilo que gostamos. Estudar a junção das áreas foi algo gratificante para mim. Graças a este trabalho, refleti sobre a *fotografia audiovisual*, em que situações é que esta união ocorre, com que objectivos, quando aconteceu e se ainda acontece. Tive a oportunidade de reunir três pontos de vista diferentes sobre o assunto: Ângelo Valente, que está dentro do *Olhares*, sabe

como funciona o mundo da fotografia online; Cátia Faria, conhece e vive com a fotografia desde criança, gere agora o negócio de família e reúne um portfólio invejável de trabalhos excelentes; por fim, Paulo Figueiredo, abriu recentemente o seu negócio na área do audiovisual, mas é das empresas mais requisitadas do concelho de Barcelos, realiza vídeos fantásticos, desde casamentos a vídeos empresariais. Felizmente foram bastante prestáveis comigo ao dispensar um pouco do seu tempo para as minhas questões. Ajudou-me a perceber como é que o mesmo assunto pode ter diferentes opiniões, influenciadas também pelas áreas de trabalho de cada um. A recolha do feedback de alguns dos utilizadores do *olhares.com*, com trabalhos presentes nos foto-vídeos, foi gratificante para mim e essencial para o meu relatório de estágio. Deste modo, consegui reunir algumas análises ao meu trabalho, demonstrei que esse projeto teve sucesso, segundo os intervenientes, e que foi uma ótima iniciativa por parte do *Olhares*. A meu ver, seria uma mais-valia para a empresa continuar com um projeto destes.

A junção de conteúdos estáticos com conteúdos em movimento revelou-se o tema central do meu segundo ano de mestrado. Quando comecei a delinear o plano para este relatório de estágio, percebi que havia uma história a contar. Antes do ingressar no mestrado, encarava a fotografia e o audiovisual como duas áreas distintas, para mim a primeira era vista como um hobby e a segunda como o meu trabalho. O estágio curricular trouxe o encontro destas duas áreas na minha vida académica. Percebi que haviam projetos onde poderia reuni-las para atingir um resultado final diferente. Por fim, a realização do relatório de estágio proporcionou uma abordagem a esta união: onde, quando e com que objetivos acontece.

Sempre gostei de fotografia, creio que desde pequena que carrego um fascínio por esta arte. Mesmo quando não conhecia as diversas técnicas, composições e mensagens que esta pode conter. Até entrar para o ensino superior, vi sempre a fotografia como um *hobbie*, como algo que gostava de aprender mais, ter conhecimentos sólidos sobre ela. Na minha vida académica, não tive nenhuma unidade curricular direcionada somente para a fotografia. Assim que iniciei o meu estágio curricular, apercebi-me que estava ali a minha hipótese de aprender mais. Tive a oportunidade de presenciar dois cursos de iniciação à fotografia que, apesar de estar a trabalhar na época, deu as bases que eu precisava. Conhecer a sua história faz-nos dar mais valor àquilo que temos como um dado adquirido. Perceber o quão complicado foi congelar o tempo num pedaço de papel, lembra-nos que nem sempre as máquinas fotográficas estiveram ali prontas a ser usadas. A evolução não para, principalmente em

nenhum ramo ligado à tecnologia. Durante a minha vida, lembro-me ainda de ver as máquinas de rolo, depois vieram as máquinas fotográficas compactas, de seguida o uso das *DSLRs*, as câmaras de desporto e, a mais usada de todas, a câmara dos *smartphones*. Hoje em dia toda a gente tira fotografias com o seu *smartphone*. Consequentemente, leva à subcarga das memórias do mesmo. Há uma vida dentro desses dispositivos, com fotografias de anos atrás.

