Universidades Lusíada

Santos, Pedro Alberto Granjo dos, 1991-

A narrativa vídeo aplicada ao multimédia

http://hdl.handle.net/11067/1481

Metadados

Data de Publicação 2015-03-23

Resumo O multimédia emergiu como um novo processo de comunicação que introduziu significativas alterações nos anteriores cânones comunicacionais. Com a presente investigação, pretendeu-se analisar, na optica do realizador vídeo, quais as alterações a nível criativo e funcional a que o mesmo ficou sujeito, face à intervenção do digital e da interatividade. O realizador de vídeo digital interativo, inserido no novo contexto tecnológico e organizacional assiste a uma migração das suas funções, em que a c...

Palavras Chave Comunicações multimédia, Vídeo digital, Videotexto interactivo, Gravação de vídeo - Produção e realização, Narrativa, Comunicações digitais

Tipo masterThesis

Revisão de Pares Não

Coleções [ULL-FCHS] Dissertações

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-25T00:19:43Z com informação proveniente do Repositório

http://repositorio.ulusiada.pt

U N I V E R S I D A D E L U S Í A D A D E L I S B O A

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Mestrado em Comunicação Multimédia

A narrativa vídeo aplicada ao multimédia

Realizado por:
Pedro Alberto Granjo dos Santos
Orientado por:
Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso

Constituição do Júri:

Presidente:	Prof. Doutor Carlos César Lima da Silva Motta
Orientador:	Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso
Arguente:	Prof.ª Doutora Maria João Fonseca Leitão Cunha Silvestre
Vogal:	Prof.ª Doutora Maria de Fátima Lopes Cardoso

Dissertação aprovada em: 19 de Março de 2015

Lisboa

2014

UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Mestrado em Comunicação Multimédia

A narrativa vídeo aplicada ao multimédia

Pedro Alberto Granjo dos Santos

Lisboa

Dezembro 2014

UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Mestrado em Comunicação Multimédia

A narrativa vídeo aplicada ao multimédia

Pedro Alberto Granjo dos Santos

Lisboa

Dezembro 2014

Pedro Alberto Granjo dos Santos

A narrativa vídeo aplicada ao multimédia

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Lusíada de Lisboa para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia.

Orientador: Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso

Lisboa

Dezembro 2014

Ficha Técnica

Autor Pedro Alberto Granjo dos Santos

Orientador Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso

Título A narrativa vídeo aplicada ao multimédia

Local Lisboa

Ano 2014

Mediateca da Universidade Lusíada de Lisboa - Catalogação na Publicação

SANTOS, Pedro Alberto Granjo dos, 1991-

A narrativa vídeo aplicada ao multimédia / Pedro Alberto Granjo dos Santos ; orientado por Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso. - Lisboa : [s.n.], 2014. - Dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Lusíada de Lisboa.

I - CARDOSO, Luís Filipe Landerset de Melo, 1949-

LCSH
1. Comunicações multimédia
2. Vídeo digital
3. Vídeo interactivo
4. Gravação de vídeo - Produção e realização
5. Narrativa
6. Comunicações digitais
7. Universidade Lusíada de Lisboa. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - Teses
8. Teses - Portugal - Lisboa

1. Multimédia communications
2. Digital video
3. Interactive videos
4. Video recordings - Production and direction
5. Narration (Rhetoric)
6. Digital communications
7. Universidade Lusíada de Lisboa. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - Dissertations
8. Dissertations, Academic - Portugal - Lisbon

LCC
1. PN1992.935.S26 2014

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador por me ter ajudado a crescer e nunca ter desistido de mim. À Ana por me ter acompanhado e amparado todos dias ao longo desta jornada. Aos meus pais e avós pelo apoio verdadeiramente incondicional. À minha segunda família lisboeta que diariamente me faz sentir em casa. Ao Kobe, pela companhia em noites mal dormidas. E aos meus colegas e verdadeiros amigos, Tiago Aparício e Nuno Silva.

APRESENTAÇÃO

A Narrativa Vídeo Aplicada ao Multimédia

Pedro Alberto Granjo dos Santos

O multimédia emergiu como um novo processo de comunicação que introduziu significativas alterações nos anteriores cânones comunicacionais. Com a presente investigação, pretendeu-se analisar, na optica do realizador vídeo, quais as alterações a nível criativo e funcional a que o mesmo ficou sujeito, face à intervenção do digital e da interatividade.

O realizador de vídeo digital interativo, inserido no novo contexto tecnológico e organizacional assiste a uma migração das suas funções, em que a criação, a adaptação e enfim a produção se encontram orientadas para um consumidor activo, com exigências muito diferenciadas e em permanente evolução.

Este contexto de mudança permanente exige uma procura igualmente permanente de novas soluções criativas e produtivas, com a introdução de linguagens impressivas, que motivem o utilizador/consumidor, enquanto elo determinante da comunicação multimédia.

Palavras-chave: Comunicação, Multimédia, Vídeo Digital, Realizador, Narrativa, Interatividade.

PRESENTATION

The Vídeo Narrative applied to Multimédia

Pedro Alberto Granjo dos Santos

The media has emerged as a new communication process which introduced significant changes in the previous communication canons. The aim of this research, is to examine under the video director point of view, the changes at the creative and functional levels, generated by the intervention of digital technologies and interactivity.

The interactive digital video director, in the new technological and organizational environment attends a migration of his duties, in which the creation, adaptation and finally the production are oriented to an active consumer, with very different requests and progressions.

This permanent change of context requires an equally constant search for new creative and productive solutions with the introduction of impressive languages, in order to motivate the user / consumer as a critical element in the multimedia communication.

Keywords: Comunication, Multimedia, Digital Vídeo, Interactivity, Director, Narrative, User.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Grelha de leitura, parâmetros 1 (Ilustração nossa, 2014) 28

Ilustração 2 – Grelha de leitura, parâmetros 2 (Ilustração nossa, 2014) 28

Ilustração 3 – Modelo de investigação. (Ilustração nossa, 2014) 34

Ilustração 4 – Ecrã de apresentação vídeo interativo Sound of Energy. (Shell, 2014?) 35

Ilustração 5 – *Design* de Interação, vídeo interativo Sound of Energy. (Shell, 2014?) 36

Ilustração 6 – Percentagem de escolha de utilizadores / opções adicionais do vídeo interativo Sound of Energy. (Shell, 2014?) 37

Ilustração 7 - Ecrã de apresentação, vídeo interativo. (M.A.C., 2014?) 37

Ilustração 8 - Design de Interação, vídeo interativo. (M.A.C., 2014?) 38

Ilustração 9 - Transição entre planos após interação, vídeo interativo. (M.A.C., 2014?) 39

Ilustração 10 - Opções adicionais do vídeo. (M.A.C., 2014?) 39

Ilustração 11 - Ecrã de apresentação do video digital interativo The Big Night. (Subaru, 2013) 40

Ilustração 12 - Representação do plano e cor vermelha como indicadores de interação. (Subaru, 2013) 41

Ilustração 13 - Escolha da gama do veículo. (Subaru, 2013) 42

Ilustração 14 - Interação como forma de explorer características do produto. (Subaru, 2013) 42

Ilustração 15 - Exemplo de transição após momento de interação. (Subaru, 2013) 43

Ilustração 16 - Opções adicionais do video digital interativo The Big Night. (Subaru, 2013) 44

Ilustração 17 – Formas primárias de navegação utilizadas no contexto multimédia, (Vaughan, 2011, p. 297) 176

Ilustração 18 - Narrativa “Ramificada”. (Verdugo et al., 2011, p. 5) 177

Ilustração 19 - Narrativa “Modulada” (Meadows, 2002, p. 65). 178

Ilustração 20 – Narrativa “Fio de Pérolas” (Verdugo et al., 2011, p. 5) 178

Ilustração 21– Narrativa “Desvio de Narrativa”. (Verdugo et al., 2011, p. 6) 179

Ilustração 22 - Narrativa em “enredos de estrutura aberta" (Meadows, 2002, p. 66). 180

Ilustração 23 – Modelo “Processamento Humano” ([adaptado a partir de:] Newell e Card, 1985, p. 216) 189

Ilustração 24 - Estrutura Narrativa Interativa do Protótipo vídeo interativo (Ilustração nossa, 2014) 199

Ilustração 25 – Estrutura base do *storyboard* aplicado ao vídeo interativo (Ilustração nossa, 2014). 203

Ilustração 26 – Logotipo Marca “KO/OK”. (Ilustração nossa, 2014) 205

Ilustração 27 – Personagens “KO/OK” (Ilustração nossa, 2014) 206

Ilustração 28 – Representação da transição entre blocos vídeo no momento de interação (Ilustração nossa, 2014). 209

Ilustração 29 – Montagem Interativa, Design de interação. ([Adaptado a partir de:] Interlude, 2014)..... 211

SUMÁRIO

1. Introdução 17
   1.1. Delimitação do assunto tratado 17
   1.2. Justificação do tema 17
   1.3. Objetivos 18
   1.4. Referências Teórico-Metodológicas 18
   1.5. Procedimentos adotados 19
   1.6. Forma como o tema foi estruturado 19
2. Metodologia de Investigação 23
   2.1. Concepção da Pergunta de Partida 23
   2.2. Fase Exploratória 25
      2.2.1. Leituras 26
      2.2.2. Entrevistas 29
   2.3. Problemática 30
   2.4. Construção do modelo de investigação 32
      2.4.1. As Hipóteses 32
      2.4.2. Modelo de Análise 33
   2.5. Observação e Análise 35
3. Da Comunicação à comunicação digital 45
   3.1. Comunicação de massas, o paradigma digital, e os novos media 45
   3.2. O multimédia como forma de comunicar – Características e princípios 52
   3.3. A produção e gestão de produtos multimédia 54
4. Do vídeo ao vídeo digital 59
   4.1. O vídeo como forma de Comunicação 59
   4.2. As fases de produção 62
      4.2.1. Pré Produção – A narrativa Fílmica aplicada ao vídeo digital 62
         4.2.1.1. Abordagens narratológicas – Estruturalista e Cognitivista 65
         4.2.1.2. A narrativa e o género fílmico aplicado ao vídeo digital 67
         4.2.1.3. Audiência e espetador no âmbito da narrativa fílmica – Aplicação ao vídeo digital 72
         4.2.1.4. A narrativa vídeo no âmbito da Comunicação Comercial 79
      4.2.2. A produção 84
         4.2.2.1. A cinematografia universal 84
            4.2.2.1.1. O tempo 87
            4.2.2.1.2. O movimento 89
            4.2.2.1.3. A “mise-en-scène” 92
      4.2.3. Pós produção – A edição 95

4.3. O realizador enquanto autor 99
4.3.1. O realizador inserido na criação narrativa 104
4.3.1.1. O guião 104
4.3.1.2. O Storyboard 109
4.3.2. O realizador e a cinematografia – A câmara enquanto elemento criador 111
4.3.2.1. A distância de câmara/ Escala de imagem 113
4.3.2.2. O ângulo de câmara 120
4.3.3. O realizador e a “mise-en-scène” 127
4.3.3.1. Direção de atores 127
4.3.4. O Realizador e a Edição 130
4.3.4.1. Abordagens e influência 130
4.3.4.2. As transições 135
4.3.4.3. A continuidade 138
4.3.4.4. A Edição digital não linear 146
4.4. A mudança de paradigma tecnológico – o vídeo digital 147
4.4.1. A Componente Áudio 151
4.4.2. Características Técnicas do Vídeo 153
4.4.2.1. Obtenção de vídeo digital 153
4.4.2.2. Representação e compressão do vídeo digital 156
4.4.3. O vídeo digital enquanto componente do multimédia 164
5. O vídeo interativo 167
5.1. Interação vs interatividade 168
5.2. A narrativa interativa 172
5.2.1. Modelos interativos 175
5.3. O Software – A web app ao serviço da narrativa interativa 180
5.3.1. As bases de dados e os metadados 183
5.4. O utilizador 186
5.4.1. A interação Humano-Computador 187
5.5. Os interfaces 189
5.6. Design de interação 190
5.6.1. Usabilidade 193
5.6.2. A Experiência de Utilizador – UX User Experience 195
6. Estudo de caso 197
6.1. Conceptualização e desenvolvimento 197
6.1.1. Justificação Criativa da Marca 197
6.2. Pré-Produção 198
6.2.1. O Modelo construtivo do vídeo digital interativo – KO/OK 198
6.2.2. O Storyboard 202

6.2.2.1. A Ponte 203
6.3. Produção 205
6.3.1. A construção gráfica 205
6.3.2. A realização do vídeo digital 206
6.4. Pós-Produção 208
6.4.1. A Edição 208
6.4.1.1. O Áudio 209
6.4.2. A Montagem interativa e o Design de Interface 210
7. Conclusões e Recomendações 213
7.1. Conclusões 213
7.2. Recomendações 216
Referências 219
Apêndices 237
LISTA DE APÊNDICES 239
Apêndice A 241
Apêndice B 257
Apêndice C 265
Apêndice D 267

1. INTRODUÇÃO

1.1. DELIMITAÇÃO DO ASSUNTO TRATADO

Condicionado pela emergência das TIC e das inerentes lógicas multimédia, o papel do realizador surge sobre um novo enquadramento – o do digital. Este cria implicações a nível de interatividade que por seu turno condicionam a função do realizador.

Assim, não só é abordado o contexto multimédia, nomeadamente sobre a sua vertente interativa, mas também todas as particularidades inerentes ao papel do realizador enquanto autor. Deste modo, delimita-se a investigação através das fronteiras intrínsecas a cada uma das vertentes referidas conjugando-as de modo a se poder definir os novos papeis do realizador vídeo em ambiente digital interativo.

1.2. JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

O multimédia emergiu como um novo processo de comunicação tendo vindo a alterar todos os cânones comunicacionais até então estabelecidos. Deste modo torna-se fundamental, um conjunto de respostas no âmbito de um processo em constante mutação, isto é, no contexto comunicativo da era computacional.

Nesse sentido manifesta-se a necessidade de uma prospeção sobre a influência do multimédia como elemento inovador e ao mesmo tempo agregador face às antigas formas de comunicar.

Adicionalmente deve-se procurar fundamentar a influência que a linguagem dos antigos media exerce na construção de um produto com características multimédia essencialmente interativas. Para tal a investigação em questão, focando-se no componente vídeo, propõe investigar “a narrativa vídeo aplicada ao multimédia” campo de premente estudo.

Assim e pretendendo-se criar uma certa componente inovadora procurou-se através da presente investigação, enquadrar e definir o papel do realizador vídeo em ambiente digital multimédia nomeadamente no que se regere à produção de vídeo interativo. Este enquadramento conduz a que o realizador desenvolva uma significativa e inovadora capacidade de análise das reações do consumidor da sua obra, induzindo-o ao exercício da intratividade.

Como tal e descrevendo as transformações operadas nas rotinas do realizador vídeo no contexto multimédia, pretendeu-se atribuir resposta às demandas de um determinado grupo profissional, cujos resultados previsíveis podem manifestar-se como uma contribuição heurística de interesse para os visados.

Adicionalmente é ainda indagada a resolução de determinados aspetos que podem conduzir à solução de um problema generalizado nomeadamente sobre o vídeo interativo.

1.3. OBJETIVOS

Dada a natureza e a envolvente do projeto em questão são propostos dois objetivos orientadores da construção teórica e prática.

Objetivo Principal: Desenvolvimento de investigação científica conducente à perceção do papel e funções do realizador-vídeo nas produções multimédia.

