



Simão Carvalho
**Linguagem audiovisual: uma experiência
no SC Braga**

UMinho | 2022

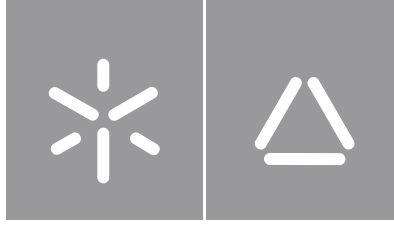


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Simão Pedro Costa Carvalho

**Linguagem audiovisual: uma experiência
no SC Braga**

outubro de 2022



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Simão Pedro Costa Carvalho

**Linguagem audiovisual: uma experiência
no SC Braga**

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

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Pedro Portela

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-Compartilhalgal CC BY-NC-SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Declaro também que obtive consentimento dos entrevistados para serem identificados no Relatório.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Linguagem audiovisual: uma experiência no SC Braga

Resumo

O presente Relatório de Estágio assenta na minha experiência de estágio curricular de três meses no Sporting Clube de Braga. O estágio incidiu na produção e edição de conteúdos para a televisão digital do clube, a NEXT. Esta experiência suscitou um conjunto de questões e inquietações, mas a que mais prendeu a minha atenção foi a forma como a linguagem audiovisual é aplicada de maneira diferente consoante aquilo que se quer transmitir nos conteúdos.

Depois de elaborada uma revisão literária sobre o tema em estudo, foram realizadas entrevistas a três profissionais do setor audiovisual de três gerações diferentes para entender melhor como a linguagem cinematográfica é praticada num contexto real.

Devido ao facto de a minha experiência de estágio se ter baseado, principalmente, na aplicação de enquadramentos e no processo de montagem, estes foram os principais aspetos explorados no relatório, assim como o papel desempenhado pela tecnologia na prática da linguagem audiovisual.

Este documento sugere que a linguagem audiovisual encontra-se em constante mudança por acompanhar as tendências que a evolução tecnológica proporciona e propõe um melhor entendimento sobre a importância dos enquadramentos e do processo de montagem, assim como da figura do realizador, para a construção de uma peça cinematográfica.

Palavras-chave: enquadramento, linguagem audiovisual, montagem, realizador, tecnologia

Audiovisual language: an experience at SC Braga

Abstract

This Internship Report is based on my three month experience at Sporting Clube de Braga. It focused on content creation for the club's digital television, NEXT. This experience raised a set of questions and concerns, but the one that most caught my attention was the way in which audiovisual language is applied differently depending on what you want to convey with your content.

After carrying out a literary review on the subject, interviews were made with three audiovisual professionals from three different generations to better understand how cinematographic language is put into practice in the real world.

Due to the fact that my internship experience was mainly based on framing and editing, these were the main aspects explored in the report, as well as the role played by technology in the practice of audiovisual language.

This document suggests that audiovisual language is constantly changing as it follows the trends that technological evolution provides. It also proposes a better understanding of the importance of framing and editing, as well as of the figure of the director, for the construction of a movie.

Keywords: audiovisual language, film director, framing, montage, technology

Índice

Resumo.....	iv
Abstract.....	v
Índice.....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de anexos.....	x
Introdução.....	1
Capítulo 1. Estágio curricular na NEXT.....	3
1.1 Um clube centenário	3
1.2 NEXT.....	4
1.3 Experiência de estágio	6
1.4 Processo criativo	12
1.5 Balanço do estágio	13
Capítulo 2. Como o audiovisual se tornou linguagem.....	15
2.1 Linguagem e audiovisual.....	15
2.2 Cinema e o poder da linguagem	17
2.3 O impacto de Griffith, Eisenstein e Vertov no desenvolvimento da linguagem audiovisual.....	22
2.4 Narrativa audiovisual	29
2.5 Linguagem audiovisual na publicidade	30
2.6 Sumário executivo	32
Capítulo 3. Recolha e análise de dados.....	34
3.1 Entrevistas exploratórias	34
3.2 Análise de dados	35
3.3 Linguagem e o futuro do audiovisual	40
3.4 Confronto entre conhecimento académico e prática profissional	40
Conclusão	42

Bibliografia	45
Anexos	47

Índice de figuras

Figura 1 – Página inicial do site oficial da NEXT	4
Figura 2 – Frame de um pré-match	7
Figura 3 – Frame de um post-match.....	7
Figura 4 – Plano geral do Planeta Braga	7
Figura 5 – Plano principal de Rui Casaca	7
Figura 6 – Plano principal de Barroso	7
Figura 7 – Plano alternativo de Barroso	7
Figura 8 – Exemplo de uma imagem de apoio	8
Figura 9 – Frame do Perfil Gverreiro de Goiano, ex-futebolista do SC Braga	9
Figura 10 – 1º plano de Alexandra Alves.....	9
Figura 11 – 2º plano da jornalista, mais fechado	9
Figura 12 – Frame da antevisão do jogo entre SC Braga e FC Famalicão a contar para a 13ª jornada da Liga Revelação 2021/2022	10
Figura 13 – Frame de uma peça sobre o arranque de época de Boccia.....	11
Figura 14 – Frame de uma entrevista com André Lacximicant, futebolista do clube	11
Figura 15 – Frame de um vídeo promocional com a Só Barroso.....	11
Figura 16 – Frame de um vídeo sobre uma campanha de alimentos de Natal	11
Figura 17 – Efeito Kuleshov.....	21
Figura 18 – Frames de <i>O Nascimento de uma Nação</i> (1915).....	23
Figura 19 – Frames de <i>The Lonely Villa</i> (1909), de Griffith	24
Figura 20 – Frames de <i>Intolerância</i> (1916), de Griffith	24
Figura 21 – Frames de <i>Intolerância</i> (1916), de Griffith	24
Figura 22 – Frame de <i>Momento da Verdade</i> (1994), de John G. Avildsen.....	25
Figura 23 – Frames de <i>Pulp Fiction</i> (1994), de Quentin Tarantino.....	25
Figura 24 – Frames de <i>The Revenant: O Renascido</i> (2015), de Alejandro González Iñárritu	26

Figura 25 – Frames de <i>O Padrinho</i> (1972), de Francis Ford Coppola	27
Figura 26 – Frames de <i>Intriga Internacional</i> (1959), de Alfred Hitchcock.....	27
Figura 27 – Frames de <i>Um Homem com uma Câmara</i> (1929), de Vertov	28

Índice de anexos

Anexo I – Entrevista a Manuel Pedro Gil	47
Anexo II – Entrevista a Pedro Ferreira.....	49
Anexo III – Entrevista a Martin Dale.....	51

Introdução

No decorrer do segundo ano letivo do Mestrado em Ciências da Comunicação com especialização em Audiovisual e Multimédia da Universidade do Minho, foi realizado um estágio curricular com duração de três meses no Sporting Clube de Braga (SC Braga). O estágio decorreu entre 27 de setembro de 2021 e 27 de dezembro do mesmo ano. Durante esse período, o interesse pela linguagem audiovisual cresceu de tal forma que se tornou tema de estudo neste relatório. Assim, o presente documento propõe-se a descrever essa experiência, assim como a refletir sobre a história e evolução da linguagem cinematográfica. Para além disso, procura entender melhor de que forma a linguagem audiovisual é aplicada num contexto prático e confrontar essa informação com a produção académica.

O estágio foi realizado no SC Braga, mais especificamente na televisão online do clube, a NEXT, e permitiu uma primeira experiência no mundo profissional do audiovisual. A escolha recaiu sobre esta entidade devido à qualidade e excelência da sua comunicação digital. O Departamento de Comunicação do SC Braga dispõe de uma rica quantidade de material audiovisual e é composto por mais de uma dezena de colaboradores.

A NEXT produz uma grande variedade de conteúdos, servidos por formas diversas de usar a linguagem audiovisual. Este fator despertou o interesse pela forma como a linguagem audiovisual é aplicada de maneira distinta consoante o conteúdo que se quer produzir.

Neste relatório, o primeiro capítulo relata a experiência de estágio. Descreve como funciona o Departamento de Comunicação do SC Braga e que diferentes programas a NEXT produz. Reflete também sobre as aprendizagens absorvidas durante a estadia no clube.

No segundo, são relacionados vários textos académicos com vista à construção de uma base de conhecimento geral sobre a temática que relatam uma breve história da evolução da linguagem cinematográfica

Depois de elaborado esse enquadramento teórico geral, que permitiu identificar alguns cenários a explorar com mais profundidade, foi realizado um pequeno estudo com vista a elucidar melhor alguns aspetos da seguinte pergunta: **em que medida o uso da linguagem audiovisual é influenciado por obstáculos práticos e materiais?** A informação foi recolhida através de entrevistas exploratórias a três profissionais do audiovisual de gerações diferentes.

No capítulo final, são enunciados os principais ensinamentos alusivos à experiência de estágio curricular no SC Braga e a sua relação com o pequeno estudo levado a cabo, nomeadamente no que

respeita à ligação entre linguagem audiovisual e tecnologia, à figura do realizador como elemento central na produção de uma peça cinematográfica e aos sentidos criados pelos enquadramentos e pelo processo de montagem na elaboração de conteúdos audiovisuais.

Capítulo 1. Estágio curricular na NEXT

1.1 Um clube centenário

O estágio teve lugar no mesmo ano em que o SC Braga comemorou um século de existência. O clube foi fundado em 19 de janeiro de 1921 e, apesar de se destacar no campo de futebol, brilha também em outras modalidades como, por exemplo, atletismo, natação e futebol de praia.

Hoje, o SC Braga é símbolo de sucesso desportivo em Portugal e no estrangeiro. Contudo, o emblema minhoto teve de lutar muito ao longo do seu trajeto centenário para garantir esse estatuto.

Num momento inicial da sua história, os Gverreiros¹ tiveram dificuldade em manter-se na principal divisão de futebol profissional português. Em 1947, foram campeões nacionais do segundo escalão, mas só garantiram a permanência no primeiro até 1961. Três épocas depois, em 1964, voltaram a assegurar a subida de divisão para em 1965 conquistar a sua primeira Taça de Portugal.

Com a vitória na final da prova rainha do futebol português, o SC Braga garantiu a sua estreia numa competição internacional: a Taça das Taças.

Apesar do crescente nível de qualidade apresentado na década de 1960, os minhotos voltaram a cair de divisão pela terceira, mas última vez, em 1970. Cinco anos depois, asseguraram a subida à primeira liga e nela permanecem até hoje.

Em 1977, realizou-se de forma inédita a Taça Federação Portuguesa de Futebol, cujo vencedor foi o SC Braga. Trata-se do último trofeu conquistado pelo clube no século XX.

2003 é um ano marcante para os Gverreiros. O SC Braga, que até então jogou sempre no Estádio 1º de Maio, ganhou uma nova casa: o Estádio Municipal de Braga. 2003 marca também o início da era de António Salvador na presidência do clube. Nos anos seguintes, o SC Braga alcança um registo inédito na sua história.

Em 2008, conquistou uma competição internacional: a última edição da Taça Intertoto. Trata-se do único clube português a sair vitorioso da prova.

Na década seguinte, cimentou a sua posição de destaque no futebol nacional e fez boas campanhas na Europa. Em 2010, estreou-se na Liga dos Campeões, a maior competição de clubes do mundo. Um ano depois, foi vice-campeão da Liga Europa, prova em que tem marcado presença assídua.

¹ Grafia adotada pelo SC Braga que representa os seus adeptos

2013 assinala a conquista de mais um troféu nacional: a Taça da Liga. Três época depois, em 2016, venceu a sua segunda Taça de Portugal.

Em 2020, conquistou mais uma Taça da Liga e no ano em que comemorou um século desde a sua fundação, conquistou a sua terceira Taça de Portugal.

No século XXI, o SC Braga cresceu muito, principalmente a nível futebolístico. Tal crescimento é acompanhado pela necessidade de investir a nível do marketing e comunicação. Com isto, dá-se o nascimento da NEXT em 2019.

1.2 NEXT

Integrada no site oficial do clube, a NEXT é a televisão online do SC Braga. Trata-se de uma plataforma online com o encargo de transmitir eventos desportivos do emblema, assim como de criar conteúdos diversificados sobre tudo o que está diretamente relacionado com o SC Braga como, por exemplo, a sua ligação com a cidade de Braga e a promoção de marcas parceiras. Ou seja, o principal objetivo da NEXT passa por alimentar a vida virtual do SC Braga e aproximar os sócios e adeptos do clube.

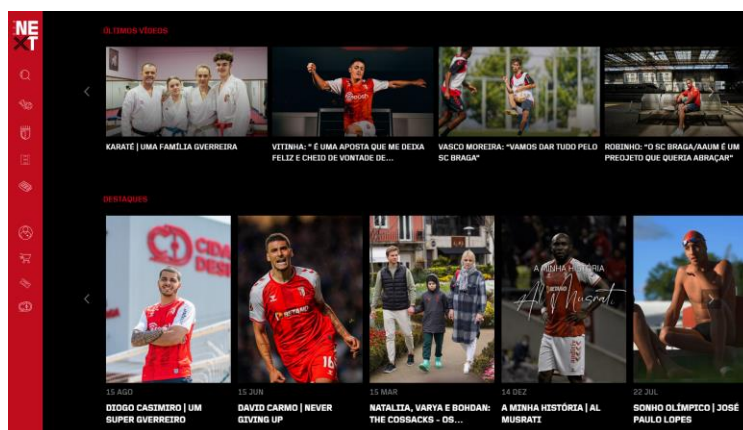


Figura 1 – Página inicial do site oficial da NEXT²

A NEXT é incluída no Departamento de Comunicação do clube e todo o seu corpo profissional está reunido na mesma sala de trabalho. Na sua composição, encontram-se sete videógrafos, quatro jornalistas e uma designer.

Apesar de pertencer ao Departamento de Comunicação dirigido por Alexandre Carvalho, a NEXT tem como Diretor Gonçalo Azevedo Ferreira, responsável pela gestão e distribuição de serviços e pela ligação entre a NEXT e o restante departamento. Com isto, é possível entender que a NEXT tem uma

² Visitar em <https://next.scbra.pt>

certa independência dentro do Departamento de Comunicação, apesar de servir de suporte de criação de conteúdos para o mesmo.

Na NEXT, trabalhei como videógrafo. Entre as funções que desempenhei encontram-se: organização dos sets de filmagem, captação de vídeo e áudio e edição de conteúdos.

Relativamente aos locais de trabalho, a NEXT não opera somente na sala do Departamento de Comunicação. Esta é maioritariamente utilizada para planeamento de projetos, guardar material relacionado com o audiovisual e edição. No que toca à produção, a NEXT trabalha nos seus dois estúdios próprios, um localizado no interior do Estádio Municipal de Braga e o outro num camarote. Opera também no relvado principal, nos campos de treino da Cidade Desportiva e na cidade de Braga.

O estúdio interior conta com três Sony HXR-NX200, uma teia de iluminação afixada ao teto e microfones com transmissor Senheiser conectados ao software de realização TriCaster instalado na cabine de realização.

A NEXT tem ainda um estúdio situado nos camarotes do estádio. Contudo, é apenas utilizado em dias de jogo da equipa principal de futebol masculino em casa. O material é o mesmo que é utilizado no estúdio interior, sendo transportado para o camarote quando necessário.

Dependendo do local em que decorrem as filmagens, existe uma diferença significativa na organização dos sets e no material utilizado. Se, por um lado, dentro do estúdio é possível criar uma estrutura complexa, não só a nível dos equipamentos utilizados – câmaras de estúdio com tripé, microfones, teia de luz, equipamento de realização -, como também no que toca ao cenário próprio de cada programa, por outro, na filmagem de conteúdos ao ar livre, os recursos são mais limitados porque não há praticidade suficiente para filmar da mesma maneira.

Mesmo que a movimentação ao ar livre tenha de ser prudente para não perturbar os colaboradores, equipas técnicas e atletas do SC Braga, todos os locais são livremente utilizados pelos membros da NEXT para a produção de conteúdo.