O aumento do uso das redes sociais levou também, de alguma forma, ao aumento do interesse pela fotografia, por partilhar os momentos vividos com a nossa família e amigos. Numa situação de partilha de um número considerável de fotografias, por vezes torna-se cansativo e aborrecido para quem vê. As aplicações para smartphones que unem a fotografia com o vídeo começaram a surgir para solucionar esse problema. Apresentei a *Storyo*, uma aplicação portuguesa de sucesso. Neste exemplo, é possível constatar que a fotografia usa, de certa forma, o audiovisual para "se mostrar". Com este exemplo, também se obtém resposta às perguntas que surgiram no início do planeamento deste relatório de estágio: "Que medidas a fotografia tem que tomar para se conseguir adaptar nos dias de hoje?"; "Poderá a fotografia usar o audiovisual como meio de se publicitar? Em que casos isto acontece?"; "Esta junção já ocorreu no passado? E na atualidade, como é feita?".

Relativamente a esta última questão, é possível responder à primeira parte com o exemplo do filme de Chris Marker, *La Jetée*. O filme de 1962, que insere a fotografia no cinema. O objetivo de apresentar este trabalho de Marker neste relatório foi para mostrar que o audiovisual também utiliza a fotografia para marcar a diferença. Uma das questões iniciais colocadas foi: "Como é que os produtos audiovisuais se podem servir da fotografia/imagem fixa?". Este filme é a resposta. Através da fotografia, Marker fez a diferença no mundo do cinema. A procura pelo congelamento de movimento, pela pausa, pela reflexão foi a chave deste trabalho. O público está tão habituado ao cinema com deslocação de atores e de todo o meio que os envolve e aos movimentos de câmara, que quando surge um filme sem movimento, é uma surpresa. Ao visualizar um filme com estas características, o áudio ganha um papel importante na interpretação da história. Cada elemento presente na fotografia é analisado ao pormenor. O espetador é enfrentado com a pausa, a calma e reflexão que a fotografia exige. A meu ver, trata-se de um trabalho excelente que marca pela diferença.

Como foi apresentado neste relatório de estágio, através de todas as fases desta história, a fotografia e o audiovisual são duas áreas que funcionaram sempre separadas. Encontram-se em constante evolução de forma a satisfazer as necessidades e os desejos de

quem as usa. Haverá sempre algo a ser fotografado e algo a ser filmado. Porém, a sua união também acontece, em diferentes situações e com diferentes objectivos. A fotografia pode usar os conteúdos audiovisuais como forma de se publicitar, de ganhar movimento e dinâmica. O vídeo pode usar a fotografia também, na procura da pausa, do congelamento e do ato reflexivo que a fotografia exige. Se separadas funcionam muito bem, juntas criam trabalhos únicos e diferentes.

O segundo ano do Mestrado de Ciências da Comunicação foi uma longa e gratificante caminhada. Tive a oportunidade de integrar uma grande empresa, de aprender mais com o trabalho em equipa, conheci novas pessoas e novos lugares. Cresci profissionalmente, aprendi a batalhar pelo que quero, a encontrar soluções para os meus problemas e a trabalhar com aquilo que tenho. Consegui aperfeiçoar as minhas competências, tentei aprender sempre mais. Aprendi a refletir, a questionar, a pesquisar e a estudar. Desejo que consiga sempre, de alguma forma, estar acompanhada pelas personagens desta minha história - a fotografia e o audiovisual.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abbot, B., Arago, F., Arnheim, R., Barthes, R., Baudelaire, C., Bazin, A., Benjamin, W., Berger, J., Daguerre, L., Damisch, H., Emerson, P., Hine, L., Holmes, O., Ivens Jr., W., Kracauer, S., Krauss, R., Moholy-Nagy, L., Niépce, J., Poe, E., Ray, M., Robinson, H., Roh, F., Sekula, A., Sontag, S., Strand, P., Stieglitz, A., Tagg, J., Talbot, W., Valéry, P., Weston, E., Zayas, M. (2013). *Ensaio sobre a fotografia de Niépce a Kraus*. Editora: Orfeu Negro.

Amar, J. (2001). *História da fotografia*. Coleção: Arte e comunicação. Edições 70.