Objetivo secundário: Desenvolvimento de uma abordagem às "boas práticas" e normativas para a realização/vídeo no âmbito das produções multimédia interativas (e consequente teste e aplicação prática) materializado sobre uma construção prática.

1.4. REFERÊNCIAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Metodológicamente seguiram-se autores da área das ciências sociais e da comunicação sendo que a presente investigação segue as sete etapas propostas por Quivy e Campenhoudt (2008). A saber, a formulação da pergunta de partida, a exploração, a problemática, o modelo de análise, a observação, a análise de informações e as conclusões.

Assim e após atenta reflexão e análise generalizada foi formulada a pergunta de partida elemento organizacional, delimitador e referencial, pilar de toda a investigação teórica e concepção prática.

Por sua vez a exploração comporta tanto a fase de leitura como a aplicação das entrevistas exploratórias, que, colocadas a individualidades de referência inseridas no contexto delimitado da investigação em questão, podem fornecer informações e pareceres basilares à construção da problemática. Ou seja, à formulação da perspetiva teórica a abordar perante a construção do modelo de análise.

Adicionalmente é formulada, ao longo da construção do modelo de análise, não só o conjunto de hipóteses bem como um modelo de investigação conducente ao mapeamento e enquadramento da abordagem referente à investigação em questão.

Ao longo das fases de observação e análise levantaram-se exemplos que foram analisados à luz dos enquadramentos teóricos já referidos e dos objetivos de comunicação comercial pretendidos.

Por último estabeleceram-se as conclusões e recomendações que se tornaram mais evidentes com o desenrolar da investigação.

1.5. PROCEDIMENTOS ADOTADOS

No que se refere aos procedimentos adaptados foi efectuado um exploratório com entrevisados envolvidos no contexto da presente investigação tendo sido especificamente selecionadas duas personalidades referentes às áreas vídeo e multimédia nomeadamente um realizador vídeo e um criador de produtos multimédia interativos.

Posteriormente à observação atenta de produtos publicitários e softwares de criação de narrativa interativa, procedeu-se a uma alargada recolha bibliográfica sobre a qual foram retirados elementos essenciais para a construção empírica da dissertação em causa tendo como panorama a sua aplicabilidade prática.

Finalmente e com base em todas as premissas metodológicas e teóricas foi desenvolvido um protótipo vídeo comercial interativo.

1.6. FORMA COMO O TEMA FOI ESTRUTURADO

A presente investigação foi orientada, como já referido, de acordo com os passos metodológicos sugeridos por Quivy e Campenhoudt (2008).

Em primeiro lugar foi abordado o conceito de comunicação bem como a transformação do mesmo pela emergência da vertente digital na comunicação. Nesse âmbito foi abordada a transfiguração da comunicação sobre as lógicas dos nóvos media em geral e do multimédia em específico.

Posteriormente, e dado o destaque do vídeo para a presente investigação, procedeu-se uma desfragmentação dicotómica do seu conceito. Nesse âmbito é destacada, primáriamente, a forma através da qual o vídeo, como media, estabelece o seu processo comunicativo, seguindo-se um inerente destaque à forma narrativa que o mesmo pode sustentar no âmbito da sua pré produção.

Subsequentemente é apresentado o conceito de produção através da particularização das grandezas "tempo e movimento", e pós produção através da intrínseca fase de edição.

É ainda destacado o papel do realizador enquanto autor na extensão tradicional do contexto do vídeo digital. Para tal, e dada a relevância referido autor, foram claramente estratificadas e observadas todas as áreas sobre as quais o mesmo exerce influência ao longo da construção de um produto vídeo.

Assim são abordados, na ótica do realizador, os processos compreendidos entre a; pré-produção, onde se encontra inserida a construção do guião e inerente *storyboard*; produção, estando conexas as extensões de cinematografia e "mise-en-scène", pontos primários na exerção da sua função; e pós produção através do desenvolvimento teórico do processo de edição.

Adicionalmente é apresentada uma visão global da componente técnica do vídeo digital na qual são destacados as envolventes de captação, representação e compressão do mesmo, todas elas importantes para o consumo do produto final.

Posteriormente é analisado o vídeo interativo no âmbito da diferenciação entre os conceitos de "interação" e "interativo". Deste modo a figura do utilizador foi abordada como elemento principal no contexto da interatividade, tendo sido traçado o seu perfil enquanto elemento ativo na conjuntura de uma produção multimédia interativa. Nesse sentido atribuiu-se especial destaque à noção de IHC (interação humano-computador) e ao interface como forma de estabelecimento dessa mesma relação.

Paralelamente foi definido o *design* de interação, grandeza sobre a qual se encontram conexas as noções de usabilidade e experiência de utilizador. Este ponto encontra-se desta forma inerente à concepção das boas práticas à construção de um produto interativo.

Procedeu-se posteriormente ao estudo de caso sobre o qual, a partir das premissas teóricas, foi desenvolvido um produto de comunicação comercial sobre a forma de vídeo interativo digital.

2. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

2.1. CONCEPÇÃO DA PERGUNTA DE PARTIDA

O primeiro passo edificador em qualquer contexto de investigação deve consistir na "seleção e definição" adequada do problema de investigação Kothari (2004, p. 24).

Este consiste segundo Sousa e Batista, (2011, p. 21) num "passo fundamental para a construção de uma boa investigação" sendo que "organiza", "delimita", "focaliza", "fornece um referencial" e "aponta os dados que será necessário obter". Logo o problema de investigação diz respeito àquilo que a mesma procura resolver, ou seja trata a "ideia transformada no objeto de estudo" (Cantón, Román, 2005, p. 44).

Nesse âmbito o problema de investigação agrega um conjunto de componentes constituintes ou necessárias premissas, a saber; a existência de um "problema" ou "dificuldade" experienciada por um indivíduo ou um grupo; a existência de um objetivo a ser alcançado; a concepção de um "conjunto de alternativas" ou "meios de ação" como forma de alcançar o mencionado objetivo; a elasticidade por parte do investigador face a essas alternativas; e a existência de um ambiente no qual a dúvida seja um integrante (Kothari, 2004, p. 25).

Por conseguinte a definição do problema de investigação é "indubitavelmente" uma tarefa "hercúlea". No entanto consiste num processo que deve ser considerado de forma astuta ou "inteligente" de forma a evitar a "perplexidade" condicionada pelo decurso da investigação. Nesse sentido a abordagem recorrente estabelece a imposição de uma pergunta por parte do próprio investigador a si mesmo (Kothari, 2004, p. 27). Dado o exposto o problema de investigação pode por seu turno ser "formulado" sob a forma de uma pergunta (Sousa, Batista, 2011, p. 20).

Tratam-se assim das primeiras interrogações "fundamentais" que o investigador propõe face ao "seu objeto de estudo" estando as mesmas "sustentadas a partir do momento que se situam dentro do problema de investigação" (Cantón, Román, 2005, p. 46).

Esta perspetiva converge com as lógicas da "boa fórmula de atuar" instituídas por Quivy e Campenhoudt (1988, p. 30) que defende a "adoção de uma fórmula" alegadamente "eficaz". Esta traduz-se na enunciação do "projeto de investigação" sobre a forma de uma pergunta de partida.

A pergunta de partida encontra-se portanto inerente à necessidade da escolha, por parte do investigador, de “um primeiro fio condutor tão claro quanto possível” no início da indagação. Este procedimento, mesmo perante uma eventual transformação da pergunta ao longo do decorrer da investigação irá permitir um início de trabalho estruturado e coerente (Quivy, Campenhoudt, 1988, p. 30).

A pergunta de partida referente à presente investigação baseia a sua premissa nos critérios de “clareza”, ligada à noção de precisão; “exequibilidade” relacionada com o realismo ou não realismo da proposição investigativa; e “pertinência” fator indexo ao “registo (explicativo, normativo, preditivo) ” no qual a pergunta de partida se enquadra. (Quivy, Campenhoudt, 1988, p. 30, 39).

Deste modo e tendo em conta as premissas de construção anteriormente mencionada foi formulada a seguinte proposta de pergunta de partida:

“Qual o papel do realizador-vídeo em ambiente multimédia?”

A referida questão orientadora respeita o determinado por Quivy e Campenhoudt, (1988, p. 42) uma vez que é “precisa”, “concisa” e “unívoca” não dando aso a confusões na sua interpretação. Esta acenta numa proposição muito curta, clara e precisa procurando ser realista relativamente às funções específicas do realizador.

A sua pertinência prende-se naturalmente com a realidade da atual produção vídeo digital e, sobretudo, com o papel relevante que a interatividade detem nas nóvas formas de comunicação assistidas por computador. Por fim a presente pergunta de partida é claramente unívoca na medida que recai sobre a determinação de aspetos funcionais de um dos intervenientes na cadeia de produção do vídeo digital ou seja, o realizador.

Paralelamente à concepção da pergunta de partida, Cantón, Román (2005, p. 44) defendem a definição dos objetivos como um dos aspetos fundamentais à planificação da investigação.

Assim, e sendo que “cada investigação possui os seus propósitos específicos” estes podem no entanto ser agregados sob um conjunto de grupos generalizados. Posto isto, o objetivo pode estar relacionado com uma procura de “familiarização” face a um fenómeno ou a aquisição de conhecimentos sobre o mesmo; com o “retratar da forma mais fiel possível” as características de um indivíduo, organização ou grupo em

particular; com o determinar da “frequência sobre a qual algo ocorre”; ou com o teste de uma hipótese ou relação causal entre variáveis (Kothari, 2004, p. 2).

Nesse âmbito foram estabelecidos um conjunto de objetivos também eles orientadores do processo de investigação e desenvolvimento teórico e prático respetivamente.

O Objetivo principal centra-se no desenvolvimento de investigação científica conducente à perceção do papel e funções do realizador-vídeo nas produções multimédia.

O objetivo secundário encontra-se relacionado com o desenvolvimento de uma abordagem às “boas práticas” e normativas para a realização vídeo no âmbito das produções multimédia interativas e consequente teste e aplicação prática.

Procura-se por conseguinte uma resposta inovadora bem como a exposição dos conhecimentos que levaram à formulação dessa mesma solução. Assim uma definição precisa do papel do realizador-vídeo em ambiente multimédia é o resultado essencial que se pretende obter, desta forma cria-se implicitamente o conhecimento acerca da nova conceptualização da relação entre espectador, autor e media.

Adicionalmente e considerando o problema articulado por Caires (2014) ao longo da entrevista exploratória tornou-se clara a carência de desenvolvimento do estudo em torno das transições entre sequências como forma de evitar ruturas na narrativa, nomeadamente através de quebras temporais ou “quebras do sentido de imersão”. Assim, a investigação em questão pretende atribuir resposta ao problema em causa através de uma conceptualização e práticas inovadoras.

2.2. FASE EXPLORATÓRIA

Na fase precedente foi apontada um conjunto de boas práticas conducentes à representação do problema de investigação sobre a forma de uma pergunta de partida, tratando-se esta, à partida, do fio condutor do trabalho (Quivy, Campenhoudt, 1988, p. 47).

Entretanto, a fase contígua a ter em conta diz respeito ao método de aquisição competente de informações ou à forma de exploração do terreno empregue “para conceber uma problemática de investigação”. Posto isto, a exploração comporta segundo (Quivy, Campenhoudt, 1988, p. 47) as “operações de leitura”, as “entrevistas exploratórias” e outros métodos de exploração complementares”. Os métodos em

questão são gerados de modo a “ajudar o investigador” na adoção de uma “abordagem penetrante” do âmbito que o próprio se propõe investigar. Uma abordagem que, por si, permita encontrar “ideias” bem como “pistas de reflexão esclarecedoras”.

2.2.1. LEITURAS

As leituras encontram-se relacionadas com uma tipologia de “dados secundários”. Estes provêm da “análise documental”, ou seja, do “acesso a informações trabalhadas por terceiros” por parte do investigador (Sousa, Batista, 2011, p. 71). Nessa conjuntura exploratória os dados “já existem” tendo sido préviamente “recolhidos, registados e analisados” por outrem sob desígnios distintos ou aproximados aos do investigador (Sarmento, 2013, p. 9). Dado o exposto os aludidos dados secundários devem respeitar uma triagem baseada na “fiabilidade das fontes” facto dependente do “autor, fonte, data ou nível de rigor”; na “sustentabilidade dos dados; ou “adequação” dos mesmos (Cantón, Román, 2005, p. 111, 112).

Assim uma revisão bibliográfica tem como objetivo “a consulta e a recolha de informação pertinente” no âmbito “geral” da área de investigação e à “problemática da investigação em particular” (Sousa, Batista, 2011, p. 33).

Da mesma forma Sousa e Batista (2011, p. 50, 51) definem a revisão documental como o estabelecimento de um “campo científico concreto” definido em torno do tema préviamente definido, ou seja em torno do objeto de estudo delimitado sobre as perguntas de investigação. Para tal toda a conjuntura deve “situar antecedentes” e o “estado atual das pressupostas teorias e metodologias” úteis ao desenrolar da investigação. Assim uma investigação estuda um objeto utilizando determinados instrumentos (Eco, 1977, p. 65).

Sob domínio mais alargado Kothari (2004, p. 31) associa as leituras a uma lógica de “*design* de investigação” que estabelece um conjunto de questões, as quais devem ser tomadas em consideração no momento que antecede uma pesquisa competente. O bom *design* de investigação deve atentar na temática do estudo; no motivo de construção do mesmo; no contexto onde será conduzido; nos tipos de dados requeridos; na localização desses dados; nos períodos temporais compreendidos pela investigação; no “modelo de *design*” da investigação; nas “técnicas de recolha de dados utilizadas”; e na “forma como os dados serão analisados; e na noção do estilo que o produto final irá assumir.

No entanto, para Quivy e Campenhoudt (1988, p. 47) a investigação deve possuir um propósito maior face a uma mera recolha documental, ou seja deve “ultrapassar as interpretações estabelecidas” que contribuem para replicar a “ordem das coisas” de forma a originar “novas significações” sobre os fenómenos estudados.

Nesse domínio e sendo a aproveitação de ideias para a realização do trabalho o principal objetivo da leitura, tal facto implica que o investigador seja capaz de fazer surgir as ideias em questão, de as “compreender em profundidade” e de as “articular entre si de forma coerente”. Para tal um dos métodos sugeridos por Quivy e Campenhoudt, (1988, p. 55) sugere a construção de uma grelha de leitura que permita organizar de forma metodológica toda a leitura retirando da mesma o “máximo proveito”.

Como tal e no âmbito da presente investigação foi produzida uma grelha de leitura que facilitou uma leitura “ordenada e profunda” ao longo do processo de pesquisa. Cada entrada da mencionada grelha corresponde a uma determinada leitura.

A distribuição das referidas “entradas” é por seu turno organizada sobre um conjunto de nove parâmetros organizadores. Deste modo o primeiro diz respeito às “palavras-chave” critério sobre o qual foi executada a distribuição temática através dos diversos tópicos chave da investigação em questão tais como “comunicação”; “Multimédia”; “Narrativa”; Vídeo”; “interatividade”, entre outros.

O segundo parâmetro organizador dizia respeito às “referência bibliográficas” no qual eram inserida de forma parametrizada as diferentes fontes de leitura abordadas, facto que permite uma fácil identificação do autor e respetiva bibliografia; Adicionalmente o terceiro parâmetro, “objetivos”, designa o propósito ou motivação para da leitura em causa; por sua vez o quarto parâmetro, a ”teoria”, permite uma distinção mais eficaz do componente teórico de cada uma das entradas da grelha facilitando uma consulta centrada no âmbito teórico. O quinto parâmetro “Metodologia” relaciona-se ao método de investigação no qual o objeto em estudo se insere, por exemplo, uma aborgagem “quantitativa” ou “qualitativa”.