Os horários de trabalho não são fixos porque dependem muito dos eventos desportivos. Tanto há muito para fazer num curto espaço de tempo como quase não é preciso se deslocar ao estádio para trabalhar.

1.3 Experiência de estágio

A razão que sustentou escolher o SC Braga para estagiar foi a minha paixão pelo desporto, nomeadamente o futebol. Aliando-a à oportunidade de crescimento a nível do audiovisual, achei que seria uma experiência enriquecedora para o meu percurso no meio da comunicação.

Felizmente, a pandemia não teve grande impacto na realização do estágio, uma vez que este começou numa época em que as vacinas para a COVID-19 já estavam a ser administradas à população.

O estágio teve a duração de três meses, com início no dia 27 de setembro e fecho a 27 de dezembro de 2021. As duas primeiras semanas serviram para me integrar na equipa, pelo que acompanhei diferentes profissionais nas suas tarefas, ajudando no que me pediam.

No restante período de estágio, seguiu-se uma rotina semanal. À segunda-feira de manhã, era entregue a todo o departamento a agenda de trabalhos da semana em questão.

Num primeiro momento, fiquei encarregue de operar uma das três Sony HXR-NX200 em programas realizados no estúdio interior. Em comparação com máquinas DSLR, esta câmara é muito mais complexa de trabalhar devido ao enorme leque de definições que apresenta e à forma como o faz. Mesmo em aspetos básicos como zoom, foco e movimento de câmara, o manuseamento é diferente. Contudo, a estranheza com que me deparei inicialmente foi desaparecendo com o decorrer do estágio. Em comparação com DSLRs, este género de câmaras oferece uma qualidade filmica muito superior. De notar que as Sony HXR-NX200 eram suportadas por tripés e estavam conectadas ao programa de realização TriCaster via cabo.

Durante as filmagens em estúdio, recebia ordens do realizador através de uns headphones conectados à câmara, ordens essas relacionadas com o plano que estava a ser gravado, tanto por mim, como pelos meus colegas a operar as restantes Sony HXR-NX200. Infelizmente, não tive a oportunidade de filmar com uma ao ombro em pleno relvado durante a transmissão de programas pré-match³ ou post-match⁴ em dia de jogo.

³ Programa de antevisão de jogos da equipa principal de futebol masculino no Estádio Municipal de Braga. Álvaro Gonçalves é o jornalista e António Caldas e António Costa os comentadores

⁴ Programa de rescaldo de um jogo da equipa principal de futebol masculino no Estádio Municipal de Braga. O jornalista e os comentadores são os mesmos do programa de antevisão



Figura 2 – Frame de um pré-match⁵



Figura 3 – Frame de um post-match⁶

A minha estreia aconteceu com o Planeta Braga, programa de vertente opinativa apresentado por Diogo Pereira, jornalista da NEXT, em que duas figuras históricas do clube, Barroso e Rui Casaca, comentam os mais recentes acontecimentos ligados ao SC Braga. Durante as filmagens, fiquei encarregue, então, de operar uma Sony HXR-NX200 e as minhas funções durante a gravação eram captar o plano principal de Rui Casaca, centrado no ecrã, e proporcionar um plano alternativo de Barroso, enquadrado no terço direito do ecrã. Entretanto, passei também a editar o conteúdo em pós-produção.



Figura 4 – Plano geral do Planeta Braga⁷



Figura 5 – Plano principal de Rui Casaca



Figura 6 – Plano principal de Barroso



Figura 7 – Plano alternativo de Barroso

O programa de eleição da NEXT para editar vídeos é o Adobe Premiere Pro. Apesar de já me sentir confortável com o programa, durante a minha experiência de estágio fui recebendo críticas construtivas que me ajudaram a aprimorar a minha capacidade de edição, nomeadamente no que diz respeito à correção de cor, corte de vídeo e balanceamento de volume⁸, aspetos diretamente ligados à linguagem

⁵ Ver em <https://youtu.be/dC5iNSrQLUK>

⁶ Ver em <https://youtu.be/YGLplqvELjc>

⁷ Ver em <https://youtu.be/kiHjYqTM1uE>

⁸ Em determinados conteúdos como, por exemplo, antevídeos, é necessário balancear o volume das declarações dos entrevistados, assim como da faixa sonora de fundo para tornar a peça audiovisual coerente

audiovisual. Para além disso, sugeriram-me que deixasse conteúdos pré-editados antes das gravações para agilizar o processo de pós-produção. Refiro-me, por exemplo, a sequências de imagens relativas a jogos que serviam para ilustrar o assunto sobre o qual os convidados estavam a opinar, à mosca com o símbolo da NEXT intercalada com o logotipo de celebração do centenário do clube localizada no canto superior direito do ecrã, ao rodapé que passa mensagens sobre o que está a ser discutido e, evidentemente, à introdução e aos créditos específicos de cada programa.



Figura 8 – Exemplo de uma imagem de apoio. Neste caso, complementa de forma visual o comentário de Rui Casaca sobre a exibição de Ricardo Horta durante a partida

O Perfil Gverreiro é outro programa de estúdio que tive a oportunidade de assistir na gravação ao ficar encarregue do plano que isola a apresentadora. Ao contrário do anterior, é executado num ambiente mais intimista, pois trata-se de uma entrevista a lendas do SC Braga. Mais uma vez, a linguagem audiovisual é adotada na elaboração de um programa, sendo que, no caso em questão, o seu propósito é produzir um tom mais sentimental que conecte o espectador ao entrevistado e ao clube.

Enquanto que o cenário minimalista e frio do Planeta Braga apresenta uma personalidade mais séria, inspirado em programas televisivos de temática desportiva, o Perfil Gverreiro é uma peça mais pessoal e aborda assuntos sensíveis ligados à carreira dos entrevistados. A própria linguagem adotada pelos dois programas é completamente diferente. No caso do Planeta Braga, existe uma sequência de eventos a discutir preparada antes de o realizador dar luz verde para o início da gravação. O jornalista coloca um tema em cima da mesa e os dois comentadores falam a seu respeito à vez. Por outro lado, no Perfil Gverreiro, o entrevistado é convidado para uma jornada em que relembra o seu percurso profissional, principalmente quando passou pelo SC Braga. Neste caso, a jornalista, Alexandra Alves, está mais próxima do entrevistado, não só espacialmente, como emocionalmente. Isto acontece muito por conta do cenário e do set de luz quente que promovem um ambiente mais familiar.



Figura 9 – Frame do Perfil Gverreiro de Goiano, ex-futebolista do SC Braga⁹



Figura 10 – 1º plano de Alexandra Alves



Figura 11 – 2º plano da jornalista, mais fechado

Já no estúdio que fica situado no camarote, gravei uma edição do programa Banco de Titulares, um género de conversa entre antigos colegas do clube, mas não foi publicada, e ajudei nas transmissões em direto de pré-matches e post-matches. Este estúdio também tem uma teia de luz própria, apesar de ser mais humilde em comparação com a do estúdio interior. O material de filmagem, captação de áudio e realização é o mesmo do estúdio interior, transportado para o camarote quando necessário. Portanto, dois estúdios e um único set de material, exceto no que diz respeito à luz. O realizador dos programas que têm lugar no camarote não está instalado numa cabine à parte como no estúdio interior, ficando apenas um pouco afastado das filmagens, atrás das câmaras, mas dentro do camarote.

Seguindo para a Cidade Desportiva, complexo da formação do SC Braga, fui, gradualmente, ficando encarregue da gravação de antevisões das equipas da formação. Neste caso, tive mais liberdade no que toca ao que filmar. O próprio equipamento utilizado era diferente. Ao invés das pesadas e complexas câmaras de estúdio, utilizei DSLRs, nomeadamente, o modelo AIII da Sony, suportadas por um *gimbal* Ronin. A captação de áudio, assim como em estúdio, era feita com microfones lapela diretamente conectados à DSLR a ser utilizada.

⁹ Ver em <https://youtu.be/2m60tmPgDog>



Figura 12 – Frame da antevisão do jogo entre SC Braga e FC Famalicão a contar para a 13ª jornada da Liga Revelação 2021/2022¹⁰

O maior obstáculo em produções ao ar livre é mesmo a luz porque exige um manuseamento constante das definições da câmara – abertura de lente, velocidade de captura, ISO e balanço de brancos – dependendo da situação meteorológica e da distância relativa aos elementos a filmar. Por exemplo, as definições que usei num dia de céu limpo não foram as mesmas com que trabalhei num dia nublado, pois a qualidade e a quantidade de luz que entra na câmara é diferente dependendo da situação. Para controlar a qualidade da luz, utiliza-se o balanço de brancos, que prepara a câmara para capturar diferentes tipos de luz. A luz solar é diferente da luz de uma lâmpada incandescente.

Num treino, se quisesse filmar um jogador do qual não me podia aproximar para não atrapalhar o seu trabalho, tinha de aumentar o zoom para o enquadrar no plano, aspeto que está diretamente relacionado com o parâmetro da abertura de lente. Ao fazê-lo, tinha de ajustar os restantes indicadores porque ao fazer zoom, a lente fecha, e quanto menor for a abertura de lente, menos luz é captada pelo sensor. Para compensar, é preciso calibrar a câmara a partir dos outros parâmetros. No caso, isso é conseguido diminuindo a velocidade de captura e/ou aumentando os valores do ISO. Se as gravações não corressesem da melhor forma, tinha de trabalhar o conteúdo em pós-produção para o deixar com o melhor aspeto possível.

Em estúdio, é possível controlar a teia de iluminação que fica no teto. No meu caso, nunca tive de regular a luz que provinha da teia porque quem trata disso é o realizador, função que apenas observei outro profissional executar. Como com as câmaras de estúdio também não fazia movimentos bruscos durante as filmagens, não era necessário estar a preocupar-me com a regulação dos parâmetros que descrevi. Qualquer ajuste que fosse necessário fazer era comunicado pelo realizador durante a gravação. Na maioria dos casos, os ajustes estavam relacionados com foco.

¹⁰ Ver em <https://fb.watch/f4sgtuFGPI>

Ao filmar ao ar livre estamos sujeitos às condições climáticas e, quando não é possível ajustar na perfeição os parâmetros da câmara, temos de trabalhar mais o conteúdo na pós-produção. Ainda assim, é possível manipular a quantidade de luz que o sensor capta, mexendo nas definições da câmara, nomeadamente na abertura de lente, na velocidade de captura e no ISO, aspetos que aprendi a controlar melhor à medida que fui criando conteúdos para a NEXT.

Para além da realização de antevisões, que ficaram cada vez mais a meu cargo com o passar do tempo, também auxiliei outros videógrafos na filmagem de vídeos institucionais dentro e fora das instalações do SC Braga. Uma maior variedade de planos possibilita criar um ritmo mais apelativo na edição através do corte e, assim, chamar mais a atenção do público com o produto final.

Em alguns casos, filmava planos alternativos aos de outro videógrafo para a versão final da peça ter um ritmo alto e não ficar aborrecido para quem vê. Em outros, filmei paralelamente a outros colegas porque o guião assim exigia. Refiro-me à necessidade de mostrar mais do que uma ação a acontecer num mesmo espaço de tempo. Enquanto que eu acompanhava um dos protagonistas durante a gravação, outro colega seguia outro personagem e, numa fase de pós-produção, intercalavam-se as gravações e, assim, criava-se uma narrativa mais rica do que se fosse uma montagem simples.

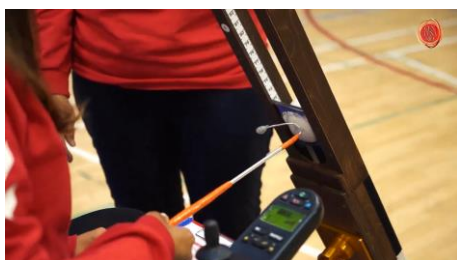


Figura 13 – Frame de uma peça sobre o arranque de época de Boccia¹¹



Figura 14 – Frame de uma entrevista com André Laximicant, futebolista do clube¹²



Figura 15 – Frame de um vídeo promocional com a Só Barroso¹³



Figura 16 – Frame de um vídeo sobre uma campanha de alimentos de Natal¹⁴

¹¹ Ver em <https://fb.watch/f4sUA825Ft>

¹² Ver em <https://youtu.be/BB8GDIINM4s>

¹³ Ver em <https://fb.watch/f4tmENgZvl>

¹⁴ Ver em <https://youtu.be/lyPi58qgaPw>

Por último, cheguei a ter trabalho que não me obrigava a sair da sala do departamento. De modo geral, envolvia apenas a edição de blocos de imagens de jogadores da equipa principal de futebol masculino. Basicamente, selecionava as melhores imagens dos jogadores do plantel e fazia uma compilação com cortes simples, sem áudio e com duração máxima de dois minutos. Um trabalho simples, mas cujo material serviria de apoio para entidades que costumam pedir filmagens de jogadores aos clubes para complementarem, por exemplo, programas de opinião televisivos sobre futebol.

1.4 Processo criativo

Tirando em programas de estúdio, cuja execução é mais “mecânica”, elaborei um processo que me ajudou a desenvolver conteúdos em que a liberdade criativa era permitida. Refiro-me, nomeadamente, a conteúdos gravados ao ar livre e, mais especificamente, a antevisões de jogos da formação.

Primeiro, escolhia o material que ia utilizar. Dependendo do conteúdo a filmar, utilizava lentes com diferentes distâncias focais e podia, ou não, recorrer à utilização de um estabilizador ou de um tripé. De modo geral, utilizava uma lente 18-55mm para filmar declarações e alguns planos em que estava próximo dos atletas. Como não era necessário fazer movimentos bruscos durante as declarações, utilizava sempre um *gimbal* Ronin para a imagem não ficar tremida. Em momentos em que era obrigado a me distanciar, utilizava lentes 70-200mm e 100-200mm para filmar. Neste caso, o estabilizador era dispensado devido ao tamanho e peso das lentes.

No caso de antevisões, em que não se pode aproximar muito dos atletas durante os treinos, lentes com maior distância focal ajudam a capturar planos individuais de jogadores. Por outro lado, lentes 18-55mm, que se aproximam muito ao olho humano, servem perfeitamente para filmar declarações, já que os sujeitos estão relativamente perto da câmara.

De qualquer modo, independentemente da antevisão, pedia sempre auxílio ao jornalista que me acompanhava para proceder ao corte das declarações dos envolvidos para depois encaixar no produto final. Assim, não só me conseguia concentrar mais na seleção das imagens do treino propriamente dito, como tinha a certeza de que só declarações relevantes fariam parte da sequência. As declarações eram sempre intercaladas com *b-roll*⁵.

⁵ Sequências de vídeo alternativas que complementam a filmagem principal

Por se tratar de uma grande instituição que tem de responder aos seus adeptos de forma rápida e com qualidade, tinha de entregar a versão final dos vídeos o mais rápido possível. Cheguei, por isso, a ter de ficar até mais tarde no estádio para deixar a edição de alguns programas concluída. Para além disso, como não existe horário de trabalho fixo, em algumas situações, tive de chegar mais cedo ao estádio para criar determinados conteúdos, pela tarde não tive grandes afazeres e à noite voltava a ter trabalho para completar. Portanto, foi preciso manter uma mentalidade aberta para lidar com horários flexíveis.

1.5 Balanço do estágio

Como nunca tinha trabalhado com profissionais da área da comunicação num ambiente também profissional, o estágio curricular no SC Braga foi uma experiência bastante enriquecedora a todos os níveis.

De facto, a diversidade de conteúdos que a NEXT produz fez com que tivesse de deixar a zona de conforto, algo que foi facilitado pelo vasto leque de equipamentos de que o Departamento de Comunicação dispõe. Para além disso, ao longo do estágio, os meus colegas foram criticando construtivamente a minha performance, o que me ajudou a evoluir. Todos estes aspetos poliram as minhas capacidades enquanto criador de conteúdo em pré-produção, produção e pós-produção.