Araújo, R. (2013). *Roland Barthes e a fotografia*. Revista Literates, nº2. Acedido em: <http://www.revistas.usp.br/literartes/article/view/62365/65962>

Barthes, R. (1989). *A câmara clara*. Coleção: Arte e Comunicação. Edições 70.

Campos, M. (2012). *Quero ser cineasta*. Disponível em: <http://docslide.com.br/documents/mariana-campos-quero-ser-cineasta.html>.

Cruz, N. (2014). *Entre cinema, fotografia e pintura: o uso de imagens em movimentos mínimos em Melancolia*. Revista ECO-Pós, v.17, nº2. Acedido em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1319/pdf_31

Deleuze, G. (1983). *Cinema I - A imagem - movimento*. Editora Brasiliense.

Durães, T. (2014). *Storyo, a aplicação portuguesa que cria filmes com fotografias*. Público. Acedido em: http://fugas.publico.pt/Noticias/339193_storyo-a-aplicacao-portuguesa-que-cria-filmes-com-as-suas-fotografias

Entler, R. (2008). *Memórias fixadas, sentidos itinerantes: os arquivos abertos de Chris Marker*. Revista FACOM, Nº19. Acedido em: http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom/facom_19/ronaldo.pdf

Ferreira, R. (2014). *Aplicação portuguesa Storyo premiada nos EUA e com grandes perspectivas de crescimento*. Sapotek. Acedido em:
http://tek.sapo.pt/mobile/apps/artigo/aplicacao_portuguesa_storyo_premiada_nos_eua_e_com_grandes_perspetivas_de_cresci-1419205tek.html

Fraioli, N. (2002). *História da ciência e da tecnologia - O século da ciência*. Enciclopédia Pedagógica Universal. Editora: Hiperlivro.

Olhares (2012). *Manual de Iniciação à fotografia*. Olhares.com Fotografia Online, S.A..

Larrosa, J. (2004). In Moraes, C. (2012). *Para pensar a fotografia como pausa audiovisual*. Revista "Ícone", v.14, nº1. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Acedido em:
<http://revistaicone.hipermoderno.com.br/index.php/icone/article/view/205>

Marker, C. (1962). *La Jetée*. Acedido em: <https://vimeo.com/46620661>.

Mello, L. (2012). *As imagens-texto de La Jetée: um e outro*. Acedido em:
<http://wwlivros.com.br/Vcoloquio/artigos/LidiaAparecidaRodriguesSilvaMello.pdf>

Moraes, C. (2012). *Para pensar a fotografia como pausa audiovisual*. Revista "Ícone", v.14, nº1. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Acedido em:
<http://revistaicone.hipermoderno.com.br/index.php/icone/article/view/205>

Nogueira, L. (2014). *Manuais do Cinema V: Histórias do Cinema*. LabCom Books (eBook). Acedido em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/138>

Reberioux, M. (1986). *Introdução*. In Reberioux et al., (1986). *Bestiário de Chris Marker* (pp.7-9). Coleção: Horizonte de Cinema. Livros Horizonte.

Riberioux et al., (1986). *Bestiário de Chris Marker*. Coleção: Horizonte de Cinema. Livros Horizonte.

Ribeiro, N. (2007). *Multimédia e tecnologias interativas*. FCA - Editora de informática.

Santos, J. (2010). *Fotografia . luz, exposição, composição, equipamento*. Editora: Centro Atlântico.

Traquina, N. (1997). *Big Show Media - viagem pelo mundo do audiovisual português*. Coleção: Media e Sociedade. Editora: Notícias editorial.

8. ANEXOS DVD'S

DVD1:

- "Castelos de Portugal";
- "Dia Mundial da Fotografia";
- "Galeria Meio Ambiente 1ª versão";
- "Galeria Meio Ambiente versão corrigida";

DVD2:

- "Animais";
- "Retratos";
- "Paisagem Urbana";
- "Calendário Julho, Agosto, Setembro";
- "Calendário do Ano";
- "Curso de Iniciação à Fotografia";
- "Review Fujifilm";