	A	B	C	D	E
1					
2				Pedro Santos.....A Narrativa Vídeo Aplicada ao M	
3					
4	Palavra Chave	Referência Bibliográfica	Objectivo	Teoria	Metodologia
5	Narrativa/ Narrative	Fiske, K. (Ed.). (1999).Film as Social Practice (3ª ed.). Londres: Taylor & Francis Group.	Estudar as dicotomias da teoria narrativa.	Estruturalista/Antropológica	Investigação qualitativa através da qual o autor analisa a obra de autores de renome retirando das mesmas significado.

Ilustração 1 - Grelha de leitura, parâmetros 1 (Ilustração nossa, 2014)

Por sua vez o sexto critério de construção, a "conclusão", encontra-se inerente à apreensão do conteúdo proveitoso à investigação em curso, sob um corpo de texto, após a conclusão da uma dada leitura. O setimo parâmetro "Link" opera sobre uma ótica logística sendo que consiste numa hiperligação conducente ao livro respetivo à leitura em questão.

O oitavo parâmetro "Sticky Notes - definições / observações relevantes" resume um conjunto de informações relevantes à construção de uma base empírica. Nele figuram as informações essenciais bem como as definições relevantes. O último parâmetro "destino" diz respeito à finalidade da leitura em questão, isto é, à localização do mesmo no contexto da forma da investigação em questão.

F	G	H	I
Multimédia.....Quadro Síntese de Leitura | Investigação			
Conclusões	Links	Sticky Notes – definições / observações	Destino
Autor mais reconhecido da teoria narrativa na sua vertente de interpretação antropológica é Lévi-Strauss Strauss conseguiu distinguir semelhanças e desigualdades entre estruturas narrativas ("estruturas de sentido e significado") de várias culturas tendo identificado as estruturas como "mito". Destacou a sua função como resposta simbólica ao inexplicável e injustificável. Strauss estabelece ainda uma conceção narrativa baseada num código binário sobre o qual o mundo é percebido sob forças em oposição. Desta forma estabelece que o significado é representado por diferenças e similaridades e que estas, por sua vez, são condicionadas pela natureza da cultura onde estão inseridas.	Livros Mestrado\Narrativa\[Graeme Turner] Film as Social Practice (Studies i[BookFi.org].pdf	Visão antropológica da narrativa por Lévi-Strauss: **Mitos** - Narrativa primitiva. **Função** - Simbólica (Explicar inexplicável/inevitável). **Caraterística** - Oposições binárias (mundo dividido em categorias, padrões de oposição). **Influência sobre oposições binárias** - Cultura.	Exploração

Ilustração 2 – Grelha de leitura, parâmetros 2 (Ilustração nossa, 2014)

2.2.2. ENTREVISTAS

A entrevista, paralelamente às concepções de "observação" e "análise documental" encontra-se inerente a uma abordagem qualitativa de investigação. Deste modo consiste no método de recolha de informações fundadadas em "conversas orais" (Sousa, Batista, 2011, p. 79). Isto é, compreende um método de aquisição de dados que envolve, por sua vez, a "apresentação de estímulo oral-verbal" e respetiva resposta em termos "orais-verbais" (Kothari, 2004, p. 97).

Segundo Hammersley (2013, p. 54) a técnica em questão é a "melhor forma de obter relatos" tanto sobre as "experiências" bem como sobre "perspetivas" de um dado interlocutor.

Por conseguinte as entrevistas exploratórias devem auxiliar a construção da problemática de investigação sendo que contribuem para descobrir "aspetos a ter em conta" alargando ou retificando o "campo de investigação das leituras" permitindo "revelar" determinados particularidades sobre o campo de análise sobre o qual o investigador se debruça. Este facto permite "economizar tempo", ou completar "pistas de trabalhos" evocadas pelas leituras (Quivy, Campenhoudt, 1988, p. 67).

Assim as entrevistas têm "há muito" vindo a ser utilizadas como "fonte central de dados" por parte investigadores qualitativos (Hammersley, 2013, p. 67).

Deste modo Quivy e Campenhoudt (1988, p. 69, 70) apontam três categorias de pessoas "que podem ser interlocutores válidos". Deste modo a primeira categoria diz respeito ao conjunto de "docentes, investigadores especialistas e peritos" no âmbito da investigação; o segundo às "testemunhas privilegiadas, ou seja, pessoas que pela sua "posição", "ação" ou "responsabilidades" são conhecedores do problema. A terceira categoria de "interlocutores úteis" refere-se aos que "constituem o público a que o estudo diz respeito".

No âmbito da formulação da dissertação em questão foram efetuadas duas entrevistas a dois "interlocutores úteis" que se inserem quer na primeira como segunda categoria traçada por Quivy e Campenhoudt (1988, p. 69).

Assim, Carlos Sena Caires primeiro "interlocutor útil" selecionado, é um profissional e autor publicado, versado na área artística e tecnológica. O seu percurso académico bem como os projetos desenvolvidos mostram uma orientação patente pela procura do

estabelecimento de uma ligação entre ambas, nomeadamente a convergência entre o vídeo e o meio computacional, através do conceito de “Vídeo Interativo”.

O segundo “interlocutor útil” selecionado para a aplicação de uma entrevista exploratória tratou-se de Leonel Vieira, um Produtor/Realizador/Escritor inserido no campo audiovisual nacional e internacional.

Adicionalmente a entrevista em questão contribuiu ainda para a definição de um conjunto de elementos a integrar no momento de execução do objetivo secundário proposto, o desenvolvimento de uma abordagem às “boas práticas” e normativas para a realização/vídeo no âmbito das produções multimédia interativas (e consequente teste e aplicação prática), uma vez que ambos os tipos de realização estão intrínsecos à mesma raiz, os processos de realização fílmica.

2.3. PROBLEMÁTICA

A presente fase "problemática" encontra-se inserida numa lógica de distanciamento face às informações recolhidas. Este distanciamento permite assim a formulação de uma problematização relacionada com a pergunta de partida. Para tal existem segundo Quivy e Campenhoudt (1988, p. 91) três momentos, o primeiro relacionado com a exploração das leituras e entrevistas que devem ser contrastadas "aos diferentes aspetos do problema" colocados na pergunta de partida; o segundo momento consiste numa escolha particular acerca da orientação mais pertinente da investigação em questão, ou, a criação de uma nova abordagem que transcenda as anteriores e que melhor se adcue aos desígnios do investigador; o terceiro momento assenta na construção e justificação do próprio quadro conceptual em si.

Assim, Comunicação Multimédia, desdobra-se sobre uma abordagem ao “paradigma digital” aos “novos media” ou à “gestão de produtos multimédia”. Deste modo são referidos entre outros, McQuail (2003); Griffin (2012); West e Turner (2010); Biagi (2011); Baran e Davis (2010); Campbell, Martin, Fabos (2012); Burnet, Brunstrom, Nilsson (2003); Gane e Beer (2008); Madhow (2008); Pagani, (2009); Pereira (2007); Manovich (2001); Fuhrt (2008); Cawkell (2005); Vaughan (2011); Lévy (1997).

Posteriormente o “Vídeo Digital” desdobra-se sobre uma observação generalizada as fases construtivas do seu conteúdo, nete caso a “pre produção”, “produção” e “pós produção”. Adicionalmente é abordado o elemento final da cadeia de valor do vídeo, o

seu espetador/ consumidor. Da mesma forma são analisadas as características constitutivas de um produto vídeo em formato digital, entre eles, a “captura” a “compressão”, “representação” e “armazenamento”. Neste âmbito são citados autores como Abrams, Bell, Udris (2001); Turner (1999); Eisenstein (2002); Barsam (2010); Martin (2005); Bordwell (1989); Gitelman (2006); Branigan (2005); Fludernik (2009); Herman (2012); Jones (2003); Plantinga (2009); Abrams, Bell, Udris, (2001); Turner, (1999); Martin (2005); Bordwell (1989); Herman (2012); Jones (2003); Chatman (1978); Douglas e Hargadon (2000); Aumont e Marie (2006); Bordweel e Thompson (2008); Hayward (2000); Corrigan e White (2012); Metz (1980); Pramaggiore e Wallis (2008); Health (2012); Saunders (1999); Tungate (2007); Fulton (2005); Drewniany, Jewler (2008); Maxwell e Dickman (2007); Deyer (1982); Duarte (2010); Watson, Hill (2012); Carroll (2008); Hampe (1998); Napolitano (2014).

No que se refere ao “Realizador”, a análise em torno do mesmo desdobra-se sobre o seu processo de autoria ao longo das fases de produção de vídeo digital anteriormente descritas. Nesse contexto foram abordados entre outros Villarejo (2007); Abrams, Bell, Udris (2001); Barsam (2010); Corrigan, White (2012); Bresson (1977); Thompson (2008); Pramaggiore, Wallis (2008); Brown (2012); Tarkovsky (1986); Chatman (1978); Lewis (2014); Bordwell, Thompson (2008); Martin (2005); Aumont e Marie (2006); Arnheim (1957); Cousins (2004); Dixon, Foster (2008); Carroll (2008); Bogs e Petrie, (2008); Bordwell e Thompson (2008); Bogs e Petrie (2008); Monaco (2000).

O vídeo Interativo, agregando as abordagens, computacional e de comunicação, desdobra-se sobre a “narrativa interativa”, o “utilizador”, o “*software*” e as inerentes “base de dados” e “interfaces” por sua vez agregados ao conceito de *design* e assim de usabilidade e experiência do utilizador. Dado o exposto são referenciados Manovich (2001); Dewdney e Ride (2006); Eco (1989); Caires (2007); Ribeiro (2013); Murray (1998); Shedroff e Noessel (2012); Zaphiris e Ang (2009); Gane e Beer (2008); Noble (2009); Chalmers (2003); Coronel, Morris, Rob (2011); Powell (2006); Oppel (2004); Gilliand (2008); Silberschatz (2011); Brooks (1996); Spierling (2005); O’Neil (2005); Norman (2002); Vaughan (2011); Smith (2007); Preece, Rogers, Sharp (2002); Tullis e Albert (2008); Krug (2006); Reiss (2012); Garrett (2011); Kraft (2012).

2.4. CONSTRUÇÃO DO MODELO DE INVESTIGAÇÃO

2.4.1. AS HIPÓTESES

Após a formulação do problema bem como do levantamento bibliográfico o "investigador está em condições de perceber se a questão que inicialmente colocou merece ser investigada" (Sousa, Baptista, 2011, p. 27). Ou seja, encontra-se em condições de planear a resolução do dito problema a partir da abordagem "teórica e metodológica" anteriormente instituída (Rio, Velásquez, 2005, p. 55).

Assim, adicionalmente à pergunta de partida, a organização da investigação em torno de "hipóteses de trabalho" consiste na forma mais eficaz de investigar "com ordem e rigor" sem que para isso seja necessário descurar o "espírito de descoberta e curiosidade" (Quivy, Campenhoudt, 2008, p.119).

As hipóteses traduzem, deste modo, uma "resposta prévia ao problema proposto", isto é, uma "inferência" ou "construção elaborada como premissa ou ponto de partida a uma argumentação (Rio e Velásquez, 2005, p. 56). De outro modo podem ser igualmente percebidas como "afirmações acerca das variáveis em estudo" (Sousa, Baptista, 2011, p. 27).

Nesse sentido Quivy e Campenhoudt (2008, p. 119) defendem que "um trabalho não deve ser considerado uma verdadeira investigação" se sobre o mesmo não for estabelecida uma estrutura "em torno de uma ou mais hipóteses".

Dado o exposto são fundadas por Kothari (2004, p. 185), um conjunto de características instituintes de uma hipótese. Estas devem ser, à semelhança da pergunta de partida, "claras e precisas", devem ser observáveis, ou seja devem suportar a aplicação de testes "exequíveis". De igual modo necessitam estabelecer "relações entre variáveis" devendo ser "específicas", compreensíveis e análogas à investigação em causa.

Assim são propostas as seguintes hipóteses como orientadoras da presente investigação:

Hipótese 1 – O realizador vídeo digital vê as suas responsabilidades acrescidas quando inserido num contexto multimédia.

Hipótese 2- Existe um incremento de mais-valias criativas face ao acréscimo de atos criativos a que o vídeo interativo obriga.

Hipótese 3- A agregação dos antigos e novos media podem solucionar problemas emergentes no contexto comunicacional.

2.4.2. MODELO DE ANÁLISE

O modelo de análise é formulado após a revisão das leituras bibliográficas como forma de selecionar e enquadrar o aspeito teórico da abordagem metodológica da investigação. São desta forma estruturadas as “dimensões essencias” sobre os seus “fatores-chave”, “conceitos”, ou “variáveis” na representação de um modelo que se pretende investigar (Sousa e Batista, 2011, p. 41).

Nestes termos adoptou-se um modelo de investigação em que dicotomicamente se analizasse o papel do realizador em termos de vídeo e vídeo digital intrativo, suas componentes e preenchimento dos desidratos do utilizador. Segue-se a representação gráfica deste conceito:

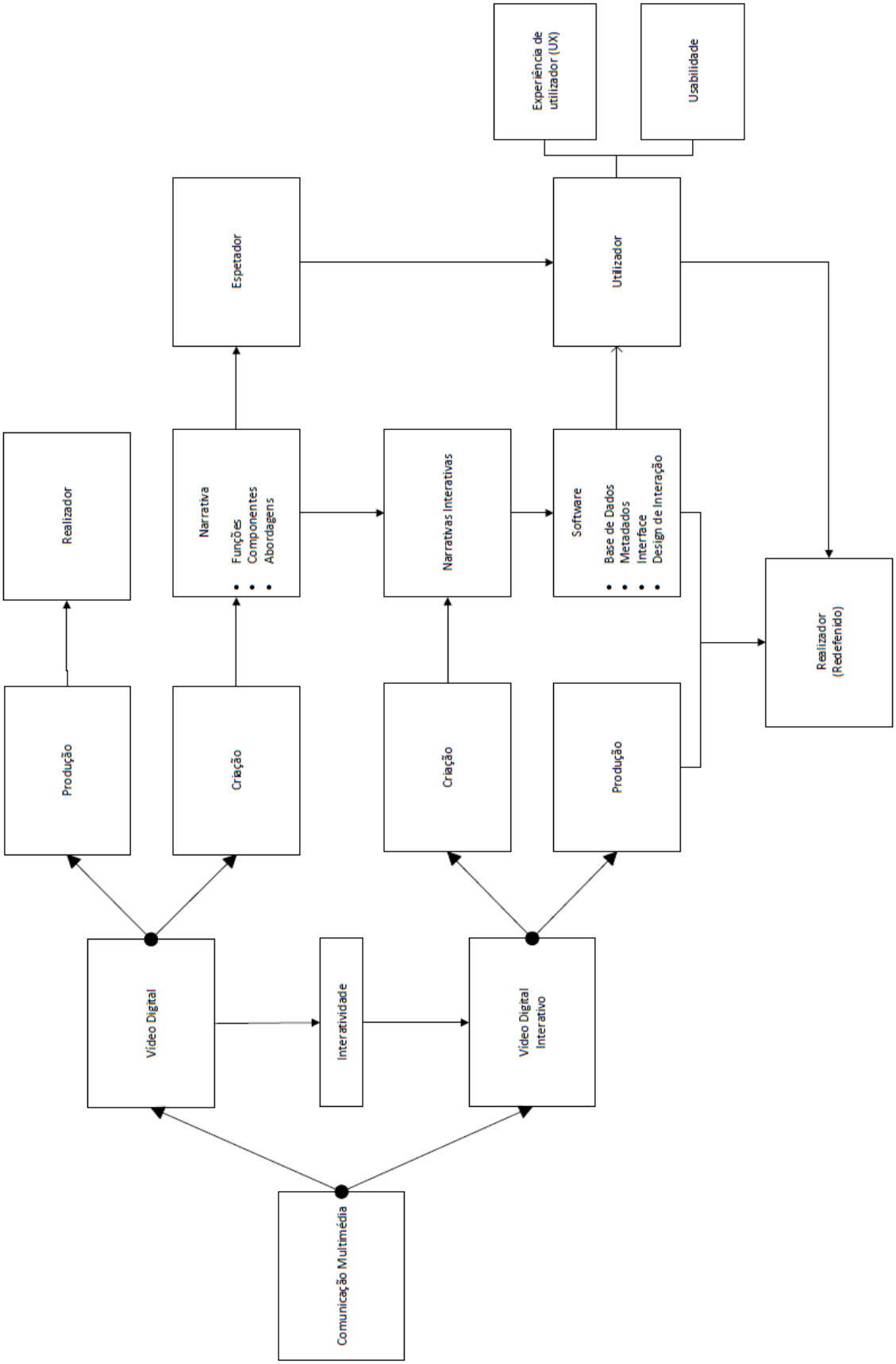

Ilustração 3 – Modelo de investigação. (Ilustração nossa, 2014)

2.5. OBSERVAÇÃO E ANÁLISE

A observação consiste numa "etapa intermédia entre a construção dos conceitos e das hipóteses, por um lado, e o exame dos dados utilizados para estudar por outro" (Quivy, Campenhoudt, 1988, p. 157).