Assim, é necessário referir que a colaboração entre todos os elementos, não só da NEXT, como também do próprio Departamento de Comunicação, é crucial para a realização da comunicação atual do SC Braga. Afinal, diferentes perspetivas aprimoram conteúdos.

A maioria das aprendizagens que marcaram o meu estágio estão relacionadas com aspetos técnicos da linguagem audiovisual, tema que decidi, portanto, abordar no capítulo seguinte. Não só aprimorei a minha capacidade para operar máquinas DSLR em termos de manipulação de aspetos como abertura de lente, velocidade de captura, ISO e balanço de brancos, como também a nível criativo. Em diversos momentos, os meus colegas também me ofereceram diferentes pontos de vista no que toca a planos, enquadramentos, movimentos de câmara e edição, que aprimoraram a minha técnica.

Foi no estágio que me estreei na utilização de câmaras de estúdio. Primeiramente, estranhei manusear as Sony HXR-NX200 pelo seu aspeto intimidante e por exigirem maior cuidado e atenção do que DSLRs. Para além disso, em comparação com estas, a aplicação de movimentos de câmara, zoom e ajuste do foco em câmaras Sony HXR-NX200 é diferente. Refiro estes três aspetos por terem sido os

mais recorrentes com que me deparei a utilizar durante o estágio. Contudo, à medida que fui gravando programas, o desconforto foi desaparecendo.

Outro momento em que ganhei experiência foi na montagem dos sets de estúdio. Não só tive a oportunidade de montar o equipamento a ser utilizado tanto no estúdio interior para os programas Planeta Braga e Perfil Gverreiro, como também ajudei a transportar e a organizar o set de filmagem no camarote em dias de jogo para a transmissão em direto de pré-matches e post-matches. Como a linguagem de cada programa é diferente, a organização de cada set também o é. Esta foi uma das razões que me motivaram a estudar um pouco mais o campo da linguagem audiovisual.

Como estamos a falar de um ambiente profissional em que todos remam para o mesmo lado, em alguns momentos tive a oportunidade de auxiliar outros colegas no seu trabalho, seja gravando diferentes perspetivas para determinado conteúdo ou ajudando a transportar material. Por outro lado, também os meus colegas me ajudaram a mim em diversas ocasiões com críticas construtivas ao meu trabalho que, posteriormente, me ajudaram a evoluir, não só em tudo o que diz respeito à produção de conteúdos, como também no que se relaciona com a etapa de pós-produção.

Trabalhar num ambiente profissional demanda mais de nós porque existe uma determinada pressão para fazermos o nosso trabalho direito e o mais rápido possível. Contudo, também permite aprimorar as nossas capacidades profissionais e pessoais.

No próximo capítulo, falamos de linguagem audiovisual, tema pelo qual fui ganhando curiosidade com o decorrer do estágio porque nenhum dos conteúdos que a NEXT produz partilha a mesma linguagem. Assim, algumas peculiaridades da linguagem audiovisual adotadas pela NEXT são: a utilização de diferentes tons de narrativa e de cenário para diferentes programas; a busca por uma edição elaborada e com um ritmo de corte apropriado que estimule interesse no espectador; o impacto do equipamento, isto é, da tecnologia, na criação de conteúdos; e a realização como poder de controlar aquilo que o espectador consome. Estes atributos fazem parte da imagem da NEXT e estão integrados no conceito de linguagem audiovisual.

Capítulo 2. Como o audiovisual se tornou linguagem

Para se compreender a linguagem audiovisual, é essencial assimilar a sua origem e evolução. Em outros termos, é necessário entender, primeiramente, como o cinema se tornou numa linguagem e, num segundo momento, como essa linguagem se encontra em constante mudança por conta da evolução tecnológica.

2.1 Linguagem e audiovisual

Ferdinand de Saussure é nome de destaque no campo da Linguística, mas a sua obra não se limita apenas a essa área. Nas teorias semióticas, “estende-se também aos sistemas que se organizam a partir de signos de outras naturezas (como os visuais ou sonoros)” (Santos, Vargas & Cardoso, 2009, p. 36).

A definição de linguagem de Saussure não é separada da língua, pois, para o linguista, a língua é “o único meio pelo qual se pode compreender a primeira” (Milhomens, 2020, p. 28). Para Saussure, “a linguagem é demasiado vasta e pertence a domínios imateriais e subjetivos” (Milhomens, 2020, p. 28).

Um único sujeito é incapaz de partilhar uma língua. Por isso, “a língua não pode existir se não for de forma coletiva”, isto é, se não for adotada por uma comunidade. Desta forma, é possível entender que “não se aprende a linguagem se não for por meio de paisagens sonoras já conformadas pelo meio social do falante” (Milhomens, 2020, p. 29). A criação do cinema no século XIX fez com que a sociedade presenciasse o nascimento de uma linguagem típica do meio. Falamos da linguagem cinematográfica ou audiovisual.

Na visão de José Melo (2010), os termos “linguagem cinematográfica” e “linguagem audiovisual” são sinónimos, pois é no cinema que a linguagem audiovisual tem a sua génese (p. 188).

Segundo o Vocabulário de Cinema de Marie-Thérèse Journot (2005), etimologicamente, audiovisual é “o termo que designa qualquer obra constituída por imagens e sons” (Ribeiro, 2008, p. 9). A linguagem cinematográfica é, portanto, o “conjunto de formas de organização artificial da imagem e do som que utilizamos para transmitir ideias ou sensações, ajustando-o à capacidade humana de percebê-las e compreendê-las” (Bravo, 2006, p. 27).

O termo audiovisual nasceu quando a imagem e o som convergiram pela primeira vez num filme. As primeiras obras cinematográficas “não possuíam som sincronizado com imagem” (Ribeiro, 2008, p.

9), sendo que uma orquestra acompanhava a projeção do filme numa sala para contornar a situação. Em 1927, o filme *The Jazz Singer*, de Alan Crosland, tornou-se a primeira película com imagem e som sincronizados (Ribeiro, 2008, p. 9).

Nas décadas de 1920 e 1930, a televisão também estreou peças com imagem e som sincronizados e promoveu, assim, o desenvolvimento do meio, “dando ao conceito audiovisual uma maior dimensão e coerência” (Ribeiro, 2008, p. 9). Contudo, devido à sua primazia histórica, foi o cinema que “determinou a criação da linguagem cinematográfica (...), cujos signos formam a base expressiva para todas as tecnologias dele derivadas” (Melo, 2010, p.188).

Falar em linguagem audiovisual é falar em cinema. Ao tornar-se independente do teatro com seus códigos próprios, o cinema chamou a atenção de diversos teóricos que “se dedicaram a explorá-lo como meio dotado de linguagem” (Milhomens, 2020, p. 17). Assim, depois da estreia de *The Jazz Singer*, surgiu o termo “linguagem audiovisual” (Milhomens, 2020, p. 17).

Um produto audiovisual é o resultado da combinação entre imagens e sons e, para ser percebido pelo mundo, utiliza uma linguagem própria. A obra é “atraída e percebida em simultâneo pelo olho e pelo ouvido, provocando no leitor-espectador uma experiência sensorial” (Ribeiro, 2008, p. 14).

Para Ribeiro (2008), um dos aspetos de maior relevância no que toca à linguagem audiovisual é o espaço, “pois toda a narrativa ocorre num determinado espaço” (p. 14). Salbego (2006, citado em Ribeiro, 2008) afirma que, independentemente de ser fixa ou não, “toda e qualquer imagem está inscrita num espaço e num tempo” (p. 17). E, apesar de as imagens num filme atuarem num espaço a duas dimensões, “o espectador cria uma impressão tridimensional” a partir das mesmas (Ribeiro, 2008, p. 14). O espaço e o tempo são aspetos importantes da linguagem audiovisual implementados por técnicas como, por exemplo, o enquadramento e a montagem.

O ecrã apresenta uma realidade bidimensional ao projetar um filme, mas o espectador imagina uma realidade tridimensional a partir do mesmo. A narrativa “situa-se num espaço e num tempo que o espectador imagina além daquilo que está a ver” (Vieira, 2009, p. 5). Ou seja, “a impressão que temos é a de vermos uma porção desse mundo limitada por um quadro” (Vieira, 2009, p. 5). Assim, é possível perceber que é através da linguagem audiovisual que se cria o efeito tridimensional dos filmes.

De facto, o cinema tem passado por diversas mudanças ao longo das décadas por caminhar paralelamente com a evolução tecnológica. Enquanto que a história da linguagem audiovisual é a

história do cinema, esta, por sua vez, é a história da tecnologia que foi colocada ao seu serviço, mesmo que parcialmente.

Com o passar das décadas, o cinema tornou-se gradualmente uma linguagem, isto é, “uma forma na qual e pela qual um artista pode expressar seu pensamento, tão abstrato quanto ele seja, ou traduzir suas obsessões exatamente como fazem (...) o ensaio ou o romance” (Astruc, 2007, p. 221). Para Martin (2005), o cinema é o “processo de conduzir uma narrativa e de veicular ideias” (p. 22), isto é, uma linguagem.

Hoje, “o cinema não apresenta uma linguagem única, compondo-se de constantes” (Peixoto, 2014, p. 16). Isto acontece porque, tal como outras formas de arte, o cinema é um meio de expressão.

O conteúdo audiovisual é um método de comunicação eficaz: como fonte de informação, entretém os consumidores com objetivos comerciais ou de lazer (Rodrigues, 2018, p. 12). A sua produção é fácil e barata. Com isto, “as grandes empresas criam conteúdos de entretenimento na tentativa de conseguir um comprometimento maior” (Rodrigues, 2018, p. 12) por parte dos consumidores.

Embora o cinema evolua, há um “conjunto de regras e princípios” (Rodrigues, 2018, p. 12) que constitui a linguagem cinematográfica que resiste à mudança. Existem técnicas e símbolos “que se mantêm presentes e tornam possível a identificação de um filme como cinema e não como mera gravação e junção de imagens” (Rodrigues, 2018, p. 18).

Linguagem audiovisual é aquilo que permite que um filme seja entendido como tal. Quem lê este texto consegue percebê-lo porque absorveu a Língua Portuguesa. Mas, para fazer uso dela, é preciso respeitar certas regras. Não é correto ordenar palavras aleatoriamente. O mesmo se aplica ao cinema. Um filme construído ao acaso não é entendido. Este é um aspeto da linguagem audiovisual a explorar nos capítulos seguintes.

2.2 Cinema e o poder da linguagem

O cinema surgiu no final do século XIX a partir da fotografia. A sua invenção “foi um fenómeno sistémico que ocorreu um pouco por todo o mundo” (Nogueira, 2017, p. 35), pois a criação de “fotografia em movimento” tratou-se um desafio abraçado por vários inventores como Joseph Plateau, responsável pelo fenaquistoscópio (1832), Charles-Émile Reynaud, pai do praxinoscópio (1873) ou

William Dickson que, em 1891, "criou um aparelho capaz de capturar imagens numa tira de celuloide" (Nogueira, 2017, p. 36).

Contudo, a responsabilidade pela invenção do cinema é muitas vezes atribuída a Auguste e Louis Lumière, inventores do cinematógrafo (1891), "a primeira máquina de filmar móvel e manual sem necessidade de energia elétrica" (Nogueira, 2017, p. 36) e que "permitia também projetar o filme gravado" (Nogueira, 2017, p. 36).

Do cinema emergiu a linguagem audiovisual. Ainda na sua forma embrionária, foi aplicada pelos primeiros produtores nas suas peças de forma experimental para se perceber o que funcionava e o que não resultava em relação ao público (Pereira & Prado, 2011, p. 7). Ao longo do século XX, o cinema foi-se afastando das artes oitocentistas com um leque de procedimentos cada vez mais rico.

O audiovisual tem a capacidade de manipular o sentido das dimensões do tempo e do espaço. Assim, é possível entender que o cinema "atua numa esfera que conjuga espaço e tempo, locação e deslocamento, o passado, presente e futuro em permanente transformação" (Coutinho, 2005, p. 3).

A linguagem audiovisual é um instrumento de poder com características muito particulares. Tem a capacidade de conduzir a sociedade e alterar o seu comportamento. De facto, em alguns momentos do século XX, a linguagem audiovisual teve um papel determinante na definição do rumo político e ideológico que a humanidade tomou através, por exemplo, dos filmes de propaganda nazi da cineasta alemã Leni Riefenstahl durante o Terceiro Reich (1933-1945). A política viu no meio televisivo a possibilidade de "atingir os cidadãos mais isolados, que nunca haviam experimentado os efeitos das telas, com o gigantesco impacto da linguagem audiovisual" (Guatelli, 2021, p. 42).

Segundo Vilém Flusser (2017), a evolução dos meios de comunicação que o mundo testemunha tem um impacto no quotidiano das pessoas com mais "intensidade do que tendemos habitualmente a aceitar" (p. 123). Na escala temporal das adaptações humanas, enquanto que outras formas de comunicação enfrentaram longos períodos para serem questionadas, elaboradas e difundidas, "o advento da reprodutibilidade técnica das imagens e sons foi praticamente instantâneo" (Guatelli, 2021, p. 12), originando "efeitos de desestabilização da ordem social" (Guatelli, 2021, p. 12).

O fácil acesso à tecnologia de que a humanidade dispõe hoje torna imprescindível uma "adaptação do conhecimento" (Guatelli, 2021, p. 20) e uma "maior preocupação com a universalização dos métodos de decifração e produção das mensagens audiovisuais" (Guatelli, 2021, p. 20).

O ser humano é dotado de sentidos. Aprende a ouvir e a ver a partir do momento em que vem ao mundo. Por isso, o ato de absorver uma obra audiovisual é tão fácil e intuitivo que muitos não têm consciência da sua sintaxe.

Serguei Eisenstein, cineasta russo cujo impacto no desenvolvimento da linguagem audiovisual será explorado mais a fundo na secção seguinte, teve particular interesse em mostrar como os sentidos do Homem podem ser enganados pelas técnicas da linguagem cinematográfica (Guatelli, 2021, p. 20). Através do processo de montagem de um filme, os significados multiplicam-se, transformam-se e enganam os sentidos do ser humano (Guatelli, 2021, p. 20).

Para Caio Guatelli (2021), o audiovisual tornou-se um “instrumento indispensável para a comunicação contemporânea” (p. 21) e “ganha a cada dia um papel mais relevante na fundamentação de um novo ciclo da civilização e das suas organizações sociais” (p. 23).

O cinema reforçou as práticas de manipulação social através de uma linguagem camuflada. Diversas técnicas de persuasão foram utilizadas por líderes populistas como, por exemplo, Joseph Stalin, com o cinema mudo, ou, num caso mais recente, Donald Trump, com a plataforma YouTube. Segundo Guatelli (2021), estamos perante uma “inflexão do sistema comunicacional sem precedentes provocada, essencialmente, por uma revolução dos meios que encontraram no ambiente digital uma forma instantânea de disseminação global” (p. 23).

A linguagem audiovisual começou a ser utilizada em prol das instituições no início do século XX, “época em que o cinema criava a sua linguagem sem contar com a amarração da palavra para dar sentido às narrativas” (Silva, 2015, p. 1) e em que se entendia que “as narrativas e os efeitos desejados poderiam ser provocados simplesmente com um jogo de edição e montagem” (Silva, 2015, p. 1). O filme *O Nascimento de uma Nação*, de 1915, dirigido por David Griffith, outro nome de relevo no desenvolvimento da linguagem cinematográfica, mostrou que o cinema podia ser um “eficiente método de comunicação e persuasão das massas” (Guatelli, 2021, p. 28).

A obra retrata a divisão política americana entre norte e sul. Nela, Griffith mostra a raça negra como ignorante e agressiva e, por outro lado, engrandece a Ku Klux Klan. Ou seja, através das imagens, o diretor reforça a tendência de segregação racial nos Estados Unidos da América (EUA). Com *O Nascimento de uma Nação*, outros produtores passaram a acreditar na capacidade do cinema em conduzir a ideologia política da sociedade (Guatelli, 2021, p. 28).