Assim, a presente investigação centra-se, como tem vindo a ser desenvolvido, no âmbito do vídeo digital. Por conseguinte, e uma vez descritos os respetivos conceitos, abordagens e características segue-se uma observação direta de alguns dos projetos mais reconhecidos nomeadamente no campo do vídeo digital interativo aplicado à comunicação comercial.

Em primeiro lugar observou-se a campanha comercial desenvolvida para a empresa energética "Shell" com o título "Sound of energy" que baseia a sua premissa na "criação de uma nova mistura energética personalizada. Assim no início do respetivo vídeo digital interativo surge uma breve nota introdutória ao cariz e intuito do vídeo, neste caso a "escolhe as fontes de energias, acrescenta instrumentos e cria a tua própria mistura de energias".

Ilustração 4 – Ecrã de apresentação vídeo interativo Sound of Energy. (Shell, 2014?)

Essa mistura é ao longo do decorrer do produto, efetuada sobre uma lógica áudio e visual de acordo com os desígnios do utilizador. Deste modo utiliza um conjunto de sons individualizados provenientes de uma amálgama de objetos relacionados com a energia constroem a melodia da música In the Hall of Mountain King. O interface desfragmenta-se sobre uma "estrutura modulada" baseando-se num conjunto de ícones

representativos de cada tipologia energética ("Bio, Hidro, Gás, Solar, Eólica e combustíveis") fornecidas pela Shell.

Através das escolhas do utilizador em determinados momentos de transição (nós) que coincidem com o ritmo musical é possível alterar a sonoridade e a imagem da sequência posterior. O tempo ou momento de escolha nunca excede os 5 segundos sendo que passado esse período temporal a escolha é efetuada de modo aleatório.

Ilustração 5 – *Design* de Interação, vídeo interativo Sound of Energy. (Shell, 2014?)

Assim, o presente vídeo interativo baseia a sua premissa num ritmo musical ao longo do qual vai conjugando progressivamente as sonoridades e as imagens vídeo à escolha do utilizador.

A transição entre momentos (nós) torna-se percetível através da discrepância sonora e visual proporcionada pelos diferentes objetos e sons, porém a continuidade é mantida através da melodia, da abordagem visual cinematográfica empregue e do ritmo. Essa continuidade também pode ser percebida em termo ideológicos, neste caso a importância energética a nível global sendo que as personagens, mesmo não interagindo diretamente entre si, utilizam diferentes formas energéticas tornando-se estas um elemento comum e agregador.

Posteriormente o interface contabiliza as escolhas do utilizador ao longo do vídeo digital interativo (escolha energética) representando-as em forma de percentagem sobre um gráfico. Adicionalmente oferece um conjunto de três opções adicionais, a saber, "uma "nova mistura" ("new mix"), a repetição da mistura formulada ("replay mix") e um botão

de partilha ("share") em forma de uma hiperligação conducente à rede social "Facebook".

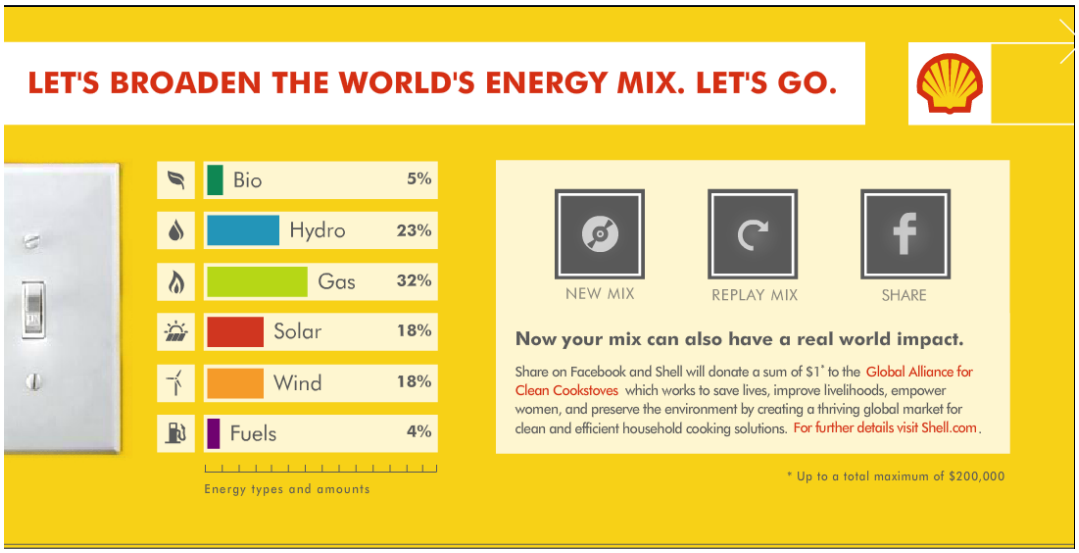

Ilustração 6 – Percentagem de escolha de utilizadores / opções adicionais do vídeo interativo Sound of Energy. (Shell, 2014?)

O segundo vídeo interativo analisado diz respeito a uma produção elaborado para a marca cosmética "M.A.C". Este baseia a sua premissa na criação de um conjunto de história que se desdobram num conjunto de "visuais" possíveis de forma a promover uma gama de produtos "Daze holiday palettes".

A primeira imagem apresentada, à semelhança do projeto anteriormente analisado, surge como uma nota introdutória que opera como um elemento orientador face ao posterior desenrolar narrativo.

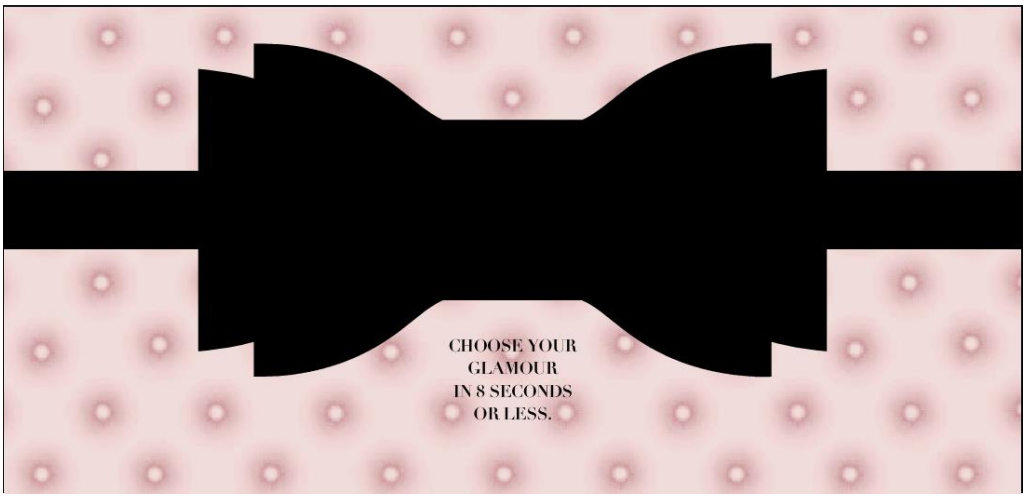

Ilustração 7 - Ecrã de apresentação, vídeo interativo. (M.A.C., 2014?)

Assim, e dadas as suas características de navegação ou interação, a representação do enredo interativo é efetuado sobre uma abordagem “ramificada” da narrativa.

Neste caso duas opções iniciais desdobram-se em quatro, por sua vez essas quatro desdobram-se em oito. Esse desenrolar da estrutura narrativa desenrola-se até ser alcançado pico das dezasseis histórias possíveis com quatro fins alternativos.

O desenrolar da estrutura baseia-se numa lógica caracteristicamente visual com certas nuances áudio que se revelam na sua generalidade pela banda sonora ou em particular no momento de escolha por parte do utilizador através de um dado efeito sonoro. A transição entre momentos (nós) torna-se percetível nomeadamente através do contexto de espera, desta forma o vídeo assume um caráter quase estático ao longo dos vários períodos de escolha.

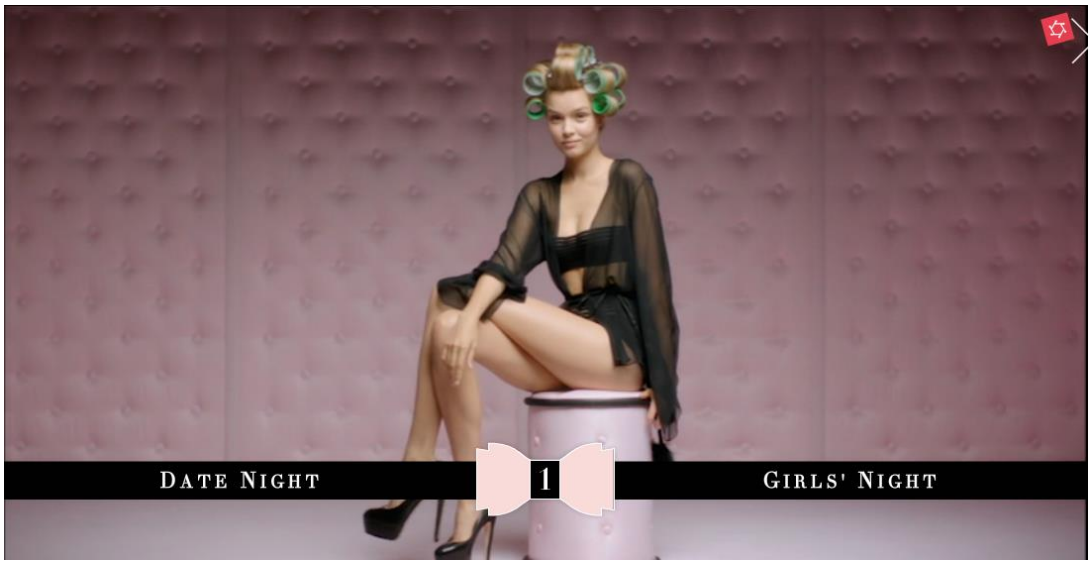

Ilustração 8 - Design de Interação, vídeo interativo. (M.A.C., 2014?)

A alternância entre sequências de imagem em si é conseguida através de uma troca de planos que na sua generalidade aproximam a câmara da personagem criando planos mais próximos e de rápida sequência que ilustram a escolha anteriormente manifestada pelo utilizador.

Ilustração 9 - Transição entre planos após interação, vídeo interativo. (M.A.C., 2014?)

Posteriormente ao decorrer do vídeo interativo, surge uma imagem estática semelhante à inicial na qual a marca e o nome da gama de produtos assumem o destaque, Adicionalmente são conferidos um conjunto de quatro opções adicionais em forma de *hiperlinks* que remetem à criação de um novo vídeo ("create new vídeo); à loja *online* da marca em questão ("shop the collection"); à cópia do *link* para posterior partilha em blogs sites ou fóruns entre outros ("copy embed link"); ou à opção de partilha mais particularizada, nomeadamente através das redes sociais Facebook e Twitter.

Ilustração 10 - Opções adicionais do vídeo. (M.A.C., 2014?)

Adicionalmente foi observado o vídeo interativo "The Big Night" produzido como forma publicitar duas gamas de automóveis da marca "Subaru".

A presente comunicação publicitária acompanha a jornada de um jovem homem de família conduzida em torno do produto publicitado (particularmente o veículo "Subaru Forester") até ao hotel onde a grande noite ("big night") ocorre.

A primeira imagem do produto, seguindo o padrão dos anteriores casos expostos apresenta uma imagem introdutória que esclarece o utilizador acerca do interface, isto é, torna claro o processo de escolha no momento da interação.

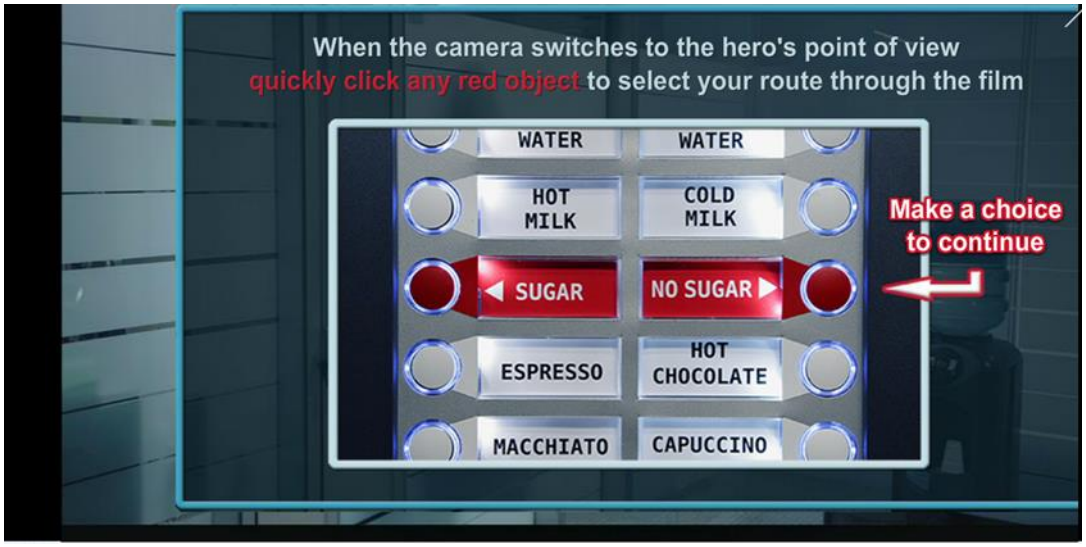

Ilustração 11 - Ecrã de apresentação do video digital interativo The Big Night. (Subaru, 2013)

Assim, o presente vídeo digital interativo possui uma abordagem distinta face aos exemplos préviamente aludidos. Neste âmbito os botões são substituídos em grande parte pela cor vermelha sendo que a mesma, aliada ao ponto de vista da personagem, serve como indicador ao momento de seleção por parte do utilizador.