Na Alemanha do início do século XX, o Império Alemão também usou a linguagem audiovisual como arma de propaganda com a criação de uma empresa cinematográfica em 1916 com foco em documentários de guerra denominada Deutsche Lichtbild-Gesellschaft (Guatelli, 2021, p. 28). Por outro lado, na União Soviética, Eisenstein e Dziga Vertov, que viam na “edição e montagem recursos para criar efeitos de sentido (...) político favorável à revolução” do país (Silva, 2015, p. 1), eram nomes de peso na lista de diretores que realizavam peças cinematográficas de teor político.

O título de maior notoriedade de Eisenstein é *A Greve*, de 1924, encomendado pelo governo totalitário soviético. Na opinião de Saraiva (2015), “o mais célebre dos procedimentos de *A Greve* é a montagem [presente no desfecho filme] que associa o massacre final dos operários com imagens do sacrifício de um touro no matadouro” (p. 122). Note-se que Eisenstein, na altura em que lançou *A Greve*, já superava Griffith, autor de referência, em termos de técnica com a sua “expressão original através da montagem” (Guatelli, 2021, p. 29).

No caso de Vertov, o cineasta é responsável pelo Cine-Olho. Ao contrário de Griffith e Eisenstein, Vertov abominava a encenação nos filmes e, por isso, preocupou-se em produzir documentários sobre a realidade do quotidiano na União Soviética, sem deixar de lado os problemas vividos pela população (Araújo, 2010, p. 11). O audiovisual tem uma linguagem característica e a ideia de Vertov passava por usar os seus recursos para construir uma narrativa capaz de ser compreendida em qualquer parte do mundo (Araújo, 2010, p. 11).

Eisenstein e Vertov eram alunos de Lev Kuleshov, um dos fundadores e professores da Escola Estatal de Cinema de Moscovo, inaugurada em 1919 como a primeira escola de cinema do mundo. Kuleshov acreditava que “um filme é construído na mesa de montagem” (Abreu, 2014, p. 30) e o realizador é o seu “verdadeiro e único autor” (Abreu, 2014, p. 30).

A experiência mais consagrada de Kuleshov é o efeito Kuleshov. Consistiu na “intercalação de um plano de um ator (...) com uma expressão neutra, isto é, inexpressiva, com três planos distintos” (Abreu, 2014, p. 30).



Figura 17 – Efeito Kuleshov

Em três sequências, o plano do ator é alternado com um prato de sopa em cima de uma mesa, uma criança morta num caixão e uma mulher deitada num sofá. A partir da expressão do ator, é possível sentir diferentes emoções consoante a sequência. A primeira transmite fome, a segunda sugere tristeza e a terceira dá a sensação de desejo.

Vsevolod Pudovkin, aluno de Kuleshov, dizia que ao se conectar “um plano de um ator sorrindo com outro de um revólver pronto a disparar e seguindo com um terceiro plano do mesmo ator aterrorizado, a personagem expressaria cobardia” (Abreu, 2013, p. 32). Por outro lado, ao se inverter a ordem dos planos, “a mesma personagem transmitiria heroísmo” (Abreu, 2013, p. 32). Concluindo, o processo de montagem produz sentido no filme.

Com a Europa destruída pela Primeira Guerra Mundial, Hollywood consolidou a sua dominância na indústria cinematográfica. Os géneros Western e Noir “lotavam salas e afirmavam-se como uma linguagem popularmente palatável” (Guatelli, 2021, p. 32).

Também a linguagem televisiva viu os métodos audiovisuais expandirem-se com a evolução tecnológica. A possibilidade de se utilizar o novo e leve equipamento com equipas reduzidas de jornalistas permitiu maior mobilidade e recetividade (Guatelli, 2021, p. 41). As imagens “compõem narrativas e (...) contribuíram fortemente para a criação de uma linguagem (...) da qual o telejornalismo veio a se aproximar” (Silva, 2015, p. 2).

A televisão, apesar de apresentar uma complexidade própria em termos de signos, pois é influenciada por outros meios para além do cinema como, por exemplo, a rádio e a fotografia, “tem como linguagem de base o cinema” (Araújo, 2010, p. 1), pois “a expressão cinética da qual o meio televisivo vale-se hoje é justamente consequência (...) da expressão cinética descoberta e aperfeiçoada pelo cinema” (Araújo, 2010, p. 2).

As novas tecnologias também mudaram a linguagem do cinema com “qualidades estéticas que renovaram as mensagens cinematográficas” (Guatelli, 2021, p. 41). Com isto, novos géneros de cinema surgiram, com destaque para o Documentário Moderno e para o Cinema Novo (Guatelli, 2021, p. 41). Em pouco mais de um século de existência, a linguagem audiovisual tornou-se um sistema essencial para a comunicação humana e o mais popular na contemporaneidade.

Para Eisenstein, “o audiovisual é político, mas enfatiza que as suas capacidades ideológicas superam qualquer outra forma de expressão” (Guatelli, 2021, p. 94). Nenhuma outra arte tem a capacidade de “alcançar a perfeição da expressão do cinema” (Guatelli, 2021, p. 94).

2.3 O impacto de Griffith, Eisenstein e Vertov no desenvolvimento da linguagem audiovisual

A evolução da tecnologia e dos meios de comunicação tornou complicada a análise da linguagem audiovisual numa camada superficial. Para entendermos, de facto, os recursos da cinematografia, é necessário estudar o contributo de três diretores para a sua definição: David Griffith, Serguei Eisenstein e Dziga Vertov. Segundo Juliano Araújo (2010), os três “foram eleitos como expoentes da produção cinematográfica das primeiras décadas do século passado” (p. 1) e suas “estratégias de produção estão presentes até hoje nos principais géneros [de cinema]” (p. 1).

O cinema contemporâneo teve a sua génese nas técnicas de montagem desenvolvidas nos EUA durante as primeiras décadas do século XX. Griffith foi o seu grande impulsionador (Abreu, 2013, p. 28).

Griffith foi responsável por estabelecer as “bases do modelo de produção industrial cinematográfico hollywoodiano” (Araújo, 2010, p. 3). Reforçou a importância do realizador na produção de filmes e atribuiu “coerência, precisão e funcionalidade ao que antes era feito sem planeamento” (Araújo, 2010, p. 3). Em suma, procurou “tornar o cinema eficiente ao explorar os seus próprios recursos” (Araújo, 2010, p. 3).

O cineasta norte-americano começou por produzir curtas-metragens para a Biograph Company, entre 1908 e 1913 (Lang & Griffith, 1994, p. 28). Quando saiu da produtora, dedicou-se às longas porque acreditava que seriam a moda das décadas seguintes e marcou o seu nome na história da linguagem audiovisual com a conceção da montagem paralela¹⁶ (Lang & Griffith, 1994, p.29).

A montagem é a especialidade do cinema na década de 1920. O seu poder está em construir cenas a partir de fragmentos independentes, “onde cada um concentra a atenção do espectador apenas naquele elemento importante para a ação” (Araújo, 2010, p. 5). Contudo, a montagem não deve ser executada de forma aleatória. É necessário criar um sentido ou o espectador não entenderá o filme.

Griffith não criou a linguagem audiovisual, mas propôs uma primeira estruturação do que viria a ser a linguagem do cinema com os experimentos realizados nos primeiros anos da sétima arte. Foi o primeiro cineasta a organizar as técnicas do cinema e a transformá-las num meio de expressão (Abreu, 2013, p. 29). Por isso, é conhecido como o pai da linguagem cinematográfica.

O contributo de Griffith para o desenvolvimento da linguagem do cinema estende-se à aplicação de enquadramentos mais fechados como, por exemplo, o plano americano¹⁷ e o primeiro plano¹⁸ (Araújo, 2010, p. 5) e ainda as noções de campo e contra-campo¹⁹ (Araújo, 2010, p. 6). O plano aparece em Griffith com a função de definir o que vemos na tela e guiar a nossa atenção para detalhes específicos de forma propositada (Araújo, 2010, p. 5). Desta forma, é possível entender que “o plano surge (...) como um elemento importante para manejar afetos e emoções do (...) espectador” (Araújo, 2010, p. 6). A montagem de Griffith “valoriza a fluência, a sucessão lógica (continuidade) e o ritmo acelerado (alternância de planos) que hipnotiza a plateia” (Araújo, 2010, p. 7).

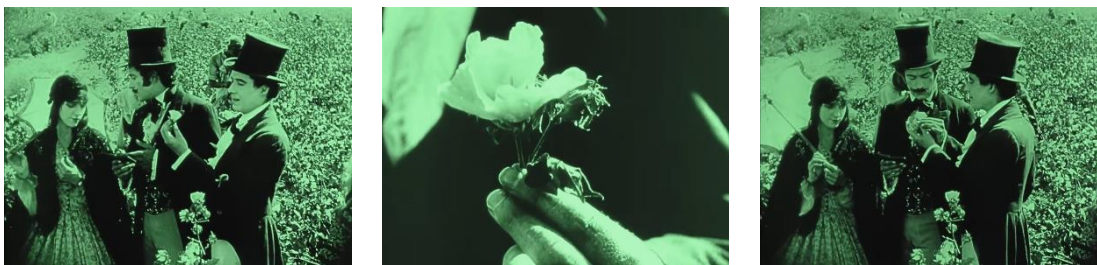


Figura 18 – Frames de *O Nascimento de uma Nação* (1915). O espectador entra na cena guiado pelo plano de detalhe. Inicialmente, é-nos apresentado um primeiro plano em que um dos três personagens em tela segura uma flor. Em seguida, vemos essa flor em detalhe, recuando, posteriormente, ao primeiro plano

¹⁶ Alternância entre planos com ações que decorrem simultaneamente

¹⁷ Enquadramento de um personagem dos joelhos para cima

¹⁸ Enquadramento da cabeça aos ombros

¹⁹ Técnica que exhibe, primeiramente, um plano de um personagem a olhar para algo ou alguém e, depois, corta para um plano que mostra o foco de atenção do personagem do plano anterior. Posteriormente, recua para o plano inicial



Figura 19 – Frames de *The Lonely Villa* (1909), de Griffith. A repetição do movimento no final de uma cena e no começo de outra cria a ilusão de continuidade. Neste caso, os dois primeiros frames projetam duas personagens a sair de uma divisão, enquanto que o terceiro frame mostra as mesmas personagens a entrar numa divisão diferente. Como estamos imersos na narrativa, acreditamos que se trata do mesmo movimento



Figura 20 – Frames de *Intolerância* (1916), de Griffith. Primeiro, vemos um personagem a olhar para fora da tela. Depois, é-nos revelado o objeto de foco desse mesmo personagem



Figura 21 – Frames de *Intolerância* (1916), de Griffith. Através desta sequência, Griffith faz-nos acreditar que o que vemos no segundo plano é o ponto de vista do personagem do plano inicial

O cinema só se tornou como tal devido ao contributo de Griffith. Os primeiros filmes de cinema são peças de teatro filmadas porque não há movimentos de câmara e a movimentação dos atores é lateral. Com a introdução de uma maior variedade de enquadramentos, posteriormente manuseada durante a etapa de montagem para criar sentido, a linguagem audiovisual começou a se distanciar das artes oitocentistas.

Contudo, apesar de Griffith ter sido pioneiro no desenvolvimento da linguagem audiovisual, foi o russo Serguei Eisenstein o primeiro a estudar a relação entre imagens e áudio. A relevância de Eisenstein está no facto de o cineasta ter teorizado “como os seus filmes eram produzidos e, em particular, como determinados efeitos de sentido eram obtidos através da montagem” (Araújo, 2010, p. 7), gerando

uma discussão em torno da concepção das suas obras. Eisenstein construía e desconstruía os seus próprios filmes, literalmente.

A imagem de marca de Eisenstein é, sem dúvida, o desenvolvimento de cinco métodos de montagem. Cada um desses procedimentos complementa o anterior.

Na montagem métrica, “os planos são organizados matematicamente” (Nova, 2009, p. 80). Os cortes acontecem de acordo com a banda sonora do filme, independentemente do conteúdo que aparece no ecrã. Todos os planos têm a mesma duração para gerar uma certa métrica.



Figura 22 – Frame de *Momento da Verdade* (1994), de John G. Avildsen. Neste filme, há uma sequência de luta que segue a métrica da banda sonora. Os cortes estão sincronizados com a música *You're The Best* (1984), de Joe Esposito

Por outro lado, na montagem rítmica, “o conteúdo dentro do quadro deve ser considerado para determinar o comprimento do fragmento” (Nova, 2009, p.80). Este tipo de montagem é a evolução do método anterior, pois o corte acontece de acordo com o conteúdo dos planos para se criar continuidade visual. O movimento dentro do quadro é que impulsiona o corte, não a métrica da banda sonora. Por isso, a duração dos planos não é constante ao longo da sequência.



Figura 23 – Frames de *Pulp Fiction* (1994), de Quentin Tarantino. A montagem rítmica é usada frequentemente em cenas de diálogo

A montagem tonal “baseia-se no som emocional do fragmento” (Nova, 2009, p. 81). De facto, este método procura um sentimento que vai além do ritmo, um tom que conecta dois planos diferentes. Depende, então, da representação emocional da cena.

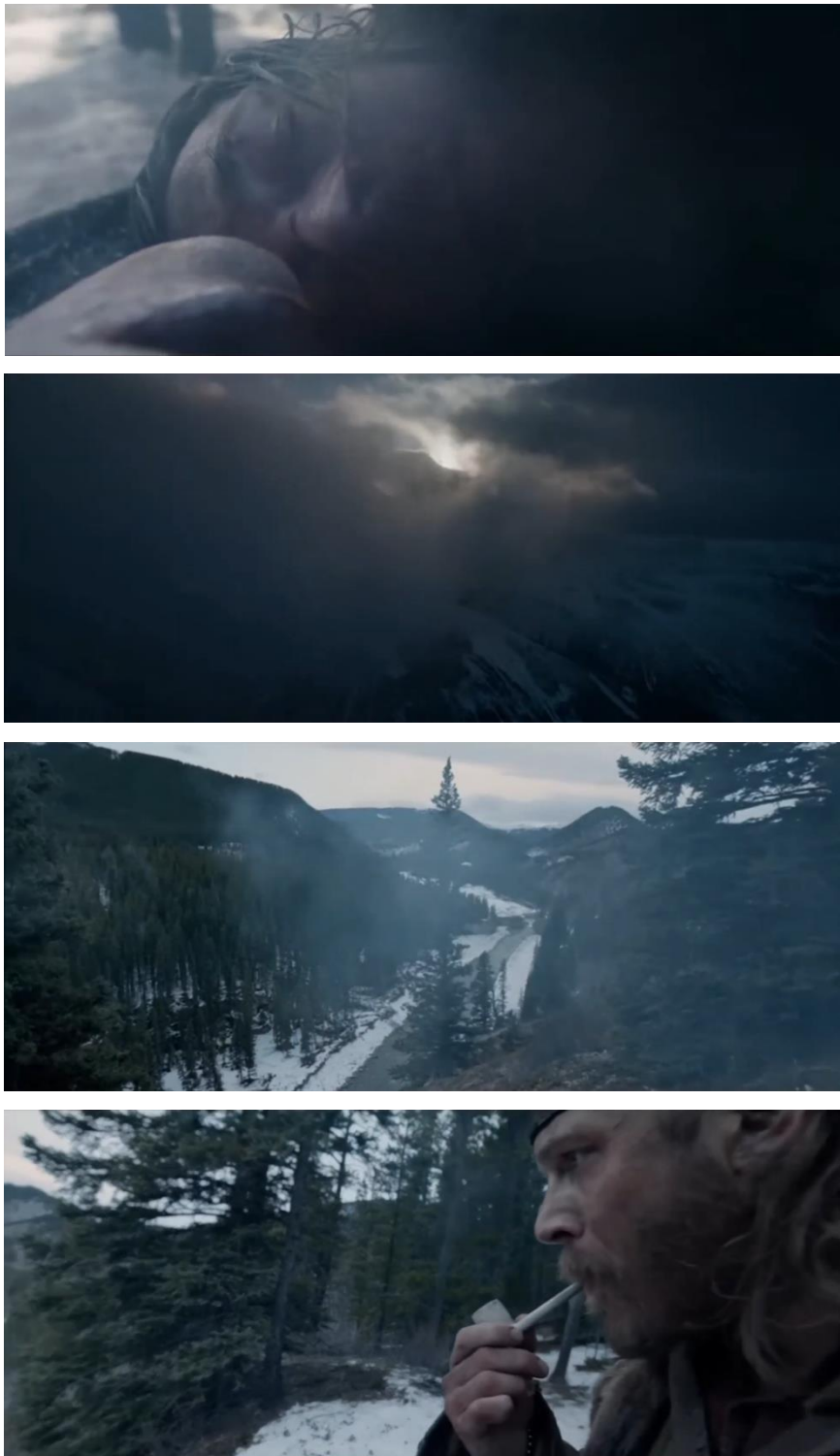


Figura 24 – Frames de *The Revenant: O Renascido* (2015), de Alejandro González Iñárritu. Nesta sequência, o vapor é o elemento que une os planos

Com a montagem harmónica, “considera-se os tons dominantes e secundários em um cálculo coletivo de todos os apelos do fragmento” (Nova, 2009, p. 81). Basicamente, transmite a ideia de um tom, mas apresenta também um outro tom que contrasta com o primeiro.



Figura 25 – Frames de *O Padrinho* (1972), de Francis Ford Coppola. Existe um contraste entre batismo e assassinato. Por isso, estamos perante uma montagem harmónica

Finalmente, a montagem intelectual. Esta “é realizada pelo espectador com os conceitos que ele próprio tem das coisas do mundo e que são associadas aos fragmentos da montagem” (Nova, 2009, p. 82). Os cortes não têm relação entre si, mas carregam valor simbólico. O objetivo deste método passa por fazer o espectador refletir.



Figura 26 – Frames de *Intriga Internacional* (1959), de Alfred Hitchcock. O comboio é uma metáfora para a prática de relações sexuais nesta sequência

Eisenstein acreditava que “o impacto da montagem podia ser maior quando existisse um choque entre planos, estando esta crença fundamentada no pensamento filosófico de que a existência só pode continuar se houver mudança constante” (Abreu, 2014, p. 33).

Segundo Araújo (2010), Eisenstein destacava na montagem não só a tarefa de criar uma “narrativa logicamente coesa” (p. 9), como também uma “narrativa (...) de emoção e (...) vigor estimulante” (p. 9). A “realidade e o tempo, da ação não eram o real e o tempo objetivos” (Araújo, 2010, p. 10), mas sim efeitos de sentido obtidos através de estratégias enunciativas preconizadas pela sua montagem” (Araújo, 2010, p. 10).

Por último, Dziga Vertov. O também cineasta russo completa a tríade de nomes com maior impacto no desenvolvimento da linguagem audiovisual. Durante a sua carreira, desenvolveu o conceito de cinema como “fábrica de factos” (Araújo, 2010, p. 11), incentivando uma “saída dos estúdios” (Araújo, 2010, p. 11) e a “captação de imagens de cenas do quotidiano” (Araújo, 2010, p. 11). Os principais trabalhos de Vertov são, portanto, documentários.

A partir do conceito de que a realidade é a matéria-prima do cinema, o cineasta foi o responsável pelo nascimento do Cine-Olho, que tem como missão “apresentar a realidade tal como ela é, rejeitando a ficção, os atores, a encenação, a reconstituição, entre outros artifícios usados para representar o real” (Abreu, 2014, p. 34).

Para o documentarista, montar um filme é sinónimo de escrever a partir de imagens filmadas e não de pegar em pedaços de película e juntá-los (Araújo, 2010, p. 12). O objetivo de Vertov passou por exibir o mundo através da lente da câmara, que “é mais perfeita do que o olho humano” (Araújo, 2010, p. 12).

Através do cinema, é possível perceber melhor a realidade do que somente com os nossos próprios olhos. Uma câmara pode estar debaixo de um avião, fazer zoom e desfocar o fundo. Enfim, coisas que o olho humano não consegue fazer. A câmara consegue mostrar a verdade que o olho não vê. Neste sentido, tem também a capacidade de criar realidades falsas. Por isso, Vertov rejeitava o cinema de ficção.



Figura 27 – Frames de *Um Homem com uma Câmara* (1929), de Vertov

Griffith, Eisenstein e Vertov são as principais referências da linguagem audiovisual da primeira metade do século XX. Os principais contributos destes cineastas estão presentes nas obras contemporâneas.

2.4 Narrativa audiovisual

A narrativa “abarca toda a cultura, pois existe um impulso fundamental no ser humano para ouvir e contar histórias” (Navarro, 2006, p. 15). O cinema, enquanto meio de expressão, também é abraçado pela narrativa. A narrativa “é o que permite que a história tome forma, pois ela não existe imaterialmente” (Vieira, 2009, p. 4) e precisa, por isso, de ser posta por palavras ou, neste caso, “por imagens através da linguagem audiovisual” (Vieira, 2009, p. 4).

Se *narrativa* corresponde à forma de organização de um texto com algum significado (Navarro, 2006, p. 13), então, a narrativa audiovisual é um “processo que se fundamenta na relação entre uma e outra sequência de modo a produzir um sentido único” (Ribeiro, 2008, p. 12) e depende, por isso, do leitor-espectador para “atingir a sua significação” (Ribeiro, 2008, p. 20).

Segundo Ana Ribeiro (2008), “imagem, som e discurso são algumas das componentes das narrativas audiovisuais” (p. 3) e é através da sua fusão que se produz um determinado sentido. A definição do sentido fica encarregue aos profissionais da área audiovisual, mas, de modo geral, tem a obrigação de “passar eficazmente uma determinada mensagem ao leitor-espectador” (Ribeiro, 2008, p. 3).

A narrativa “assegura a relação de um acontecimento ou uma série de acontecimentos” (Ribeiro, 2008, p. 10) e não deve ser confundida com história ou enredo, pois, apesar de serem também uma “sessão de acontecimentos a narrar” (Ribeiro, 2008, p. 10), são “independentes do meio que os vai organizar numa narrativa” (Ribeiro, 2008, p. 10).

Tem “um princípio e um fim, mesmo que os acontecimentos narrados fiquem incompletos” (Vieira, 2009, p. 4), e uma temporalidade dupla. Existe o “tempo da história a ser narrada” (Vieira, 2009, p. 4), podendo este ser de vários anos, e o “tempo da narrativa em si” (Vieira, 2009, p. 4), isto é, a duração do filme.

Podemos encarar a narrativa como “o processo duplo daquilo que é contado (a história representada) e a forma como esta [a história] é contada” (Vieira, 2009, p. 3). Pertence, portanto, ao domínio do discurso.

A estrutura clássica de uma narrativa fragmenta-se em três atos. O primeiro é a “exposição do problema” (Ribeiro, 2008, p. 19) ou a “origem de uma promessa” (Ribeiro, 2008, p. 19). De uma destas situações ou da junção de ambas surge o conflito. Num segundo momento, o problema é desenvolvido e origina uma crise. O clímax da narrativa acontece no último ato e o conflito é resolvido.

A necessidade de contar histórias é inerente à natureza humana. Segundo Navarro (2006), “desde que o ser humano se considera como tal, a sua forma de transmissão de conhecimento básica é a narração” (p. 9). E o cinema, criado pelo Homem, conta histórias através de um conjunto de técnicas próprias. Os “cada vez mais rápidos e notáveis avanços tecnológicos têm aberto portas (...) para novas formas de narração” (Navarro, 2006, p. 9). Em narrativas transmédia, por exemplo, as histórias contam-se entre diferentes meios e os fãs das franquias²⁰ participam nelas de forma ativa. Contudo, “o cinema (...) vai buscar muito à sua própria história” (Rodrigues, 2018, p. 17).

Na publicidade, também se encontra narrativa, “pois um relato narrativo é uma organização de conteúdos e de uma expressão” (Ribeiro, 2008, p. 20). Um anúncio publicitário, ficcional ou informativo, é um “relato persuasivo (...) orientado para a promoção, venda e/ou consciencialização de ideias, bens ou serviços” (Ribeiro, 2008, p. 20).

2.5 Linguagem audiovisual na publicidade

Hoje, para captar a atenção do público, as marcas integram conteúdos de entretenimento nas suas campanhas publicitárias. Esta prática, designada por *advertainment*, é uma “solução estratégica de comunicação (...) que transita entre a publicidade tradicional e o cinema” (Rodrigues, 2018, p. 12). Assistimos, assim, à fusão entre publicidade e cinema.

Quando a publicidade vai buscar inspiração ao cinema, “a forma de cativar audiências e possíveis consumidores para o seu produto torna-se muito parecida com a de um filme” (Rodrigues, 2018, p. 19). Deste modo, é importante observar que “a publicidade audiovisual se apropria das linguagens do cinema” (Rodrigues, 2018, p. 56).

Contudo, enquanto que uma peça de cinema exige uma maior atenção por parte do espectador porque dura, geralmente, mais do que uma hora, “os filmes publicitários têm uma duração mais curta, no

²⁰ Numa franquia, existe um conceito abstrato que é adotado na criação de produtos. A franquia Doctor Who, por exemplo, foi criada na década de 1960, primeiramente como uma série de televisão, mas que, depois, foi expandida através de diversos meios. Hoje, podemos consumir a franquia Doctor Who através de séries, filmes, videojogos, livros, entre outros produtos direta e indiretamente relacionados com o seu universo.

intuito de passar uma mensagem mais rápida sempre ao serviço do produto final” (Rodrigues, 2018, p. 57). Ainda assim, através da tecnologia audiovisual, “é possível criar narrativas complexas, mas com pouco conteúdo verbal, capazes de trazer uma grande quantidade de informação e agenciar vários sentidos e valores que se querem transmitir numa pequena peça publicitária” (Vieira, 2009, p. 10).

A televisão é o meio por excelência das marcas para a transmissão de anúncios publicitários. Todavia, devido aos custos de emissão, a publicidade tem de ser breve e, conseqüentemente, a linguagem do anúncio publicitário favorece uma cadência repetitiva e intermitente (Vieira, 2009, p. 11). Um estilo de montagem recorrente na publicidade incide na utilização da técnica do “corte rápido” (Vieira, 2009, p. 11). Consiste em “encurtar a duração dos planos e transmitir o máximo de informação no menor tempo possível” (Vieira, 2009, p. 11).

Testemunhamos a evolução do anúncio publicitário de um meio que mostra e informa a existência de um produto ou serviço para um filme que transforma esse mesmo produto ou serviço num bem simbólico. A publicidade molda a nossa maneira de pensar e, por isso, tem um impacto na forma como vivemos o nosso quotidiano.

A valorização do anúncio publicitário contemporâneo deve-se, então, à aproximação da publicidade ao cinema. Os próprios profissionais do ramo audiovisual fazem intercâmbio entre as duas áreas e, assim, também são responsáveis por esta aproximação (Ribeiro, 2018, p. 3).

A particularidade do filme publicitário em relação ao cinema tradicional fundamenta-se no facto de ser uma “mensagem audiovisual relacionada com a concretização de estratégias de marketing” (Ribeiro, 2018, p. 21) e, segundo Vieira (2009), o que o torna tão efetivo e o distancia de outras formas de publicidade é o modo como inclui som e imagem em movimento (p.10). A sua narrativa é trabalhada para estimular o consumo de quem vê o anúncio. Por isso, “a escolha de determinadas palavras e significados tem de ser muito precisa (...) para não se correr o risco de (...) [os anúncios] serem interpretados de outro modo que não aquele que é pretendido” (Ribeiro, 2018, p. 21).

Em suma, a narrativa publicitária deve contar ao leitor-espectador o que ele deseja ouvir. Diferencia-se dos restantes tipos de filme devido à carga simbólica que carrega. Apesar de buscar inspiração no cinema, a televisão é, historicamente, o meio por excelência para a transmissão de anúncios publicitários devido à sua maior capacidade para alcançar as massas. O digital “veio revolucionar o modo como se capta e se mostra a imagem e o som” (Ribeiro, 2018, p. 26) e, desta forma, permitir a

inovação, não só na indústria cinematográfica, como também em outras áreas adjacentes como, por exemplo, a publicidade.

2.7 Sumário executivo

A sociedade do final do século XIX testemunhou o nascimento do cinema a partir da fotografia e, conseqüentemente, da linguagem audiovisual. Contudo, somente na primeira metade do século XX é que o cinema se desenvolveu como meio de expressão.

Inicialmente, a linguagem cinematográfica era muito próxima das artes oitocentistas. Os primeiros filmes são peças de teatro filmadas com câmara estática e movimentação lateral por parte dos atores.

A técnica que revolucionou a linguagem audiovisual e permitiu entender um filme como tal foi a montagem. Com isto, três nomes vêm ao de cima: David Griffith, Serguei Eisenstein e Dziga Vertov.

Griffith é considerado o pai da linguagem cinematográfica. Propôs uma primeira versão do que se tornaria a linguagem audiovisual com a introdução de novos planos e sua montagem narrativa. O papel de Griffith no desenvolvimento do cinema enquanto meio de expressão foi tão impactante que os seus filmes se tornaram objeto de estudo por parte da escola soviética.

Eisenstein foi o primeiro cineasta a teorizar a relação entre imagens e áudio, propondo cinco métodos de montagem que são utilizados até hoje na produção de filmes. Por outro lado, Vertov focou-se na captura do cotidiano da União Soviética, criando o conceito de Cine-Olho. O cineasta considerava que a lente da câmara é “mais perfeita do que o olho humano” (Araújo, 2010, p. 12) e que, por isso, o cinema devia ser encarado como um meio para entendermos melhor a realidade social.

O ser humano conta histórias, pois transmitir conhecimento através da narração é algo inerente à sua natureza. O cinema é mais uma maneira de contar histórias. Contudo, comparativamente a outras formas de comunicação, que enfrentaram longos períodos de tempo para se desenvolverem, a reprodutibilidade técnica da sétima arte foi imediata por conta da evolução tecnológica. Mas não só o cinema beneficiou dos avanços tecnológicos, como também a televisão e a publicidade.

Apesar de ser influenciada por outros meios de comunicação, a televisão tem o cinema como linguagem de base. Para além da tecnologia audiovisual de que dispõe ser semelhante à usada na gravação de filmes, o meio televisivo, ao longo do tempo, foi transformando atividades banais da

sociedade em conteúdos audiovisuais, como é o caso, por exemplo, dos eventos desportivos, que sofreram uma espetacularização com o advento da transmissão em direto.

No caso da publicidade, as marcas perceberam que o *advertainment* é eficaz para captar a atenção do público. Porém, diferencia-se do filme tradicional na medida em que a duração do anúncio publicitário é mais curta e carrega um determinado simbolismo consoante aquilo que está a vender.

Assim, podemos encarar a linguagem cinematográfica como um instrumento com capacidade para moldar o comportamento da sociedade. O audiovisual é, portanto, um meio indispensável para a comunicação contemporânea.

Em pouco mais de um século de existência, o cinema evoluiu de uma peça de teatro filmada para uma experiência tridimensional que envolve cada vez mais os nossos sentidos. Existem três fatores determinantes que possibilitaram (e possibilitam) este desenvolvimento. Primeiro, a genialidade de figuras como Griffith, Eisenstein e Vertov que moldou a linguagem audiovisual durante a sua génese. Depois, a evolução tecnológica que, nas mãos certas, acelerou esse processo. Por último, a capacidade da linguagem cinematográfica em se adaptar a outros meios como a televisão e a publicidade, inicialmente, e, agora, a internet e as redes sociais. Devido a estas razões, o audiovisual é a linguagem mais popular do mundo contemporâneo.