Consequentemente é possível constatar o cuidado tanto na representação da respetiva pigmentação ao longo do decorrer do produto, como na representação do plano em ponto de vista. Assim, sempre que a cor vermelha é representada, nomeadamente sobre o plano em questão, torna-se percetível a sua função enquanto botão.

Ilustração 12 - Representação do plano e cor vermelha como indicadores de interação. (Subaru, 2013)

A estrutura da história tem como premissa uma narrativa interativa ramificada que adapta o seu desenvolvimento perante as opções introduzidas pelo espetador ao longo do processo de interação. Consequentemente são viabilizadas 98,304 variações do vídeo que é composto por 172 segmentos individuais que perfazem 46 minutos de filme editado. Por seu turno estes 46 minutos são convergidos em 8 ou 10 de produto publicitário dependendo das opções do utilizador.

Torna-se percetível a importância atribuída à componente narrativa não só pela atenção concedida à construção das personagens ou pelo estabelecimento do enredo mas também através de um conjunto de interações que apesar de condicionarem a perceção do vídeo, enriquecendo-o, não possuem qualquer impacto direto no desenvolvimento da história.

A nível ilustrativo, existe em determinado momento da narrativa uma escolha orientada à marca, neste caso a gama do carro. Apesar de não influencíar de forma significativa a narrativa, apresenta ao longo do vídeo um conjunto de informações distintas acerca do veículo escolhido. É então possível constatar a relevância dessa decisão na conjuntura de comunicação com as características da presente.

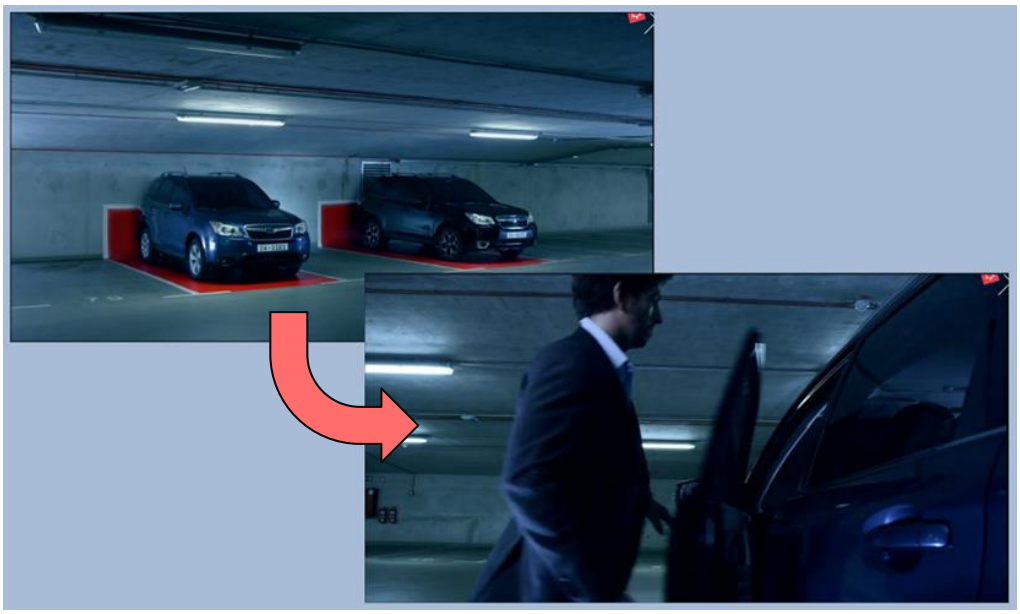

Ilustração 13 - Escolha da gama do veículo. (Subaru, 2013)

Assim, o momento de escolha pode adicionalmente servir como forma de exposição das características do produto em momentos chave da história. Neste caso e a nível exemplificativo a opção pode condicionar a narrativa de modo a demonstrar os benefícios da opção "X-Mode" (em terrenos acidentados) disponível na gama do veículo seleccionado.

Ilustração 14 - Interação como forma de explorer características do produto. (Subaru, 2013)

As transições, por seu turno, são efetuadas sobre uma lógica semelhante à abordagem estabelecida pela comunicação comercial da “M.A.C” préviamente observada. Esta baseia-se portanto numa quase estagnação do momento do vídeo de forma a conceder ao espetador a capacidade de manipulação do enredo ao longo de um período nunca superior a seis segundos. Por sua vez a alternância entre blocos vídeo, após a interação, é efetuada de forma coerente sobre a linguagem fílmica sendo que é estabelecida através de uma conjugação lógica de planos.

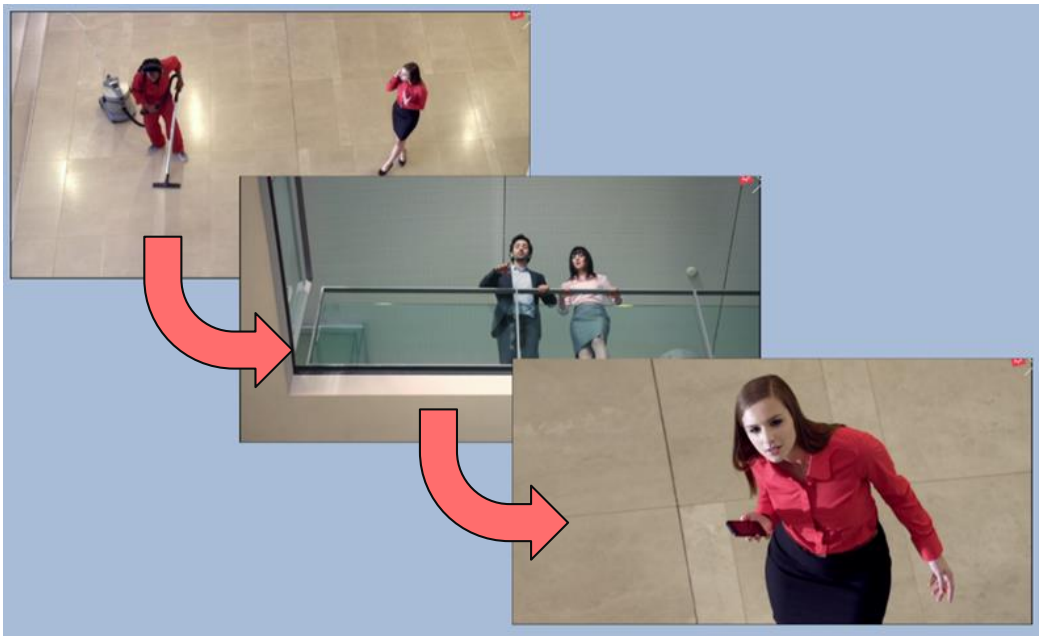

Ilustração 15 - Exemplo de transição após momento de interação. (Subaru, 2013)

Após a conclusão do vídeo, ou da narrativa em si, assoma uma imagem estática representativa de um conjunto de opções adicionais. Estes disponibilizam ao utilizador um conjunto de métodos de partilha do vídeo, nomeadamente através das redes sociais “Facebook” e “Twitter” ou através da possibilidade da cópia de *link* representada pelas opções “Embed this Video” e “Share this Vídeo”.

Adicionalmente fornece ligações as quais permitem “criar uma nova versão”, “repetir a versão da história” criada a partir do conjunto de interações; e a ligação a um *website* através do qual o utilizador pode recolher um conjunto de informações adicionais acerca do produto.

Ilustração 16 - Opções adicionais do video digital interativo The Big Night. (Subaru, 2013)

3. DA COMUNICAÇÃO À COMUNICAÇÃO DIGITAL

3.1. COMUNICAÇÃO DE MASSAS, O PARADIGMA DIGITAL, E OS NOVOS MEDIA

Tentar definir concretamente o conceito "comunicação" pode ser uma tarefa "controversa" (Griffin, 2012, p. 6), "desafiante", sendo que é difícil precisar uma definição que gere concordância universal (West, Turner, 2010, p. 6). Este facto pode ser justificável pela multiplicidade de "significados e definições" daquilo que se entende como comunicação (McQuail, 2003, p. 499) e assim pela carência de um tipo único de essência de comunicação que explique adequadamente o fenómeno a ser estudado (Griffin,2012, p. 6).

Deste modo Griffin (2012, p. 6) apresenta a sua interpretação de comunicação com base na relação da criação e interpretação de mensagens que suscitam respostas. Por sua vez McQuail (2003, p. 499) apresenta a ideia central de comunicação como um conceito associado à transmissão de uma mensagem, ou o processo de partilha entre os participantes com base nas menagens enviadas e recebidas.

No mesmo sentido West e Turner (2010, p. 6) apresentam uma noção de base social, expondo comunicação como "um processo social no qual os indivíduos utilizam símbolos para estabelecer e interpretar significados na sua envolvente".

Expandindo a concepção de McQuail (2003, p. 499) surgiram através da inovação tecnológica, nomeadamente eletrónica, meios detentores da capacidade para "enviar mensagens muito mais rápidamente em relação ao anteriormente possível" (Grant, Meadows, 2012, p.12). Neste sentido o período eletrónico deu origem a produtos não só baseados em processos analógicos mas também em processos de produção em massa (Lister, Dovey, Giddings, Kelly, 2009, p. 17).

O contexto social, cultural, politico e económico do século XXI, bem como a diligência individual de um conjunto de inventores "tal como Thomas Edisson", transformaram o cânone comunicacional, despoletando o desenvolvimento da maioria dos media de massa (Campbell, Martin, Fabos, 2012, p. 11).

Contemporaneamente diversas teorias sobre esta tipologia de media têm sido exponencialmente levantadas (Baran, Davis, 2010, p. 5) tornando-se custoso alcançar uma definição consensual (McQuail, 2003, p. 13).

No entanto um ponto convergente entre distintas abordagens aponta o significado de massas como um amorfo de indivíduos ou uma vasta audiência como alvo do media (Baran, Davis, 2010, p. 5; Biagi, 2011, p. 9; West, Turner, 2010, p. 40; Campbell, Martin, Fabos, 2012, p.12; McQuail, 2003, p. 14).

Sendo um media um conjunto de meios através dos quais "uma mensagem alcança a sua audiência" (Biagi, 2011, p. 8) os mass media podem ser considerados "canais ou formas de difusão ("delivery modes") para mensagens de massas (West, Turner, 2010, p. 570).

Assim os mass media estão inerentes a uma lógica de comunicação de massas, ou seja, a comunicação de "uma pessoa ou um grupo de pessoas" é conseguida através de dispositivos (media) para uma "vasta audiência ou mercado" (Biagi, 2011, p. 8).

Esta perspetiva conflui com a noção de West, Turner (2010, p. 40) que estabelece a comunicação de massas como a "comunicação direcionada a uma vasta audiência através de vários canais ("channels"). Por sua vez os vários canais ("channels") utilizados para a difusão das respetivas mensagens de massa são denominados "mass media".

Logo o "contexto comunicacional" de massas inclui ambos, o canal e a audiência (West, Turner, 2010, p. 40). Como tal no momento em que uma organização emprega uma dada tecnologia com propósitos comunicativos operantes sob um alargado conjunto de pessoas, é possível asseverar que uma comunicação de massa ocorreu (Baran,Davis, 2010, p. 5).

De modo a serem percetíveis perante uma audiência, este tipo de mensagens e histórias media são "codificadas e enviadas em formas escritas e visuais". Porém, caracteristicamente os remetentes "possuem um controlo muito reduzido" sobre a forma como as mensagens são descodificadas, não detendo um controlo total sobre a intenção da comunicação (Campbell, Martin, Fabos, 2012, p. 12).

A comunicação de massas assume desta forma um caráter de "princípio" em detrimento de um caráter de "realidade", o mesmo será dizer que comunicação de massas "define uma condição e um processo teóricamente possível mas que raramente se encontra na sua forma pura" (McQuail, 2003, p. 14).

Porém, se por um lado os media analógicos provêm da revolução industrial e a subsequente técnica de standardização (Dewdney, Ride, 2006, p. 227) os media de componente eletrónica indiciam um futuro distinto, no qual "várias forças" preludiam a rotura de fronteiras que dividem as categorias rígidas de cada media (Lister, et al, 2009, p. 10) em detrimento à "permutabilidade de materiais, propriedades e equipamentos" característica dos media de cariz analógico (Dewdney, Ride, 2006, p. 227).

Os antigos media originam uma tipologia de transmissão de informação moderna e, neste âmbito, sofrem uma transição, desde a sua forma original para os media digitais. Esta transição acarreta, por sua vez, benefícios sobre antigas categorias media agora originadas sobre o formato digital e sob as quais se observa um "crescimento explosivo" (Lister, et al., 2009, p. 20).

No entanto, para além do que uma abordagem simplesmente tecnológica poderia fazer antever, a transformação das tipologias de transmissão de informação é fruto de conceções mais profundas do que o simples engenho humano. Desta forma baseia-se igualmente em processos sociais económicos e culturais que atuam como agentes dinamizadores da mudança em questão (Lister, et al., 2009, p. 20).

Assim o "salto da modernidade para a pós modernidade", o "intensificar de processos de globalização", a "substituição, no oeste, de uma era industrial de manufatura por uma era de informação pós-industrial" e o "descentralizar de ordens geopolíticas estabelecidas e centralizadas" são eventos referidos como fator chave para todo o contexto de mudança comunicacional em questão (Lister, et al, 2009, p. 10, 11).

Por seu turno Jenkins (2006, p. 11) refere que uma grande fração dos estudos sobre a chamada revolução digital "presumem que um desfecho sob a forma de uma alteração tecnológica era mais ou menos inevitável".

Torna-se no entanto impossível descurar a revolução computacional neste contexto sendo que o rápido ritmo da mudança tecnológica dos media entre os seculos XX e XXI converge com a designada "upgrade culture". Este tipo de cultura baseia-se no computador como uma tecnologia em fluxo, capaz de se reinventar em detrimento de uma tecnologia terminada no momento final da sua concepção (Lister, et al, 2009, p. 2).

Sob o mesmo prisma Wardrip-Fruin (2009, p. 1) considera o computador um "tipo estranho de máquina" uma vez que possui essa capacidade de se transformar. Assim

enquanto “a maior parte das máquinas são desenvolvidas para propósitos específicos”, ou seja “finais”, os computadores modernos são especialmente concebidos de forma a deter a capacidade de simular as operações de variadas instruções diferentes”.

O computador desta forma “consiste num media que pode ser qualquer media” (Burnet, Brunstrom, Nilsson, 2003, p. 2). Graças a esta característica o computador consegue “apresentar várias formas de media como conteúdo” reduzindo as “fronteiras entre formas préviamente separadas” (Gane e Beer, 2008, p. 8).

Por conseguinte, a capacidade de reinvenção deste aparelho através da “criação contínua de novas máquinas através de um conjunto de processos computacionais” abre a possibilidade ao desenvolvimento dos media digitais (Wardrip-Fruin, 2009, p. 1; Lister, et al, 2009, p. 2).

Assim Madhow (2008, p. 1) aborda a noção de comunicação focando-se no processo de transmissão da informação “entre diferentes pontos no espaço ou no tempo”.

Esta observação distingue-se porém de visões mais tradicionalistas uma vez que expõe a forma como a informação pode ser representada através de um variado número de formatos. No caso da comunicação digital a informação transferida é representada de forma digital. Este facto demonstra a forma como o entendimento daquilo que os “computadores realmente fazem é um processo definidor que influência de forma pesada os tipos de representação que são feitos dele” (Laurel, 2014, p. 150).

A emergente tecnologia digital possibilitada pelo computador confere uma capacidade crescente de separação entre “comunicação (transmissão ou troca de mensagens) de qualquer base social” (McQuail, 2003, p. 499). Desta forma surge, segundo Pereira (2007, p. 88) não só um “novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também um novo mercado de informação e do conhecimento” com planos tanto económicos como políticos, culturais e humanos.

Se por “tecnologias de informação e comunicação” (TIC) se entenderem todas as formas tecnológicas usadas para a recolher, processar, proteger e armazenar informação (Celebic, Rendulic, 2011, p. 1) então os processos comunicacionais revolucionaram de forma dramática todo o seu conceito. Nesse sentido Kramer,Jankins, Katz (2007, p. 4) apontam o ritmo de evolução tecnológica drasticamente acelerada que as TIC têm experienciado nomeadamente nos últimos anos.

Por outro lado e de forma contrastante ao apontado por Celebic e Rendulic (2011, p. 1) as TIC podem apenas ser abordadas a partir da emergência da tecnologia computacional e assim, ser assumidas como a "combinação da computação e as tecnologias de comunicação" (Pagani, 2009, p. 34).

Em ambos os casos, o advento de novas tecnologias de informação e comunicação deve ser observado com especial atenção. Como tal "novas formas de tratar a mensagem (enquanto unidade da comunicação), de a distribuir e de a comunicar, prenunciam a necessidade de novas reflexões sobre o seu impacto (Pereira, 2007, p. 4).

Estão coesas a este conceito tanto as novas tecnologias digitais como os novos media uma vez que as TIC "englobam todos os meios técnicos utilizados para manipular e facilitar a comunicação, incluindo computadores, hardware em rede, linhas de comunicação e todos os softwares necessários" (Celebic, Rendulic, 2011, p. 18).

Assim, num processo media digital todos os dados comunicativos são representados em numeração binária. Nesse sentido Lister, et al. (2009, p. 17) expõem que esses dados devem assumir a forma de uma de duas qualidades. Por um lado a forma de "luz ou som", por outro, de "material já codificado sob forma cultura como texto gráficos e diagramas, fotografias ou imagens em movimento". Este facto torna o código binário percetível por parte do recetor (a nível comunicativo).

A referida característica indicia aquele que, segundo Dewdney e Ride (2006, p. 20), é o principal problema naquilo que se designa como "medias digitais". No presente caso, a forma como esta nomenclatura tende a "privilegiar a tecnologia em si mesma como o aspeto definidor de um media", em detrimento ao próprio media. Neste contexto a tecnologia assume a hegemonia face ao media.

Não obstante e de "forma contrastante", o termo "new media" (ou novos media) não apresenta um caráter tecnológico de forma comparativamente tão tendenciosa. Por sua vez "os novos media incidem a sua abordagem sobre os conceitos e contextos culturais contemporâneos das práticas media em deterimento da simples descrição de um novo set de tecnologias" (Dewdney, Ride, 2006, p. 20).

Paralelamente Lister, et al. (2009, p. XV) consideram o termo “novos media” mais apropriado face às alternativas “obvias”, neste caso “medias digitais”, “ medias interativos”, “ou comunicação mediada por computador”.

Os novos media assumem portanto um caráter mais humano baseando a sua premissa na relação estabelecida entre o homem e a tecnologia ou “naquilo que as pessoas fazem com as tecnologias” (Dewdney, Ride, 2006, p. 4).

Assim esta nomenclatura (novos media) conflui a “prática tecnológica” e a” prática cultural e expressiva”. Desta forma “as tecnologias e as práticas culturais/expressivas devem ser entendidas como convergentes a todos os níveis”, desde a invenção ao desenvolvimento e uso (Dewdney, Ride, 2006, p. 20).

O mesmo será dizer que os novos media representam a convergência entre “duas trajetórias historicamente separadas”, a computação e as tecnologias media (Manovich, 2001, p. 44).

Esta abordagem ao conceito dos novos media atribui “enfase à significância social e cultural de mudança, um processo que pode de igual forma ser definido como uma mudança de paradigma no modo de pensar (Dewdney, Ride, 2006, p. 4).

Por sua vez Manovich (2001, p. 49) aprofundando a “mudança de paradigma” nomeadamente comunicacional identifica os novos media com o efeito que os mesmos provocam sobre todos os estados da “comunicação, exibição, produção, manipulação, aquisição, armazenamento e distribuição”.

Os novos media traduzem-se ainda pela acessibilidade às informações (em representação digital) por meio computacional, nesse sentido Manovich (2001, p. 49) estabelece ainda um conjunto de princípios que fundam o conceito dos novos media, a “representação numérica”; “modularidade”; “automação”; “variabilidade”; e a “transcodificação cultural”.

Este conjunto de princípios abrem, entretanto, um conjunto de possibilidades aos media tradicionais, nesse âmbito Pagani (2009, p. 1065) alude os novos media como medias com uma “premissa em métodos antigos/tradicionais que agora servem um propósito similar através da implementação de tecnologias mais recentes.

No mesmo sentido Bolter e Grusin (2000, p. 15) referem que a novidade presente nesta tipologia contemporânea de media provém não só das formas “particulares” como estas transformam os antigos media mas na forma como permitem aos antigos media “remodelarem-se” a si próprios para responder aos desafios comunicacionais (dos novos media).

Este facto indicia a forma como sobre os antigos e os novos media digitais não existe uma fronteira intransponível. A confluência entre ambas as vertentes media assume a designação de “convergência” e retrata a fusão entre as funções dos velhos e dos novos media” (Grant, Meadows, 2012, p. 21) (Lawson-Borders, 2003, p. 2).

O presente tipo de conceções transparecem os pontos principais da chamada convergência, que se torna uma janela de oportunidade para os antigos media que desta forma têm a oportunidade de se modernizar ou “alinhar com as tecnologias do século 21” (Lawson-Borders, 2003, p. 1).

No entanto segundo a abordagem de Pool (1983, p. 53) a convergência não significa uma estabilidade ou “união total” sendo que apesar de “operar como uma força constante para a unificação” esta se encontra envolta numa “tensão dinâmica e constante face à mudança” (Lister, et al, 2009, p. 10).

É esta mudança que retrata a forma como a convergência “altera a forma como os media são produzidos e a forma como os mesmos são consumidos (Jenkins, 2006, p. 16).

Este facto molda todo o contexto da indústria dos novos media que assim comprime a “computação, comunicação, entretenimento e companhias de consumo eletrónico” (Fuhrt, 2008, p. 6).

Para perceber esta componente industrial torna-se útil considerar o conceito dos novos media de forma mais particular desfragmentando-o. Nesse âmbito Lister, et al., (2009, p. 12, 13) distinguem “vários tipos de novos media”, a saber: as “novas experiências textuais”, “ novas formas de representar o mundo”; “novas relações entre sujeitos (utilizadores e consumidores) e as tecnologias media”; “novas experiências relacionais entre a identidade e comunidade”; “novas conceções relacionais entre o corpo biológico para com os media tecnológicos”; “novos padrões de organização e produção”; “comunicações mediadas por computador”; “Novas formas de distribuição e consumo”;

"realidade virtual"; e "uma vasta gama de transformações e deslocações de medias estabelecidos".

Por sua vez Lister, et al., (2009, p. 13) sintetizam os conceitos pilar dos novos media, nomeadamente sobre concepções como "digital, interatividade, hipertextualidade, o virtual, a rede e a simulação".

3.2. O MULTIMÉDIA COMO FORMA DE COMUNICAR – CARACTERÍSTICAS E PRINCÍPIOS

O multimédia caracterizado como vaga originária dos novos media (Burnett, Brunston, Nilsson, 2003, p. 26) é um termo usado para definir a capacidade de utilização de diversificados media em simultâneo para a transmissão de informações aos utilizadores (Furht, 2006, p. 828).

Similarmente Cawkell (2005, p. 2) define o conceito como o processo de apresentação de informação através de dois ou mais medias. No mesmo âmbito, multimédia pode ainda ser caracterizado como "conteúdo informacional que se combina e interage com múltiplas formas de dados media" por exemplo textos, discursos, áudio, imagem vídeo gráficos, animações e possivelmente vários formatos de documentos (Hwang, 2009, p. 7).

Uma abordagem semelhante identifica esta forma de comunicar como "qualquer combinação de texto, arte gráfica, som animação e vídeo entregue pelo computador ou outro meio eletrónico" (Vaughan, 2011, p. 13).

É percetível uma ligação entre as quatro definições anteriores na significação concebida por Ribeiro (2012, p. 2), que apresenta multimédia como combinação, controlada por computador, de texto, gráficos, imagens, vídeo, áudio, animação (…) armazenada, transmitida e processada sob a forma digital, em que existe pelo menos um tipo de media estático (texto, gráfico ou imagens) e um tipo de media dinâmico (vídeo, áudio, animação).

Sendo as novas tecnologias do digital entendidas, segundo Pereira (2007, p. 88) como um novo espaço de comunicação, essa ótica converge com a concepção de Burnet, Brunstrom, Nilsson (2003, p. XIV) que apontam o multimédia como a convergência dos media, informação e tecnologias da comunicação.

A base científica do multimédia é assim apresentada, como o encontro entre as ciências da comunicação e as ciências da computação, tornando-se assim o multimédia como um “catalisador” entre ambos os conceitos de comunicação e computação (Burnet, Brunstrom, Nilsson, 2003, p. XIV).

Existe desta forma um paralelismo entre os dois pilares basilares científicos do multimédia. Esta semelhança assenta na transmissão de “algo”. No caso das ciências da comunicação um processo de transmissão humanizado de informação (conhecimento, emoções…); no caso das ciências da computação um processo técnico, artificial de transmissão de dados que se irão manifestar em códigos simbólicos percetíveis por parte do utilizador. Assim as ciências da comunicação aliadas às ciências da computação possibilitam o desenvolvimento das capacidades comunicacionais em ambiente digital multimédia (Burnet, Brunstrom, Nilsson, et al., 2003, p. 3).

Multimédia é assim aceite como sendo fruto da aglomeração (expansão) dos processos computacionais para além da componente puramente técnica que desta forma possibilita processos comunicacionais mais avançados que resultam na possibilidade de integração de processos artísticos, "uma nova linguagem, uma ferramenta da própria imaginação" (Lévy *apud*, Pereira, 1997p. 83).

Como tal, a inovação materializada pelo multimédia cria um novo conceito que afeta profundamente as linguagens comunicacionais e assim a transferência de informação (Manovich, 2001, p. 49; Pereira, 2007, p. 88).

Logo, graças a esta amplitude concetual, o multimédia “encontra a sua aplicação em várias áreas incluindo a educação, entretenimento, engenharia, medicina, matemática e investigação científica” Pagani (2009, p. XXIX).

Apesar de o multimédia ser uma área da comunicação, esta é determinada pela sua forte componente tecnológica. Assim multimédia, condiciona uma mudança de paradoxo naquilo que se entende por “comunicação” não alterando apenas a forma de comunicar mas conduzindo de igual modo ao dissolver de barreiras “industriais e de setor”. Tais setores “são projetados face a uma junção de diferentes tecnologias, serviços fornecidos e categorias de utilizadores” Pagani (2009, p. XXIX).

Toda esta convergência das tecnologias da comunicação caminha no sentido da exaltação do utilizador enquanto integrante do processo comunicativo. O mesmo será dizer que as lógicas comunicacionais são alteradas, isto é, a comunicação torna-se mais interativa à medida que o utilizador ganha controlo. A mudança de paradigma faz transparecer a importância do estudo sobre a forma como a comunicação se processa/constrói nos novos moldes digitais, nomeadamente no ambiente multimédia (Burnet, Brunstrom, Nilsson, 2003, p. 18; Jenkins, 2006, p. 18).

A tecnologia tem tendência a evoluir e através dessa evolução são originadas e conceptualizadas novas maneiras de transmitir mensagens. Esse facto acarreta uma continuidade da afetação dos media na vida de cada pessoa exposta aos mesmos (West, Turner, 2010, p. 359).

3.3. A PRODUÇÃO E GESTÃO DE PRODUTOS MULTIMÉDIA

A gestão da criação de um produto multimédia deve estar, na ótica de (Ribeiro, 2012, p. 282), assente numa triangulação coerente, lógica, equilibrada e relacional entre três pilares base de ordenação entre eles o “tempo”, ou cronograma previsto para a execução do projeto ou tarefas previstas (que depende intrincadamente dos restantes vértices da triangulação); a “tarefa”, que estabelece a extensão e a complexidade geral do trabalho bem como os requisitos para o cumprimento do mesmo (pessoas, recursos, equipamentos, verbas); e a “gestão dos recursos” disponíveis para a realização do projeto e à forma como esses recursos são utilizados (Ribeiro, 2012, p. 282).

Por sua vez Brown, Green, Zatz (2001, p. 3) assumem que um projeto multimédia de sucesso deve ser igualmente alicerçado sobre um “triângulo de produção. No entanto enquanto (Ribeiro, 2012, p. 282) nomeia “o tempo, recurso e tarefas”, Brown, Green, Zatz (2001, p. 3) defendem os “recursos de tempo, dinheiro e qualidade” enquanto vértices triangulares.

Logo, e sobre a anterior perspetiva, a construção multimedia ideal consiste na produção de um conteúdo “de grande qualidade de forma rápida e barata”. Porém esta triangulação é alegadamente difícil de conseguir sendo que grande parte das vezes o produtor se vê obrigado a escolher entre apenas dois vértices do triângulo (Brown, Green, Zatz, 2001, p. 3).

É então percetível que um projeto multimédia deve ser dividido num conjunto de fases que conjugadas entre si originem um produto mais capaz possível no fim do processo de criação. Nesse âmbito Vaughan (2011, p. 196,197) apresenta “quatro fases básicas num projeto multimédia”.

A primeira delas diz respeito ao “planeamento e custo”, aqui é projetada a ideia, são traçados de forma geral as mensagens e objetivos, são aferidas as áreas de especialização requeridas para a construção do projeto e é percebido o funcionamento, a estrutura, a navegação,a informação e os conteúdos culminando no desenvolvimento de um protótipo ou prova de conceito. A segunda fase refere-se ao “*design* e produção” na qual se podem estabelecer “vários ciclos de *feedback*” seguindo-se as fases de “teste” e “distribuição” (Vaughan, 2011, p. 197).

Por sua vez The Web Project (2000, p. 5, 6) subdivide a produção de conteúdos multimédia em sete fases, entre elas a fase da “motivação”, que encerra a definição do propósito e audiência do projeto; a “concepção e *design*” ao longo do qual é estabelecido um planeamento geral da produção; a “criação de um documento de planificação”; a “produção” na qual é criado um mapa rudimentar do *design* de interação, recolhido conteúdo posteriormente “montado” sob a forma de um protótipo sujeito a críticas e revisões internas; sucedendo-se o “teste de produto”; “a revisão final” e por fim a “distribuição.

Paralelamente as anteriores versões são convergidas por Ribeiro, (2012, p. 283, 284) que divide a criação multimédia em cinco etapas basilares na sua fase de desenvolvimento. A primeira delas dizendo respeito à analise/planeamento e abrange a formação/consolidação das ideias gerais do projeto e a prospeção dos recursos e requisitos necessários à elaboração do mesmo. A segunda fase assenta no *design* sobre o qual a aplicação multimédia será planeada ao detalhe. É nesta fase realizado o mapeamento, esquematização e composição dos elementos multimédia (fase de construção de protótipo).