Capítulo 3. Recolha e análise de dados

3.1 Entrevistas exploratórias

Tendo em conta o enquadramento apresentado no capítulo anterior, é necessário, agora, entender como a linguagem audiovisual é aplicada na prática e que dificuldades encontra nesse processo. A recolha e análise dos dados seguiu uma metodologia qualitativa, baseada em entrevistas semi-estruturadas. Assim, foi colocada a seguinte questão: **em que medida o uso da linguagem audiovisual é influenciado por obstáculos práticos e materiais?**

Para responder à pergunta, foram entrevistados três profissionais do audiovisual. De forma a recolher informação variada, as entrevistas recaíram sobre indivíduos com percursos distintos no meio.

Contudo, independentemente do tempo de carreira de cada um, todos têm um currículo diversificado.

O agendamento das entrevistas foi rápido. Os entrevistados mostraram disponibilidade quase imediata para a sua realização.

As entrevistas recaíram sobre:

- **Manuel Pedro Gil**, 2 anos de carreira, videógrafo em regime *freelancer*;
- **Pedro Ferreira**, 10 anos de carreira, editor na NEXT;
- **Martin Dale**, 25 anos de carreira, realizador e professor convidado na Universidade do Minho.

As conversas foram iniciadas por um leque de perguntas “informais” para envolver os entrevistados no tema e ajudar a desbloquear a conversa. Depois, numa segunda fase, a questão principal orientou as entrevistas.

Perguntas iniciais:

1. Há quanto tempo trabalha com o meio audiovisual?
2. Qual é o seu percurso profissional?
3. Que tarefas desempenhou com mais recorrência?
4. Na sua profissão, o que mais gosta de fazer e porquê?
5. Ao falar sobre cinema, é comum referir-se a linguagem audiovisual. No seu entender, o que é isso? Qual é a sua relevância?
6. A linguagem cinematográfica evoluiu muito em pouco mais de um século de existência. Como serão os próximos anos e qual é o papel que os profissionais do ramo desempenharão?

Perguntas relacionadas com a questão em estudo:

1. Quais foram as principais mudanças que presenciou no desempenho da sua função?
2. O material faz o realizador?
3. Como define que enquadramentos utilizar? Qual é a importância dessa escolha?
4. A etapa de pós-produção é indispensável na elaboração de uma peça audiovisual. Neste sentido, que influência tem a montagem na construção da narrativa?
5. Com que problemas e desafios se costuma deparar ao explorar a linguagem audiovisual?

3.2 Análise de dados

Depois de realizadas, as entrevistas foram transcritas para serem analisadas e relacionadas entre si. Ao ler e comparar as respostas dos entrevistados, é possível organizar a informação recolhida por tópicos.

A linguagem audiovisual acompanha a evolução tecnológica

Com a tecnologia a evoluir a um ritmo frenético, a linguagem audiovisual encontra-se em constante mudança. Neste sentido, Manuel Pedro Gil aponta que “estão sempre a aparecer novidades” que aceleram a produção audiovisual. Têm surgido, por exemplo, tecnologias que “facilitam a gravação de determinado movimento de câmara.”

Martin Dale acrescenta que este processo de constante mudança abre a porta para a chegada e partida de tendências. Hoje, “temos câmaras digitais com cada vez mais resolução” e “começamos a ver as grandes marcas a apostar em câmaras *mirrorless*”, conta o realizador. Mas a evolução tecnológica não se fica apenas pelas câmaras “convencionais.” Martin Dale afirma que “aparelhos tecnológicos controlados remotamente [também] sofreram uma evolução enorme nos últimos anos.” É o caso de *drones* e *slides* digitais, equipamentos cada vez mais adotados pela indústria cinematográfica.

Hoje, na opinião de Martin Dale, “é mais fácil entrar no mundo audiovisual.” Manuel Pedro Gil concorda e aponta para a facilidade com que se acede a material como a razão que justifica este fenómeno. Para o videógrafo, o material audiovisual é cada vez mais acessível “porque existem muitas

²¹ Câmaras sem espelho incorporado na sua constituição mecânica. Em outros tipos de câmara como, por exemplo, DSLRs, existe um espelho que redireciona a luz que entra pela lente para o visor, permitindo, assim, ver a imagem. No caso de câmaras *mirrorless*, a luz entra e atinge o sensor sem passar por um espelho. Por isso, não é necessária a incorporação de um visor ótico neste género de câmaras, já que podemos ver a imagem que estamos a captar através do ecrã

marcas a produzir o mesmo tipo de produto.” Estamos perante, portanto, uma tendência no mercado. Hoje, “é possível obter algum equipamento a um preço acessível” e “até telemóveis (...) são um bom ponto de partida” para quem está a dar os primeiros passos.

Assim, é possível perceber que, em termos de material, há mais opções no mercado e a preços mais apelativos. Martin Dale indica que há “câmaras economicamente acessíveis, mas que podem filmar entre 4K e 12K.” Por isso, Pedro Ferreira afirma que “uma pessoa que esteja a iniciar tem tudo o que precisa para fazer uma produção audiovisual”, algo que “era mais complicado” há 25 anos, segundo Martin Dale.

A tecnologia de pós-produção também beneficia desta evolução. Manuel Pedro Gil afirma que “os softwares de edição [...] sofrem atualizações todos os anos” e estes *updates*²² são importantes porque podem facilitar o trabalho do profissional do audiovisual. Pedro Ferreira conta que, quando algo não é filmado da melhor forma, o programa permite-lhe, por exemplo, “ter um grande controlo na edição de cor sem tirar qualidade à imagem e os estabilizadores digitais também são fáceis de aplicar.” Para além disso, acrescenta Martin Dale, “podemos adicionar plugins” ao programa e abrir ainda mais o leque de opções na hora de editar um filme.

O material não faz o realizador

Existe um consenso no que diz respeito ao facto de o material fazer ou não a diferença na produção de uma peça audiovisual. Todos os entrevistados acreditam que não, o material não faz o realizador, mas ajuda.

Manuel Pedro Gil afirma que “o material pode fazer a diferença na execução de ideias.” De facto, podemos ter uma ideia incrível para um vídeo, mas, “se não houver material que permita executá-la, (...) pode não ser possível realizar.” Por outro lado, Pedro Ferreira conta que “quanto maior a quantidade e melhor a qualidade do material, maior é a possibilidade de se fazer um bom filme.”

Na parte criativa, o material não influencia em nada. Para Martin Dale, “uma pessoa pode comprar os melhores equipamentos. Se não tiver visão de realizador, não será bem-sucedida.” Pedro Ferreira brinca com a ideia, afirmando que “uma pessoa com uma câmara, duas luzes e um microfone de lapela é capaz de fazer algo com mais qualidade do que uma pessoa que está a filmar com três câmaras e outros materiais sofisticados.”

²² Termo inglês que significa atualizar

O software pode potencializar a técnica do realizador, mas não garante o seu sucesso. O realizador tem de saber comportar-se como tal. Manuel Pedro Gil justifica este argumento ao ilustrar que “no caso da cor, por exemplo, tem de [se] saber colorir uma imagem.”

Pedro Ferreira vai mais além, afirmando que se trata “mais [de] um processo de atenção ao detalhe do que propriamente do material em si.”

Motivos que definem enquadramentos

Existem vários fatores que pesam na hora de definir um enquadramento. Manuel Pedro Gil e Pedro Ferreira fazem-no a pensar naquilo que querem transmitir com a peça. Por outro lado, Martin Dale foca-se na qualidade final do produto.

Manuel Pedro Gil, primeiro, decide o que quer mostrar, isto é, que sentimento quer transmitir com a cena. Depois, define o enquadramento que vai utilizar para passar essa sensação. No caso de Pedro Ferreira, os enquadramentos dependem sempre do conteúdo.

A perspetiva de um e do outro em relação a este assunto é muito parecida e ambos exemplificaram os seus processos de definição de enquadramentos. Manuel Pedro Gil explica que opta por planos mais abertos quando quer “contextualizar o local onde estão os personagens, por exemplo.” Por outro lado, aplica um plano mais fechado “se quiser fazer uma cena mais emotiva.” Pedro Ferreira sugeriu um exemplo semelhante. Quando o objetivo passa por “filmar algo com grandeza”, usa planos gerais. No caso de cenas mais dramáticas, opta por planos mais fechados. Contudo, Pedro Ferreira acrescenta que, em algumas ocasiões, utiliza planos picados “para transmitir tensão” e planos contrapicados “para criar uma sensação de inferioridade.”

Assim, é possível perceber que, na opinião de Manuel Pedro Gil e Pedro Ferreira, os enquadramentos devem ser aplicados consoante aquilo que o filme pede. O fator que define o enquadramento é, assim, a informação ou o sentimento que se quer transmitir. Num caso extremo, conta ainda Manuel Pedro Gil, o cliente pode influenciar a escolha de enquadramentos.

Martin Dale olha para este assunto de uma maneira um pouco diferente relativamente aos restantes entrevistados. O realizador tem tendência para utilizar planos muito abertos e de pormenor porque, simplesmente, gosta desses enquadramentos. Contudo, alerta para a importância de se ter um cuidado especial “com princípios de composição como a regra dos terços, por exemplo, e com a luz.” De facto, “controlar a luz é um fator fundamental na realização de um filme porque temos de garantir que aquilo que estamos a filmar está iluminado da maneira certa.” Ou seja, para Martin Dale,

enquadrar não se trata apenas de decidir o que aparece no ecrã, mas também de garantir que aquilo que vemos no produto final tem a melhor qualidade possível. É importante decidir os enquadramentos que utilizamos antes de filmar, sim, mas enquadrar é um ato que não termina quando todos os elementos que queremos mostrar estão dentro do plano.

O poder da montagem

Na opinião de Pedro Ferreira, a montagem “é o ponto mais importante na construção da história.” Através da montagem, é possível “trocar o sentido das coisas.” O editor da NEXT fala numa ocasião em que foi contratado para filmar um evento. Esse acontecimento não contou com muita gente, mas, através da forma como filmou e montou a peça, transmitiu a sensação de que o espaço estava inundado de pessoas. Por isso, é possível entender que a montagem “dá sentido às coisas.”

Através da montagem, a figura do realizador oferece a sua visão sobre a história. Martin Dale explica que “o espectador comum não questiona o plano escolhido para determinado momento ou a sequência aplicada naquela parte do filme”, mas o seu entender da história é influenciado por “cada perspetiva e mudança de perspetiva.” Ou seja, “o efeito psicológico que o filme tem no espectador só é possível devido à montagem.”

Pedro Ferreira acredita que em jornalismo, por exemplo, a montagem até pode ser mais importante do que aquilo que está a ser dito. De facto, “já aconteceu de vermos notícias em que estão a dar uma informação recente e a passar imagens de arquivo, o que influencia a perceção da mensagem”, conta o editor.

Como uma peça audiovisual é composta por som e vídeo, a montagem também recai sobre aspetos visuais e sonoros. Como explica Manuel Pedro Gil, “uma cena com diferentes bandas sonoras vai soar de maneira diferente.” O videógrafo exemplifica o argumento sugerindo que “uma sequência de espancamento acompanhada por uma música cómica não vai parecer dramática.”

Por outro lado, na parte visual, o tempo de corte que influencia a perceção da mensagem, por exemplo, também é criado pela montagem. Manuel Pedro Gil comenta que “um ritmo de corte alto transmite uma sensação diferente de uma montagem cujos planos permanecem em tela durante muito tempo.”

Todos os elementos de um filme, sejam visuais ou sonoros, são alinhados pelo processo de montagem. É através dele que se cria sentido.

Problemas e desafios

Ao fazer um filme, corremos o risco de enfrentar todo o tipo de problemas. Contudo, enquanto que Manuel Pedro Gil e Pedro Ferreira acusam a falta de noção de alguns clientes como o maior desafio na carreira de um profissional do audiovisual, Martin Dale acredita que a capacidade de adaptação é uma característica fundamental para virar o jogo a seu favor.

Manuel Pedro Gil e Pedro Ferreira concordam que o maior problema com que se deparam na hora de realizar uma peça audiovisual é na etapa de pré-produção. Manuel Pedro Gil, referindo-se à falta de conhecimento de alguns clientes relativamente ao trabalho de um profissional do audiovisual, afirma que “quando não se está na mesma linha de pensamento, o trabalho pode ser complicado” e que ainda encontra pessoas que “desejam fazer alterações na versão final do produto.”

Devido à pressão causada pelas redes sociais, Pedro Ferreira compreende que “tudo é muito para ontem”, mas há pessoas que “acham que a produção audiovisual é fácil e rápida, o que não é de toda verdade.” Por isso, o editor afirma que “o maior problema, de facto, é lidar com clientes que não têm noção do nosso trabalho. De resto, é [tudo] uma questão de planeamento, conhecimento e criatividade.”

Relativamente a outros desafios, Martin Dale refere que, por vezes, há “projetos em cima da mesa que estão para avançar (...), mas que nunca acontecem.” Isto ocorre, principalmente, por motivos orçamentais. Depois, o local em que decorrem as filmagens também pode ser um problema. Pedro Ferreira prefere filmar em estúdio porque “é possível controlar tudo”. No exterior, estamos sujeitos a todo o tipo de imprevistos como, por exemplo, estar a chover num dia em que era suposto estar céu limpo.

Outro desafio é acompanhar a evolução, não só tecnológica, como também ideológica. Como explica Manuel Pedro Gil, “o que hoje é novidade, amanhã passou à história. Isto aplica-se não só a tecnologia, como também a ideias.”

Em suma, é imprescindível que o profissional do audiovisual saiba se adaptar. Pedro Ferreira acredita que “há sempre solução.” Se “está muito sol, podemos utilizar refletores para ajudar com a imagem, isto é, para (...) não estourar as cores.” Em outras ocasiões, “mudam-se os locais ou dias de filmagem.” Martin Dale aconselha a “manter a calma e tirar partido do imprevisto.”

3.3 Linguagem e o futuro do audiovisual

Como as entrevistas incidiram sobre três profissionais do audiovisual de gerações distintas, é pertinente captar o que entendem por linguagem audiovisual e que previsão têm para os próximos anos do cinema, assim como que papel os seus profissionais desempenham nesse futuro.

As definições de linguagem audiovisual dadas pelos entrevistados são semelhantes. Manuel Pedro Gil vê o termo como uma “lista de normas de cinema” que servem como “ponto de partida para se criar um filme.” Na mesma linha de pensamento, Pedro Ferreira entende-a como o “processo de construção de um filme.” Ou seja, a linguagem cinematográfica “está ligada à criação da história, do guião, a pormenores técnicos como luz, posicionamento das câmaras, microfones, planos e edição.” Por último, Martin Dale afirma que linguagem audiovisual é a “forma como comunicamos através do meio (...) e de todos os elementos da estrutura narrativa.”

Relativamente aos próximos anos do cinema, Manuel Pedro Gil acredita que o profissional do audiovisual continuará a ter um papel fundamental no que toca à criatividade. Contudo, deve “tirar partido da tecnologia que existe”, recomenda Martin Dale.

No fundo, “o momento que vivemos já espelha o futuro do audiovisual”, conta Pedro Ferreira. Existem “câmaras que filmam a 4K a um preço acessível”, o “material é muito robotizado e de fácil manuseamento” e, atualmente, “o formato do vídeo é muito direcionado para as redes sociais.” De facto, “qualquer pessoa que tenha um telemóvel tem potencial para contar uma história.”

Nas grandes produções de cinema, Martin Dale aposta num “crescente implemento de gráficos e manipulação de imagem em pós-produção.” A evolução tecnológica “vai facilitar produções de realidade virtual e de realidade aumentada e promover movimentos de câmara mais ambiciosos.”