A fase de produção subdivide-se por sua vez em duas etapas, entre elas a “fase de recolha” (autoria ou aquisição) do conteúdo multimédia que intégra o produto final, e a “criação da aplicação multimédia final”, a ser avaliada na sequente “fase de teste e validação” (na qual é ser observada a conformidade do projeto com a intenção original). A última fase do desenvolvimento do projeto multimédia diz respeito à distribuição e

manutenção, nesta fase é elaborada a “realização do produto” sobre o suporte de distribuição escolhido (Ribeiro, 2012, p. 283, 284).

Através de uma abordagem comparativamente mais específica Brown, Green, Zatz (2001, p. 3, 4) fornecem, em dois amplos grupos, um conjunto de estratégias que contribuem para o sucesso de “qualquer projeto multimédia”. Assim o primeiro grupo encontra-se inerente à “articulação da visão do produto final a partir de um conjunto de questões prévias” a saber: qual a forma “como o utilizador final vai usar a peça" (e como esta não deve ser usada); "qual é o orçamento realista do projeto" e "qual o timeframe (prazo da produção)".

O segundo grupo de estratégias encontra-se inerente a uma lógica mais humana, logo a “entrevista a potenciais produtores” que deve ser conduzida através da “requisição de amostras de trabalhos anteriores", o estabelecimento de contacto com antigos clientes; orientar o produtor a projetar objetivos realistas para o projeto"; "definir à partida um conjunto de pilares sobre a produção"; "negociar uma data"; "articular a estrutura do produto final"; insistir na visualização de protótipos; "negociar o responsável pela condução de testes de usabilidade e "negociar com os produtores quem é o responsável pela produção em massa e distribuição do produto” (Brown, Green, Zatz, 2001, p. 3, 4).

Este tipo de conselhos condiciona uma reflexão sobre os próprios autores de um produto multimédia, normalmente uma equipa constituída por pessoas que “trazem várias habilidades à mesa de trabalho”. Estes podem no entanto ocupar vários cargos, como tal, “o gestor do projeto ou produtor pode ao mesmo tempo ser um produtor vídeo ou guionista” (Vaughan, 2011, p. 241).

Nesse sentido Vaughan (2011, p. 241) apresenta uma listagem de possíveis cargos a ocupar no âmbito de uma produção multimédia, a saber “Produtor/Gestor de projeto”; “Diretor Criativo/*Designer* Multimédia”; “Diretor de Arte/*Designer* de visuais”; “Artista”; *Designer* de Interfaces; “*Designer* de Jogos”; “Peritos em assuntos específicos”; “*Designer* Instrutivo/Especialista de treino”; “guionista”; “animador (2-D/3D); “Produtor de som”; “Compositor Musical”; e “Produtor de Vídeo”.

De uma forma comparativamente mais sumarizada The Web Project (2000, 42) converge as distintas funções em três grupos pilar, os “Administrativos” que detêm a função administrativa e de gestão global do projeto; os Criativos que assumem funções desde a escrita à videografia e edição, fotografia, animação, *design*, layout, ilustração,

musica, som e edição, prototipagem, direção artística e produção; e os “Técnicos” que desempenham os cargos mais tecnologicamente orientados, neste âmbito a “programação, teste, masterização e duplicação dos media, suporte técnico geral, manutenção de um website ou da rede”.

4. DO VÍDEO AO VÍDEO DIGITAL

4.1. O VÍDEO COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO

Se a comunicação é definida como a "transferência de informação entre diferentes pontos no tempo e espaço" o termo "informação" pode concretizar-se sob distintas formas podendo ser empregue sobre diversos "formatos standard". O vídeo é um deles (Madhow, 2008, p. 1).

Quando o filme emergiu no final do seculo XIX como "uma nova forma de comunicação pouco se sabia o que o futuro lhe iria reservar", qual seria o seu "propósito" ou como as pessoas "iriam reagir ao mesmo" (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 117). Por sua vez, contemporaneamente, o media em questão tem sido alvo de especial interesse académico e teórico, facto que pode ser justificado pelo desafio que este meio ("médium") tem vindo a impor sobre o lugar anteriormente ocupado pela literatura em humanidades ou cursos artísticos (Turner, 1999, p. 2).

Na ótica de Abrams, Bell, Udris (2001, p. 92) todos os media possuem a sua própria linguagem, logo são fundados num contexto comunicacional. Sendo o vídeo um media por excelência encontra-se naturalmente inserido na conjuntura de comunicação possuindo uma linguagem própria.

Se por um lado a linguagem falada e escrita "possui gramática formalmente instruída bem como sistemas reconhecidos" que operam na construção frásica "regulando a geração de significado", a imagem em movimento "não possui tal sistema" (Turner, 1999, p. 58).

Nesse sentido já Eisenstein (2002, p. 108) se propôs a analisar o media em questão para além da sua componente falada ou "das suas partes faladas" que alegadamente "falam por si mesmas" contestando haver um nível de linguagem visual transcendental ao simples diálogo, assim, uma "escritura fundamentalmente cinematográfica".

Por linguagem cinematográfica pode-se portanto entender como "um conjunto aceite de sistemas, métodos e convenções através das quais os filmes comunicam com o espetador" sendo que o total da mensagem do produto vai além de uma soma de partes focando-se na totalidade de forma análoga à composição gramatical do texto literário (Barsam, 2010, p. 53,54).

Mesmo não considerando o filme como linguagem, e defendendo que este não possui um equivalente à sintaxe textual Turner (1999, p. 52) assume no entanto a forma como o media "gera significados através de sistemas (cinematografia, som, edição entre outros) que operam como linguagem". Logo, a "forma e escritura cinematográficas possuem um grande rigor", assim um plano assume um valor análogo ao de "uma linha de poesia num poema" ou à colocação de "um átomo musical no movimento de uma fuga" (Eisenstein, 2002, p. 113).

Nesse sentido e sob uma perspetiva semiótica pragmática o ato de ver um filme não é uma forma de comunicação no entanto pode ser observado como "construção dotada de significado e geração de efeitos" deste modo o espaço comunicacional gerado assenta no espaço sobre o qual "a produção de significado e efeitos são harmoniosamente formados" ao longo da obra (Buckland, 2004, p. 82).

Desta forma o filme, e portanto o vídeo, assumem uma "escrita própria que se encarna em cada realizador sob a forma de um estilo". Esse facto ilustra a forma como o cinema se transformou "num meio de comunicação, de informação, de propaganda" não descurando simultaneamente a sua vertente artística (Martin, 2005, p. 22).

Consequentemente o realizador pode assumir os propósitos comunicacionais utilizando "significados" para alcançar efeitos impossíveis através de uma comunicação direta" transcendendo-a (Bordwell,1989, p. 65). Como tal a imagem em movimento evoluiu desde a sua origem numa forma complexa, não apenas artística mas também comunicacional (Barsam, 2010, p. 2).

Assim o filme pode ser contemporaneamente considerado "informação", ou, "um componente" da "era da informação" (Fang, 1997, p. 95).

Este tipo de media baseia.se para isso num "modelo de transmissão" que conduz uma concepção de significado centrada no artista". Logo o media em questão é um veículo de significados expostos pelo realizador num ato de "comunicação deliberada" ou através de um ato parcial e auto consciente de expressão ("partially self-aware *expression") (*Bordwell, 1989, p. 65).

No entanto ao adotar o rótulo comunicativo, expressivo, e assim, de linguagem o filme assume paralelamente um cariz social. Sendo o filme/vídeo um media essa categorização supõe uma visão da comunicação como uma "prática cultural", uma

“disposição ritualizada de diferentes pessoas no mesmo patamar (ou nap) mental” ou como a “partilha de uma ontologia popular de representação” (Gitelman, 2006, p. 7).

Seja qual for a linguagem utilizada “esta consiste em códigos e convenções”. Assumir a imagem em movimento como detentora de uma linguagem própria acarreta a aceitação do filme como detentor de um conjunto de códigos e convenções próprios. Nesse âmbito códigos são entendidos como “métodos particulares de comunicação de significados” e convenções “a forma como os códigos são normalmente utilizados” (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 92).

Por sua vez os códigos e convenções relacionam o filme com o contexto em que o mesmo é percecionado sendo que o contexto permite a atribuição de sentido ao código e convenção. A dimensão social torna-se fulcral no estudo da criação, perceção ou mesmo aceitação dos códigos e convenções (Turner 1999, p. 89).

A “linguagem” de representação visual converge um conjunto de “códigos e convenções usados pela audiência” face à atribuição de sentido aquilo que vê. Logo a mensagem visual chega ao espetador de forma “codificada”, ou seja, representada de forma particularmente “significante” (Turner, 1999, p. 54).

Desta forma e na conjuntura particular do filme “tipos de objetos, os tamanhos da filmagem, ângulos de câmara, iluminação, edição ou música, tendem a gerar significados particulares sob aqueles que percebem os códigos”. Por sua vez os códigos são percebidos de forma geral uma vez que “se tornam convenções”. Desta forma os códigos e a sua perceção estão intimamente ligados ao espetador como elemento percecionante (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 298).

É assim patente o poder comunicativo do filme, este não se restringe à comunicação de informações ou ideias, por sua vez frui da capacidade de criar experiências capazes de gerar um sentimento de gratificação ao longo da visualização da imagem em movimento. Essas experiências são por sua vez canalizadas através de histórias (Bordwell,Thompson, 2008, p. 2).

Assim os códigos e convenções materializados pela “forma fílmica” são normalmente utilizados para contar histórias. Nesse âmbito são utilizadas pelo realizador um “conjunto de técnicas de maneira a apresentar uma narrativa através do media” (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 93).

Naturalmente a obra, convergindo a sua comunicação sobre a forma narrativa toma o espetador transportando-o "numa viagem", oferecendo-lhe uma "experiência padronizada" que afeta tanto a sua mente como o seu estado emocional. Este media nomeadamente fazendo uso da narrativa é utilizado de forma a "afetar os espetadores" (Bordwell,Thompson, 2008, p. 2).

Em ultima instancia o filme sendo uma narrativa "pode divergir face a outras tipologias de narrativa" nomeadamente no que diz respeito à representação das suas convenções, porém, partilha com outros media as estruturas e funções básicas da mesma (Turner, 1999, p. 1).

4.2. AS FASES DE PRODUÇÃO

4.2.1. PRÉ PRODUÇÃO – A NARRATIVA FÍLMICA APLICADA AO VÍDEO DIGITAL

Variados modelos têm sido utilizados ou "aplicados" com o intuito de explicar o conceito narrativo (Fludernik, 2009, p. 2). Esta pluralidade de abordagens pode ser justificável pela abrangência que o conceito exerce sob uma multiplicidade de meios uma vez que compreende a forma como o ser humano "apreende" o ambiente que o rodeia tornando-o compreensível (Branigan, 2005, p. 2).

Deste modo vários princípios narrativos têm sido encontrados no trabalho de uma alargada gama de profissionais (advogados, historiadores biógrafos, educadores, jornalistas) retratando a dimensão da narrativa para além da concepção ficcional (Branigan, 1992, p. 1).

A narrativa pode ser observada segundo Fludernik, (2009, p 6) como a "representação de um mundo possível através de um meio linguístico ou visual" sendo o seu centro um ou mais protagonistas de uma natureza "antropomórfica" (natureza humana) conexos a um sentido temporal e espacial, os quais normalmente desempenha ações com um determinado objetivo.

Este facto mostra o "propósito" como elemento modulador dos eventos constituintes da narrativa "personagens, cenário, estrutura do enredo" (Herman, 2012, p. 3).

Assim, e no que diz respeito à sua "forma", a narrativa é "baseada em relações de causa e efeito aplicadas a uma sequência de eventos" (Fludernik, 2009, p. 2) ou a uma "sequência de eventos interligada" (Herman, 2012, p. 3).

No entanto o seu conceito pode ser percecionado numa lógica mais abrangente ou extensa. Nessa perspetiva a narrativa pode ser descrita como um “evento em si mesma” resultante da motivação comunicacional de “um emissor a uma audiência” (Herman, 2012, p. 3).

Da mesma forma Branigan (1992, p. 3) mostra que a narrativa muitas vezes é interpretada como um “resultado ou objetivo” que no entanto resulta de um método de organização de dados. Deste modo a narrativa pode ser designada para descrever o produto ou o processo de construção do mesmo.

A narrativa pode então ser percebida como a forma de contar uma história. Deve alegadamente ser percetível baseando-se para tal num conjunto de elementos coerentes, ou seja, numa serie de eventos que ocorrem em determinado *tempo*/*espaço* e nos quais se estabelecem relações de causa efeito (Jones, 2003, p. 37).

A um nível mais alargado, a narrativa pode ser considerada um elemento universal no seio da sociedade humana. Nesse âmbito Turner (1999, p. 82) defende que esse facto pode suscitar duas possibilidades, por um lado que a narrativa possa ser algo inerente ao ser humano, “uma propriedade da mente humana”. Por outro pode deter uma “função social” tornando-a “indispensável às comunidades humanas”.

Através da perspetiva de Polkinghorne, é demonstrada por Fludernik (2009, p. 1) a estrutura narrativa como uma forma sobre a qual o cérebro humano captura relações complexas, metáforas ou analogias.

Como tal e estabelecendo uma relação conceptual com o determinado por Turner (1999, p. 82) a narrativa pode ser considerada como “algo” intrínseco ao ser humano enquanto ser social pois “tem existido em todas as sociedades humanas conhecidas”. Consiste num conceito aparentemente omnipresente, por vezes de forma “ativa e óbvia, noutras fragmentária, dormente e tácita” (Branigan, 2005, p. 1).

Deste modo a estrutura narrativa encontra-se relacionada com o processo de construção mental de cada indivíduo, fornecendo uma “estrutura epistemológica” fundamental no processo de “atribuição de sentido à confusa multiplicidade de eventos” produzindo paralelamente “padrões de explicação” e resposta aos mesmos (Fludernik, 2009, p. 2).

De forma convergente Branigan (2005, p. 2) desenvolve o conceito apresentando a narrativa como uma das formas utilizadas pelo ser humano para organizar as suas vivências e perceber o seu contexto vivencial face ao seu meio envolvente através de experiências anteriores (ou "histórias anteriormente contadas"). Deste modo servem-se os desígnios individuais e sociais.

Logo, a narrativa serve o ser humano como forma de suporte e ordenação às significações (Andrew, 1984, p. 76), ou seja, organiza os "dados" tornando o "mundo de experiências e desejos compreensíveis" (Branigan, 2005, p. 2).

Assim, e sendo que a narrativa está em toda a parte e não apenas na ficção ou na história escrita (Fludernik, 2009, p. 1; Branigan, 2005, p. 2; Turner, 1999, p. 82), esta relaciona-se sobretudo com a comunicação, ou com o ato de transmitir uma mensagem, "(a narrativa) é encontrada no momento em que alguém conta algo a outrem" (Fludernik, 2009, p. 1).

Similarmente e desenvolvendo a conceptualização anterior (Herman et al., 2012, p. 2) apresenta uma definição "estruturante" de narrativa descrevendo-a figurativamente como "alguém que conta algo a outrem, em dada ocasião e com dado propósito, sobre algo que aconteceu a alguém ou a alguma coisa". Revela-se assim como uma forma de comunicação.