Num mundo cada vez mais frenético e robotizado, diz Manuel Pedro Gil, “a adaptação é uma característica fundamental que deve ser adotada pela comunidade” para sobreviver. Adaptar, portanto, é a palavra-chave para quem vive da linguagem audiovisual.

3.4 Confronto entre conhecimento académico e prática profissional

A partir da informação recolhida nas entrevistas, é possível concluir que a teoria compilada no capítulo anterior vai de encontro à realidade vivida pelos profissionais do audiovisual.

De facto, a linguagem audiovisual acompanha a evolução tecnológica e o surgimento de novas formas de produzir conteúdo é condicionado pelas inovações que surgem no mundo da tecnologia. Para além disso, com o tempo, a tecnologia mostra tendência para se tornar mais intuitiva e facilitar o trabalho de quem a utiliza, o que explica o facto de o meio audiovisual ter crescido tanto ao longo do século XX, inclusive com o desvio do cinema para outros campos como, por exemplo, a televisão e a publicidade.

Depois, os três entrevistados chegam a um consenso: o material não faz o realizador. Apesar de o cinema já existir há décadas, só no início do século XX é que a linguagem audiovisual se começou a desenvolver graças à visão inovadora de alguns realizadores. Esse contributo deu forma à linguagem cinematográfica e os realizadores atuais ainda adotam os seus métodos na produção de filmes.

Portanto, o material não faz o filme. Importa, sim, a visão de realizador.

A teoria apresentada no enquadramento também vai de encontro à prática quando as questões são os enquadramentos e o poder da montagem. Existem planos distintos para diferentes propósitos e o estilo de montagem também muda consoante aquilo que se quer transmitir.

Por fim, as entrevistas acrescentaram desafios e problemas sentidos pelos profissionais do audiovisual que o enquadramento teórico não explora. Esses pontos recaem, essencialmente, sobre questões logísticas e financeiras.

Conclusão

A experiência de estágio na NEXT foi o gatilho para a realização do presente relatório. O desafio de produzir diferentes tipos de conteúdo para a plataforma alimentou o interesse pela linguagem audiovisual. Devido ao interesse em aprofundar o conhecimento relativo à linguagem cinematográfica, esta tornou-se tema de estudo deste projeto. E, para questionar a teoria apresentada no capítulo do enquadramento e entender melhor como é aplicada num contexto real, foram realizadas entrevistas a três profissionais do meio audiovisual sobre os obstáculos encontrados na aplicação da linguagem audiovisual.

Primeiramente, é possível afirmar que a linguagem cinematográfica nasceu com a tecnologia e acompanha-a até hoje. A tecnologia audiovisual é aquilo que permite fazer cinema, mas não o faz sozinha. Então, surge a figura do realizador. Apesar de o cinema ser uma invenção do século XIX, só no século XX é que se começou a afastar das artes oitocentistas graças à visão de realizador de alguns sujeitos, nomeadamente, David Griffith, Serguei Eisenstein e Dziga Vertov. Estes três nomes moldaram o que conhecemos por linguagem do cinema e as técnicas que desenvolveram nas primeiras décadas do século XX ainda estão presentes nos filmes contemporâneos.

A tecnologia também permitiu o desvio do cinema para outros meios como, por exemplo, a televisão e a publicidade. Com a evolução tecnológica, o acesso a equipamento audiovisual foi facilitado e, no decorrer dos anos, as grandes marcas foram se apercebendo do poder de persuasão do audiovisual e adotaram-no nas suas campanhas. Esta expansão da linguagem cinematográfica para outras áreas aumentou a diversidade de conteúdos com que um profissional do audiovisual pode trabalhar.

Ainda hoje surgem novidades no mundo da tecnologia audiovisual. O problema é que estas tendências chegam e partem um ritmo tão frenético que o que hoje é novidade, amanhã já não é. Mesmo assim, a linguagem audiovisual, como é possível perceber, evolui conforme a tecnologia. Devido ao facto de haver um grande número de marcas a produzir os mesmos tipos de material, o equipamento tornou-se mais acessível no decorrer dos anos. O material produzido, atualmente, é de mais fácil utilização e com possibilidades aumentadas. Ou seja, não é só maior a acessibilidade económica, como também o leque de possibilidades técnicas trazidas por equipamentos de nível semi-profissional. Esta realidade facilita a entrada no mundo do audiovisual.

A par da tecnologia, o relatório foca-se na questão do uso de enquadramentos e no processo de montagem de um filme. De facto, aplicam-se diferentes planos consoante aquilo que se quer mostrar. Por exemplo, se queremos tornar uma cena mais dramática, um enquadramento fechado é o ideal

para acrescentar esse tom à peça. Por outro lado, se queremos contextualizar o local em que os personagens se encontram, um plano geral será mais adequado. Ou seja, cada enquadramento tem o seu propósito dentro do filme. Tudo depende daquilo que se quer transmitir.

Relativamente ao processo de montagem, podemos considerá-lo o momento-chave na construção de um filme. É através da montagem que uma peça audiovisual ganha sentido. E, assim como no uso de enquadramentos, existem diferentes métodos de montagem para diferentes propósitos. Através da montagem, podemos criar uma realidade que não existe, mas que faz sentido, ou trocar o sentido das coisas. Todos os elementos visuais e sonoros do filme são organizados no processo de montagem.

Este projeto permitiu compilar muita informação relativa à linguagem audiovisual, mas é um projeto limitado. Tudo o que foi descrito neste documento pode incentivar a elaboração de outros enquadramentos e consequências da linguagem cinematográfica. O mundo encontra-se em constante mudança e é fulcral equacionar essa realidade para nos mantermos a par da sua evolução. Vivemos na época das redes sociais, dos vídeos com formato vertical e do cinema interativo, tendências que não existiam há uma década. Por isso, é preciso que se faça um registo de todas estas mudanças que afetam a linguagem audiovisual para que, de facto, a possamos entender.

Com a evolução tecnológica, aparecem novas formas de consumir filmes. É o caso, por exemplo, do cinema interativo. O espectador atual “tem vindo a ganhar autonomia no controlo e participação da narrativa fílmica” (Silva & Costa, 2020, p. 14). Contudo, “apesar das novas propostas de interação serem cada vez mais avançadas tecnologicamente, utilizando sensores, realidade virtual e outras interfaces, o espectador ainda está confinado aos conteúdos pré-produzidos” (Silva & Costa, 2020, p. 14). Por enquanto, não existe muita informação disponível sobre este tema, mas é importante que se procure estabelecer uma base de conhecimento sobre o potencial da linguagem audiovisual na forma de produzir e consumir conteúdo para que continuemos a manter um registo sobre a sua evolução.

Este relatório procura contribuir para uma clarificação do que é linguagem audiovisual. Basicamente, trata-se do processo de construção de um filme, isto é, reflete-se num conjunto de procedimentos e técnicas muito próprio presente em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção. Ou seja, a teoria apresentada no enquadramento teórico vai de encontro às ideias apresentadas pelos entrevistados na recolha e análise de dados. Ainda assim, uma das limitações do presente documento é não aprofundar o conhecimento sobre esse conjunto de normas, pois foca-se, principalmente, em aspetos ligados à tecnologia, no uso de enquadramentos e no processo de montagem.

O relatório busca também compreender o estado atual da linguagem cinematográfica, expor o potencial da linguagem audiovisual nas diferentes áreas em que atua e estabelecer a capacidade de adaptação como uma característica crucial que justifica a sua permanente relevância ao longo de mais de um século de existência.

Por último, é necessário mencionar que há pouca bibliografia acadêmica no que toca a tendências da linguagem audiovisual e a novas formas de consumir cinema. Este texto não é mais do que uma pequena contribuição para combater essa falta de textos. Seria pertinente explorar estes temas porque a linguagem audiovisual encontra-se em constante evolução e é preciso manter registo dessa mudança para que nós, também, nos saibamos adaptar. Conhecendo melhor uma linguagem, pode-se comunicar muito melhor e o bom comunicador é aquele que sabe narrar uma história de forma eficaz, quer se trate de uma notícia, de um filme promocional, de uma história de ficção ou de um filme que procure explorar apenas experiências estéticas.

Bibliografia

- Abreu, J. (2014). As Bases Históricas e Teóricas da Montagem no Cinema. In R. Capucho & A. Valente (Eds.), *Avanca / Cinema 2014* (pp. 622-629). Avanca: Edições Cine-Clube de Avanca.
- Araújo, J. (2010, maio). *Griffith, Eisenstein e Vertov: do cinema à linguagem da televisão*. Comunicação apresentada no IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, Rio Branco.
- Astruc, A. (2007). Nacimiento de una nueva vanguardia: la 'Caméra-Stylo'. In H. Alsina & J. Romaguera (Eds.), *Textos y Manifiestos del Cine, Estética, escuelas, movimientos, disciplinas, innovaciones* (p. 221). Madrid: Cátedra.
- Bravo, Á. (2006). *A dimensão sonora da linguagem audiovisual*. São Paulo: Senac.
- Coutinho, L. (2005). *Refletindo sobre a linguagem do cinema*. Brasília: Faculdade de Educação da Universidade de Brasília.
- Flusser, V. (2017). *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Ubu Editora.
- Guatelli, C. (2021). *Os interesses privados e a desinformação audiovisual: o abuso da linguagem audiovisual em detrimento dos interesses de uma sociedade pouco preparada para sua compreensão*. Dissertação de Mestrado, Faculdade Cásper Libero, São Paulo, Brasil. Retirado de <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2021/06/CAIO-GARCIA-GUATELLI.pdf>
- Lang, R. & Griffith, D. (1994). *The Birth of a Nation: D.W. Griffith, Director*. Nova Jersey: Rutgers University Press.
- Martin, M. (2005). *A linguagem cinematográfica*. Lisboa: Dinalivro.
- Melo, J. (2010). *Enciclopédia INTERCOM de Comunicação*. São Paulo: Intercom.
- Milhomens, R. (2020). *O conceito de linguagem audiovisual na pesquisa em comunicação: reflexões analíticas a partir de teses e dissertações do PPGCom/UnB (2003-2020)*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelato), Universidade de Brasília, Brasília, Brasil. Retirado de <https://bdm.unb.br/handle/10483/27562>
- Navarro, J. (2006). *Narrativa Audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Nogueira, P. (2017). *O Audiovisual Português: um olhar alternativo*. Relatório de Estágio, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://hdl.handle.net/1822/51248>
- Nova, J. (2009). *A dramaturgia da forma das trucagens eletrônicas digitais em Peter Greenaway*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Retirado de <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-14092009-151516/pt-br.php>
- Peixoto, M. (2014). *A reconfiguração da autoria na linguagem audiovisual contemporânea*. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil. Retirado de <https://repositorio.unb.br/handle/10482/15582>
- Pereira, J. & Prado, T. (2011, maio). *A Decupagem de Direção: Gênese e Limitações Artísticas*. Comunicação apresentada no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Londrina.
- Ribeiro, A. (2008). *A Narrativa Audiovisual: O Cinema e o Filme Publicitário*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://hdl.handle.net/1822/9476>

Rodrigues, A. (2018). *A Linguagem Audiovisual: Migrações Estéticas do Cinema para a Publicidade*. Relatório de Estágio, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://hdl.handle.net/1822/55892>

Santos, R., Vargas, H. & Cardoso, J. (2009). *Mutações da cultura midiática*. São Paulo: Paulinas.

Silva, B. & Costa, C. (2020). Modelos de interatividade e interatividade filmica total. *Revista Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia*, 19, 6–16. <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2020v8n19p6-16>

Silva, F. (2015, setembro). *O Lugar da Linguagem Audiovisual na Construção da Noção de Qualidade do Telejornalismo*. Comunicação apresentada no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro.

Vieira, C. (2009). *A narrativa audiovisual publicitária: a forma comercial e a forma social*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://hdl.handle.net/1822/9770>

ANEXOS

Anexo I – Entrevista a Manuel Pedro Gil

Há quanto tempo trabalha com o meio audiovisual?

Estou no meio desde 2020, ano em que terminei a minha licenciatura em Ciências da Comunicação na vertente de Audiovisual e Multimédia pela Universidade do Minho.

Qual é o seu percurso profissional?

Quando saí da universidade, comecei a trabalhar por conta própria e fundei a Lighthouse Studios com dois colegas do curso. Estar no mercado de trabalho não é propriamente fácil. Cheguei a enviar alguns currículos quando terminei a licenciatura, mas não obtive resposta. Na minha opinião, hoje, é ainda mais difícil arranjar emprego. E a parte mais complicada de trabalhar no meio audiovisual é, sem dúvida nenhuma, a de arranjar clientes.

Que tarefas desempenhou com mais recorrência?

Captação de imagens e vídeo, montagem de peças audiovisuais e tratamento de fotografia.

Na sua profissão, o que mais gosta de fazer e porquê?

O que mais gosto de fazer é editar vídeos na etapa de pós-produção e trabalhar com correção de cor e *color grading* porque são aspetos ligados à transmissão de sentimentos. Cores diferentes não transmitem a mesma sensação. Portanto, adoto linguagens diferentes consoante o conteúdo.

Ao falar sobre cinema, é comum referir-se a linguagem audiovisual. No seu entender, o que é isso? Qual é a sua relevância?

Para mim, a linguagem audiovisual é como uma lista de normas de cinema. Por exemplo, existem regras de composição, diferentes tipos de lente e diversos estilos de montagem que são utilizados conforme o conteúdo que se quer criar. Nada é feito aleatoriamente. Estes critérios são imprescindíveis para o cinema ter uma linguagem própria. Por isso, a linguagem audiovisual serve como ponto de partida para se criar um filme. Afinal, quando olhámos para um filme, sabemos que o que estamos a ver é, de facto, um filme.

A linguagem cinematográfica evoluiu muito em pouco mais de um século de existência. Como serão os próximos anos e qual é o papel que os profissionais do ramo desempenharão?

Eu prevejo que as coisas continuem a evoluir de modo frenético. Na parte técnica, o profissional do audiovisual pode deixar de ter algumas funções, mas no que toca à criatividade continuará a ter um papel fundamental. Acredito que a adaptação é uma característica fundamental que deve ser adotada pela comunidade para sobreviver na indústria.

Quais foram as principais mudanças que presenciou no desempenho da sua função?

A nível tecnológico, estão sempre a aparecer novidades. Por exemplo, surgem cada vez mais tecnologias que facilitam a gravação de determinado movimento de câmara. Os softwares de edição também sofrem atualizações todos os anos e isso ajuda-me. Mas, como estou no início da minha carreira, não consigo referir nenhuma grande alteração que tenha revolucionado o meio, pelo menos desde que comecei a trabalhar. No entanto, posso afirmar que o acesso a material é cada vez mais

fácil porque existem muitas marcas a produzir o mesmo tipo de produto. Hoje, é possível obter algum equipamento a um preço acessível. Até telemóveis, geralmente mais baratos do que material de cinema, são um bom ponto de partida para quem se está a iniciar no ramo.

O material faz o realizador?

Não faz, mas ajuda. Na parte criativa, não influencia em nada. Contudo, o material pode fazer a diferença na execução de ideias. Pode-se ter uma ideia espetacular, mas se não houver material que permita executá-la, esta pode não ser possível realizar. Portanto, o material ajuda o realizador, mas não o faz. O realizador tem de ter um conhecimento base. No caso da cor, por exemplo, tem de saber colorir uma imagem. Se o software for bom, pode potencializar a sua técnica. Se o material for limitado, pode restringir o seu trabalho. É nesse aspeto que o material ajuda, ou não, o realizador. Um realizador com mais material não é necessariamente um bom realizador. Às vezes, com pouco, faz-se muito.

Como define que enquadramentos utilizar? Qual é a importância dessa escolha?

Tudo depende do que quero transmitir. Se quiser contextualizar o local onde estão os personagens, faço um plano mais aberto. Por outro lado, se quiser fazer uma cena mais emotiva, aplico um plano mais fechado. Por isso, aquilo que define o enquadramento que utilizo é a informação ou o sentimento que quero transmitir. Para causar desconforto no espectador, posso quebrar a regra dos terços. Existem vários fatores que podem ter peso na escolha do enquadramento, mas aquilo que quero transmitir é o mais importante. Primeiro, penso no que quero mostrar. Depois, decido o enquadramento. Num caso extremo, o cliente também pode influenciar que enquadramentos utilizo, mas quem contrata os meus serviços, de modo geral, está a fazê-lo porque já conhece e gosta do meu estilo de produção.

A etapa de pós-produção é indispensável na elaboração de uma peça audiovisual. Neste sentido, que influência tem a montagem na construção da narrativa?

Quando falamos de montagem, temos de separar a parte da edição de vídeo e a parte do som. Uma cena com diferentes bandas sonoras vai soar de maneira diferente. Por exemplo, uma sequência de espancamento acompanhada por uma música cómica não vai parecer dramática. Relativamente à parte visual, o ritmo do filme, por exemplo, é criado pela montagem. Um ritmo de corte alto transmite uma sensação diferente de uma montagem cujos planos permanecem em tela durante muito tempo. Por isso, no cinema, é preciso jogar com o espectador. Gravamos algo com intuito, queremos sempre transmitir alguma coisa. Todos os elementos, sejam eles visuais ou sonoros, são importantes para criar a cena. Montar um filme é como escrever um texto. Tem de ser tudo planeado. E é na montagem que se juntam todas as peças deste puzzle a que chamamos filme.

Com que problemas e desafios se costuma deparar ao explorar a linguagem audiovisual?

Às vezes, posso ter uma ideia fora da caixa para um vídeo e o cliente com que estou a lidar está habituado a clichés. Quando não se está na mesma linha de pensamento, o trabalho pode ser complicado. Contudo, na nossa profissão também é importante educar o cliente com a nossa forma de pensar. Os maiores problemas com que me deparo surgem, portanto, na etapa de pré-produção. Ainda assim, também há clientes que desejam fazer alterações na versão final do produto. Também há aspetos ligados a fatores estruturais. A produção envolver locais que não vão de encontro ao que queremos fazer é sempre um desafio. Acompanhar a evolução tecnológica também o é. O que hoje é novidade, amanhã passou à história. Isto aplica-se não só a tecnologia, como também a ideias. Por isso, temos de nos adaptar e consumir conteúdo diversificado para nos mantermos relevantes.

Anexo II – Entrevista a Pedro Ferreira

Há quanto tempo trabalha com o meio audiovisual?

Comecei em 2010. Por isso, trabalho há cerca de uma década no meio.

Qual é o seu percurso profissional?

Comecei por trabalhar numa plataforma em Ponte de Lima em que prestei serviços relacionados com o audiovisual a várias empresas. Depois, passei por um canal chamado MVM. Tive na Câmara Municipal de Ponte de Lima a produzir eventos e a tratar de assuntos relacionados com programação web, vídeo e fotografia. Também passei por uma produtora de cinema em Lisboa chamada Periferia Filmes. Entretanto, abri uma empresa e o SC Braga era um dos meus colaboradores. Mais tarde, acabei por assinar pelo clube. Neste momento, mantenho a empresa e trabalho na NEXT.

Que tarefas desempenhou com mais recorrência?

Tarefas ligadas à edição de vídeo.

Na sua profissão, o que mais gosta de fazer e porquê?

Adoro editar. Perceber o que foi filmado, separar os clipes e seleccionar aquilo que é relevante para o filme. Depois, gosto de trabalhar com aspetos técnicos como cor e efeitos de vídeo. Adoro o processo de construção de narrativa através da imagem e do som.

Ao falar sobre cinema, é comum referir-se a linguagem audiovisual. No seu entender, o que é isso? Qual é a sua relevância?

Quando falamos de linguagem audiovisual, referimo-nos ao processo de construção de um filme. Todas as nossas decisões dentro desse processo influenciam a perceção do espectador. Ou seja, a linguagem audiovisual está ligada à criação da história, do guião, a pormenores técnicos como luz, posicionamento das câmaras, microfones, planos e edição. De modo geral, todos estes aspetos ajudam a elaborar um filme.

A linguagem cinematográfica evoluiu muito em pouco mais de um século de existência. Como serão os próximos anos e qual é o papel que os profissionais do ramo desempenharão?

O momento que vivemos já espelha o futuro do audiovisual. Temos câmaras que filmam a 4K a um preço acessível, por exemplo. Hoje, o formato do vídeo é muito direcionado para as redes sociais. É comum vermos vídeos verticais no telemóvel. O próprio material é muito robotizado e de fácil manuseamento. Qualquer pessoa que tenha um telemóvel tem potencial para contar uma história. Até já se produzem videoclips com iPhones. Acho que tudo isto faz parte da evolução a que estamos a assistir. Em relação à qualidade e aos formatos, são coisas que vão e vêm. Por exemplo, o 4K não teve muito sucesso no mercado. O Full HD continua a ser o formato mais utilizado. Contudo, acho que vai haver uma evolução nesse sentido porque estar a filmar em Full HD para depois aumentar a escala do vídeo para este ficar vertical e perder qualidade não faz sentido. Acredito que formatos como o 4K, 6K e 8K são as opções do futuro.

Quais foram as principais mudanças que presenciou no desempenho da sua função?

Desde 2010 que as minhas especialidades são filmar, editar e fotografar. São o grosso da área. A nível da produção, realização, montagem de luz e sonoplastia, não houve grandes mudanças. Por outro

lado, em termos de software, sim, noto mudanças. Uso muito o Premiere Pro, mas já utilizei outros programas como o Final Cut Pro e o Sony Vegas. Quando não filmo algo da melhor forma, o programa permite-me, por exemplo, ter um grande controlo na edição de cor sem tirar qualidade à imagem e os estabilizadores digitais também são fáceis de aplicar. Em termos de acessibilidade e criatividade, também houve uma evolução enorme. Há mais ferramentas e são mais intuitivas. No meu caso, tenho a necessidade de comprar plugins que não vêm pré-instalados no programa, mas uma pessoa que esteja a iniciar tem tudo o que precisa para fazer uma produção audiovisual.

O material faz o realizador?

Não. Uma pessoa com uma câmara, duas luzes e um microfone de lapela é capaz de fazer algo com mais qualidade do que uma pessoa que está a filmar com três câmaras e outros materiais sofisticados. No fundo, o que importa é o engenho da pessoa e a forma como trabalha. Planear os enquadramentos, verificar se o áudio está limpo, entre outros cuidados. É mais um processo de atenção ao detalhe do que propriamente do material em si. Claro que quanto maior a quantidade e melhor a qualidade do material, maior é a possibilidade de se fazer um bom filme, mas não creio que seja isso que faz um realizador.

Como define que enquadramentos utilizar? Qual é a importância dessa escolha?

Depende do que quero transmitir. Se quiser filmar algo com grandeza, uso planos gerais. Quando quero fazer cenas mais dramáticas, opto por planos mais fechados. Estes e o plano americano são os que aplico mais vezes nas minhas peças. Em alguns momentos, para transmitir tensão, utilizo planos picados. Faço uso também do plano contrapicado quando é para criar uma sensação de inferioridade. Há uma série de conceitos que tento aplicar consoante aquilo que o filme pede. Contudo, como trabalho com conteúdo jornalístico, dou mais importância ao conteúdo em si do que à imagem. Mas, de modo, geral, os enquadramentos que utilizo dependem do conteúdo e daquilo que quero transmitir.

A etapa de pós-produção é indispensável na elaboração de uma peça audiovisual. Neste sentido, que influência tem a montagem na construção da narrativa?

A montagem é o ponto mais importante na construção da história. Eu posso trocar o sentido das coisas e induzir as pessoas a outro pensamento através da montagem. Já cheguei a filmar eventos com poucas pessoas e a forma como filmei e editei a peça deu a sensação de que o espaço estava cheio de gente. Acho que a montagem é o que dá sentido às coisas e é um tema delicado porque não deve ser usada para induzir as pessoas em erro. Em jornalismo, a montagem é muito importante, tão ou mais importante do que o que está a ser dito. Já aconteceu de vermos notícias em que estão a dar uma informação recente e a passar imagens de arquivo, o que influencia a perceção da mensagem. Por isso, acredito que a montagem é o aspeto mais importante durante a construção da narrativa audiovisual.

Com que problemas e desafios se costuma deparar ao explorar a linguagem audiovisual?

O primeiro problema de que me lembro é a falta de noção de algumas pessoas fora da área. Eu sei que é tudo muito para ontem, há muita urgência na comunicação atual e nas redes sociais. E as pessoas que não são da área acham que a produção audiovisual é fácil e rápida, o que não é de toda verdade. Há um processo de planeamento do que se vai filmar, onde vão decorrer as filmagens. Temos de perceber o que estamos a querer demonstrar, o que queremos vender. Há todo um estudo feito antes da produção. E, às vezes, deparamo-nos como problemas como, por exemplo, chuva quando queremos filmar no exterior. Problemas que, às vezes, são difíceis de controlar. Mas, o maior problema, de facto, é lidar com clientes que não têm noção do nosso trabalho. De resto, é uma questão de planeamento, conhecimento e criatividade. Depois, uma pessoa tem de se desenrascar. Se

queremos filmar ao ar livre e está muito sol, podemos utilizar refletores para ajudar com a imagem, isto é, para iluminar o entrevistado e não estourar as cores de fundo. Em algumas ocasiões, mudam-se os locais ou dias de filmagem. Há sempre solução. Mas o melhor é sempre gravar em estúdio porque é possível controlar tudo. Em termos de materiais, eu comecei por ter material próprio no início da minha carreira. Uma das necessidades que percebi que tinha era recolher uma grande variedade de material para prestar serviços diversificados.

Anexo III – Entrevista a Martin Dale

Há quanto tempo trabalha com o meio audiovisual?

Há mais ou menos 25 anos.

Qual é o seu percurso profissional?

Fiz um mestrado de comunicação nos Estados Unidos da América e comecei por trabalhar na área de pós-produção. Trabalhei como consultor a nível de estratégia e negócios por um tempo e fui assessor do presidente do Instituto do Cinema e do Audiovisual. Também executei funções de assessor na RTP. Finalmente, fundei a minha própria produtora e nos últimos 15 anos tenho feito, principalmente, vídeos institucionais. Também sou professor. Decidi fazer um doutoramento na Universidade do Minho e acabei por ser convidado para dar aulas. Como sou professor convidado, mantenho a minha atividade fora da academia.

Que tarefas desempenhou com mais recorrência?

Em termos de produção, eu sou produtor, realizador, operador de câmara, operador de *drone* e montador.

Na sua profissão, o que mais gosta de fazer e porquê?

O que mais gosto de fazer é a realização porque o realizador dirige todas as outras tarefas e tem de combinar os componentes logístico e criativo.

Ao falar sobre cinema, é comum referir-se a linguagem audiovisual. No seu entender, o que é isso? Qual é a sua relevância?

Ao falar de linguagem audiovisual, no fundo, referimo-nos à forma como comunicamos através do meio audiovisual e de todos os elementos da estrutura narrativa. Trata-se de um género de comunicação muito peculiar. Apresenta características muito diferentes da comunicação verbal ou por escrito, por exemplo. Metade é áudio, metade é imagem. A sua relevância é total.

A linguagem cinematográfica evoluiu muito em pouco mais de um século de existência. Como serão os próximos anos e qual é o papel que os profissionais do ramo desempenharão?

Nas últimas décadas, presenciamos duas tendências. A primeira diz respeito ao crescente implemento de gráficos e manipulação de imagem em pós-produção. Ter a câmara em movimento e ter a capacidade de manipular a imagem em tempo real. Acho que isto vai continuar a evoluir, principalmente em termos de ambiente virtual em 3D. Vai facilitar produções de realidade virtual e de realidade aumentada e promover movimentos de câmara mais ambiciosos. O profissional tem de tirar partido da tecnologia que existe. Um bom exemplo disso é *The Matrix* (1999), um filme muito

ambicioso para a sua época de estreia. A tecnologia foi desenvolvida e, depois, adaptada pelos realizadores.

Quais foram as principais mudanças que presenciou no desempenho da sua função?

As principais mudanças estão relacionadas com o digital. Temos câmaras digitais com cada vez mais resolução. Câmaras economicamente acessíveis, mas que podem filmar entre 4K e 12K. Apesar da preferência por DSLRs, começamos a ver as grandes marcas a apostar em câmaras *mirrorless*. É a evolução tecnológica a falar mais alto. Refiro-me a *drones* aéreos e subaquáticos e a *slides* digitais, por exemplo. Aparelhos tecnológicos controlados remotamente sofreram uma evolução enorme nos últimos anos. Na parte de pós-produção, o digital também mudou muita coisa. Podemos adicionar plugins no software de edição que utilizamos para montar um filme e, assim, realizar coisas o que há 25 anos era impossível. Cheguei a fazer algumas peças audiovisuais cortando e colando película. Portanto, tudo o que é digital, seja em produção e pós-produção, evoluiu muito e a indústria acompanhou esse crescimento. Hoje, inclusive, é mais fácil entrar no meio audiovisual por tudo isto que falei. Há 25 anos, era mais complicado.

O material faz o realizador?

Uma pessoa pode comprar os melhores equipamentos. Se não tiver visão de realizador, não será bem-sucedida. Um escritor que tenha a melhor caneta do mundo, mas que não saiba escrever, não presta. É a mesma coisa no audiovisual.

Como define que enquadramentos utilizar? Qual é a importância dessa escolha?

Eu tenho tendência para utilizar planos muito abertos e de pormenor. Simplesmente, gosto desses enquadramentos. Planos muito abertos são captados com um *drone*, enquanto que câmaras com lentes teleobjetivas e macro filmam detalhes. Depois, costumo ter muito cuidado com princípios de composição como a regra dos terços, por exemplo, e com a luz. Controlar a luz é um fator fundamental na realização de um filme porque temos de garantir que aquilo que estamos a filmar está iluminado da maneira certa. Normalmente, tomo partido da luz ambiente. Defino tudo a pensar na qualidade final da produção.

A etapa de pós-produção é indispensável na elaboração de uma peça audiovisual. Neste sentido, que influência tem a montagem na construção da narrativa?

Quando dou aulas, gosto de falar na diferença entre estrutura narrativa e narração audiovisual. Existe uma história, uma estrutura narrativa que serve de base, mas a narração é a maneira como contamos a história. Num livro, uma história pode ser contada na primeira, segunda ou terceira pessoa. Existem mecanismos literários para contar a história. No caso do audiovisual, a nível do plano e da montagem, cada perspetiva e mudança de perspetiva que estamos a oferecer, no fundo, parte de uma visão narrativa, isto é, da mente do narrador. E o espetador é influenciado por isto. Como é obvio, o espetador comum não questiona o plano escolhido para determinado momento ou a sequência aplicada naquela parte do filme, mas é influenciado por estas mudanças. O efeito psicológico que o filme tem no espetador só é possível devido à montagem, mas não podemos esquecer outros aspetos técnicos como planos e movimentos de câmara.

Com que problemas e desafios se costuma deparar ao explorar a linguagem audiovisual?

Quando produzimos um filme, há imensas coisas que podem correr mal. Primeiro, podemos encontrar problemas relativos a ter luz verde para fazer um projeto. Eu tenho alguns projetos em cima da mesa que estão para avançar há algum tempo, mas que nunca acontecem. Também podemos ter orçamentos demasiados contidos para o que pretendemos fazer. Depois, existem os imprevistos. Estar

a filmar e bater com um *drone* numa estrutura implica uma despesa de reparação muito grande. Podem haver múltiplos problemas com impacto financeiro e logístico. Mas, em parte, temos de tirar partido dos imprevistos. Alguns dos melhores planos acontecem quando não estamos à espera. Por isso, o desafio é manter a calma e tirar partido do imprevisto.