Tendo em vista o anteriormente exposto, a narrativa é inerente a diferentes tipos de media. Nesse sentido (Herman, 2007, p. 24) demonstra que como representação mental, uma história não está diretamente ligada a um media específico, e que consequentemente uma definição de narrativa deve ser aplicável a diferentes media.

Deste modo narrativa é segundo (Andrew, 1984, p. 76) "mais do que um conjunto de textos", é uma capacidade inata do ser humano (Fludernik, 2009, p. 1) (Turner, 1999, p. 82) que tal como na linguagem se ramifica em diferentes áreas da atividade humana estando presente em "quase todas as formas de comunicação" (Andrew, 1984, p. 76). Nesse âmbito o filme é visto como um "quase sinónimo" para com o conceito de narrativa.

De forma contrastante à ficção de cariz literário, o filme de caráter ficcional materializa um género narrativo através de uma "forma fílmica" de comunicação. Assim este tipo de

media comunica com a audiência através da qualidade visual, logo, através da imagem em movimento (Lothe, 2000, p. 11).

O mesmo será dizer que apesar de o filme não ser o único media sobre o qual a narrativa ópera de forma proeminente, a grande maioria dos filmes ficcionais ou não ficcionais "são narrativos por natureza" (Livindstone, Plantinga, 2009, p. 196).

A narrativa é portanto um fator de patente influência na construção do media em questão. Para Ablan (2002, p. 44) "o aspeto principal, mais importante do filme – digital ou não- é a história", sendo, salvo rara exceção um "aspeto absolutamente crucial para ambas, a forma como o filme funciona e a forma como o mesmo afeta a audiência" (Lothe, 2000, p. 8).

Porém o conceito narrativo é normalmente associado ou "reservado" a representações ligadas ao "estado de assuntos e eventos com um grau superior de complexidade e estrutura" normalmente envolvendo "pelo menos dois, mas geralmente mais, estados de eventos e/ou assuntos relacionados ou organizados de forma temporal e causal" (Livindstone, Plantinga, 2009, p. 207).

A nível convergente, Speidel (2012, p. 80) defende que para um filme ser considerado narrativa, este deve apresentar ao espetador uma "serie de eventos" de tal forma que os mesmos transmitam uma sensação de ligação entre si.

Para isso o filme serve-se de um conjunto de técnicas com o intuito de criar e fomentar o efeito emocional e ideológico da narrativa (Fabe, 2004, p. XVIII).

4.2.1.1. ABORDAGENS NARRATOLÓGICAS – ESTRUTURALISTA E COGNITIVISTA

A abordagem estruturalista estabelece uma representação da história baseada em duas realidades organizadas numa correlação harmoniosa. Estas são a história em si própria, isto é, a sucessão de eventos inerentes e a forma como a história é transmitida ou comunicada. Adicionalmente a visão estruturalista defende a forma como a transição da história entre meios não altera o sentido essencial da mesma (ou as suas propriedades basilares). Assim, o significante proveniente da história ("situações, eventos, comportamentos") pode ser transmitido de forma inalterável em qualquer dos meios (ou através de qualquer forma de comunicação; "palavras, imagens, gestos). Esse fenómeno e denominado por "transponibilidade" (Chatman, 1978, p. 19).

Um dos pioneiros da teoria narrativa na sua vertente estruturalista antropológica é Lévi-Strauss. Ele conseguiu distinguir semelhanças e desigualdades entre estruturas narrativas ("estruturas de sentido e significado") de várias culturas tendo identificado as estruturas como “mito”. Destacou a sua função como resposta simbólica ao inexplicável e injustificável (Turner, 2003, p. 83).

Paralelamente desempenhou um papel influente nos primórdios da teoria narrativa inerente à imagem em movimento. Essa influência é nomeadamente pronunciada na abordagem de leitura de certos géneros estabelecida por intermédio de "metodologias linguísticas". A presente contribuição heurística viria a condicionar uma observação mais rica sobre os mesmos (Stam, Burgoyne, Flitterman-Lewis, 2005, p. 77).

Adicionalmente é establecida por Strauss uma concepção narrativa baseada num código binário sobre o qual o mundo é percebido sob forças em oposição. Desta forma estabelece que o significado é representado por diferenças e similaridades e que estas, por sua vez, são condicionadas pela natureza da cultura onde estão inseridas (Turner, 2003, p. 83).

No mesmo sentido a teoria formalista apresenta a generalidade ou globalidade narrativa como sendo uma “fábula”. O enredo à semelhança da concepção estruturalista representa igualmente a forma como a história é contada, ou seja, o encadeamento de eventos através dos quais a história é apresentada ao espetador (Chatman, 1978, p. 19).

A abordagem cognitivista relaciona-se sobretudo com o processo sobre o qual a informação é percebida. É inerente ao cognitivo do indivíduo e à forma como o este constrói “esquemas” a partir de experiências anteriores que moldam a perceção da informação através de um conjunto de conceções gerais acerca do mundo (Douglas, Hargadon, p. 1).

Nesse âmbito a teoria Schema (de Piaget) pode ser utilizada como instrumento de compreensão dos efeitos cognitivos que determinada narrativa interativa suscita no espetador/utilizador (gratificação ou frustração face os “esquemas” pré-concebidos). Assim o autor pode beneficiar da compreensão sobre o cognitivo do espetador para mais facilmente condicionar a perceção e potenciar as gratificações do mesmo sendo que a perceção das gratificações está diretamente relacionada com os "esquemas" construídos (Douglas, Hargadon, 2000, p. 153,154).

Este tipo de gratificação pode resultar da surpresa (pela disparidade equilibrada para com a expectativa sobre o esquema) ou da familiaridade através do reconhecimento e concretização da interpretação do esquema em semelhança aos esquemas préviamente formados. Desta forma a teoria “Schema” pode ser considerada um instrumento na posse do autor ao longo do processo de criação (Douglas, Hargadon, 2000, p. 153, 154).

Nesse âmbito a teoria Schema (de Piaget) pode ser utilizada como instrumento de compreensão dos efeitos cognitivos que determinada narrativa interativa suscita no espetador/utilizador (gratificação ou frustração face os “esquemas” pré-concebidos). Assim o autor pode beneficiar da compreensão sobre o cognitivo do espetador para mais facilmente condicionar a perceção e potenciar as gratificações do mesmo sendo que a perceção das gratificações está diretamente relacionada com os "esquemas" construídos (Douglas, Hargadon, 2000, p. 154).

4.2.1.2. A NARRATIVA E O GÉNERO FÍLMICO APLICADO AO VÍDEO DIGITAL

Desde a sua origem, no seio da nomenclatura latina, "género" tem vindo a ser empregue na designação de uma "categoria ou agrupamento" (Aumont, Marie, 2006, p. 142) ou de “um tipo” (Corrigan, White, 2012, p. 316; Hayward, 2006, p. 165). Numa perspetiva filosófica este agrupamento ou categorização é elevado a "um grupo de seres ou objetos" que por sua vez possuem características comuns, sendo que apenas a partir do seculo XVII a designação passou a nomear um conjunto de obras artísticas com as mesmas particularidades (Aumont, Marie, 2006, p. 142).

Contemporaneamente tanto a narrativa como o género assumem um importante papel no estudo dos media atuais uma vez que incorporam meios pelos quais "o mundo das experiências humanas pode ser reconstruído, rearranjado e re-imaginado" (Newcomb, 2004, p.413). Logo muita da discussão em torno da noção do género assenta nas "implicações ideológicas de organização e modelação das experiências humanas" que devem ser “permanentemente atrativas para a audiência e suficientemente resilientes a fatores sociais culturais e industriais como agentes de alteração” (Newcomb, 2004, p. 413).

Assim, o género consiste num termo originalmente apropriado dos "estudos literários" e que sob o novo contexto serve para descrever "a forma na qual grupos de convenções narrativas (incluindo enredo, personagens, localização de eventos ou cenografia) se

transformam em tipos reconhecíveis de entretenimento narrativo” (Turner, 1999, p. 44, 45).

De forma concisa Newcomb (2004, p. 413), expõe o “género” como uma lógica de “agrupamento ou classificação”, paralelamente Berry-Flint (2004, p. 25) apresenta uma noção análoga defendendo que o género pode ser caracterizado como o "agrupamento de obras por estilo e história" facilmente "categorizado" no seio de uma rubrica cultural.

Por sua vez e de forma contrastante Hayward (2000, p. 166) defende que o género “é mais da uma mera catalogação genérica”, sendo difícil de precisar uma vez que uma obra é, de forma genérica, “raramente pura”.

Sob esta perspetiva a definição do género não é assente numa "precisão científica". Logo, essa definição é um processo "informal" e mutável sendo que pode sofrer alterações ao longo do tempo. Essa mutabilidade pode estar relacionada não só com o engenho dos criadores na concepção ou reinvenção de antigas fórmulas (Bordweel, Thompson, 2008, p. 318), mas com transformações de razão económicas tecnológicas e de consumo (Hayward, 2000, p. 166).

Assim definir "fronteiras" entre géneros pode ser uma ação custosa (Bordweel, Thompson, 2008, p. 318), uma vez que os géneros “não são estáticos, evoluem com o tempo e até desaparecem”, (Hayward, 2000, p. 166). Desta forma a sua definição sempre foi “relativamente flutuante e variável”.

A formação do conceito “género” e as mutações sofridas pelo mesmo dependem de três forças de influência; o texto (criação autoral como força de influência na identificação do género); a indústria (cria e publicita produtos com base no conceitos anteriores) e a audiência (como elemento principal na interpretação da obra) (Turner, 1999, p. 97, 98).

De forma análoga Hayward (2000, p. 166) descreve o género como um “processo tripartido de produção, marketing (incluindo distribuição e exibição) e consumo”.

Sob uma perspetiva industrial o género proporciona "benefícios económicos substanciais" (Newcomb, 2004, p. 424) sendo que afeta decisões industriais relacionadas com tomadas de decisões essenciais inerentes à indústria de produtos fílmicos (Bordweel, Thompson, 2008, p. 319).

Alegadamente a geração do conceito de género, intrínseco ao conteúdo narrativo da imagem em movimento, foi concebido ao longo das décadas de 1920 a 1960. A aplicação deste conceito ao longo da concepção e comercialização fílmica manifestou-se desde então benéfica. Se por um lado fornecia “um template” a partir do qual os profissionais inseridos na concepção fílmica podiam trabalhar, por outro “ajudava a tomar decisões de produção” tornando desta forma os filmes “mais facilmente comerciáveis” (Bergan, 2006, p. 115).

A nível ilustrativo o género está fortemente ligado à estrutura económica e institucional de produção" (Aumont, Marie, 2006, p. 142). Assim no âmbito industrial os produtos audiovisuais são habitualmente “concebidos em termos de género” sendo a sua produção baseada nas convenções instituídas pelo mesmo (Turner, 1999, p. 100). Estas repetem-se sob formulações genéricas de sucesso que no entanto podem ser modernizadas e alteradas nomeadamente através do influxo tecnológico (Hayward, 2000, p. 166).

Posteriormente à produção o género prolonga a sua força influente sendo as ações de marketing igualmente baseadas na associação face a outros produtos com as mesmas características (Turner, 1999, p. 100).

A indústria fílmica baseou a aludida estratificação dos filmes em géneros numa lógica “economicamente estratégica”. O espetador atraído pelas características de um dado género procura, tendencialmente, consumir produtos análogos (Corrigan, White, 2012, p. 316). Essa lógica viria a ser adotada e expandida no contexto específico do vídeo digital (Wu, Purushotham, Kuo, 2010, p. 178).

Como tal esse conhecimento torna-se uma útil “ferramenta industrial” (Newcomb, 2004, p. 413), ou “ferramenta de descrição” (Barry-Flint, 2012, p. 26). Deste modo o género responde a espectativas baseadas quer a nível industrial quer a nível da audiência (Hayward, 2000, p. 166).

Sob uma ótica assente no espetador, o género pode ser entendido como um conjunto de elementos (estilos visuais, sistema de códigos e convenções) através dos quais o espetador pode retirar préviamente conclusões e juízos de valor acerca do conteúdo e caráter narrativo da obra em questão (Turner, 1999, p. 97,98) O mesmo será dizer que o género proporciona aos potenciais consumidores uma forma de antever e escolher o conteúdo da obra (Berry-Flint, 2004, p. 25).

Nesse âmbito Hayward (2001, p. 68) considera que cada género possui os seus próprios códigos e convenções, ou seja as “formas como a narrativa é governada”. Paralelamente e sobre uma perspetiva alternativa podem ainda ser considerados “cânones clássicos ou leis canónicas”.

Assim consiste numa forma de "categorizar ou classificar" um conjunto de produtos que a nível individual partilham características semelhantes entes entre si, ou seja que retratam o mesmo assunto servindo-se simultaneamente das mesmas formas de organizar o mesmo através de "padrões estilísticos e narrativos” Este facto retrata o filme ou vídeo como uma obra dependente de um conjunto de “repetições e rituais que permitem à audiência partilhar expetativas e rotinas”, deste modo o género opera como um “ritual cultural” ou como a “repetição de fórmulas que ajudam a coordenar as necessidades e anseios” do espetador (Corrigan, White, 2012, p. 316, 317).

A escolha de consumo de um produto baseia-se em parte na identificação do génro ao qual o mesmo pertence (Corrigan, White, 2012, p. 316, 317). No entanto a perceção do género e das suas características dependem do contexto e experiência do espetador. Quanto mais apurado e profundo for o seu conhecimento mais fácil e intuitiva se torna a criação de expectativas e interpretação do conteúdo da obra através do conhecimento do seu género (Turner, 1999, p. 97, 98).

Sendo que o género pode ser entendido como “um conjunto de códigos e convenções” (Hayward, 2000, p. 167) sobre cada um o espetador formula um conjunto de conceitos e “convenções” compreendidos face as suas experiências anteriores (Turner, 1999, p. 97, 98) sobre as personagens, a narrativa ou estilo visual” (Corrigan, White, 2012, p. 316).

Certos projetos “falham” pois a audiência “sente que os mesmo não se enquadram suficientemente com as suas convenções genéricas” (Hayward, 2000, p. 167, 168).

O risco de desvio do género, no qual a obra está inserido, pode significar a frustração por parte do espetador que consequentemente se pode traduzir num fracasso do produto. A inovação deve ser portanto equilibrada de acordo com as expectativas do espetador face ao género da obra. A originalidade deve ser alcançada sob os parâmetros do género sem ultrapassar as suas características (Turner, 1990, p. 97, 98).

O reconhecimento deste tipo de fórmulas “representa um elo de ligação entre o realizador e a audiência” sendo que determinam largamente a forma como o espetador “percebe” a obra (Corrigan, White, 2012, p. 321).

Deste modo sob “todos os níveis de processo de produção e visualização” os géneros “ajudam a assegurar que a maior parte de uma sociedade partilha, no mínimo, algumas noções globais acerca das tipologias” do produto (Bordweel e Thompson, 2008, p. 320). De forma convergente à concepção de Corrigan e White (2012, p. 321), Bordweel e Thompson (2008, p. 320) defendem ainda que os géneros são baseados num “acordo tácito entre os “realizadores, os críticos e audiência”.

O conjunto de códigos e convenções formulados pelos espetadores podem por seu turno acarretar problemas à liberdade artística e à criatividade do autor. Assim a definição de géneros pode originar entraves à inovação, impondo um conjunto de parâmetros e reduzindo a margem de flexibilidade ao longo da criação (Turner, 1999, p. 97,98).

Por sua vez vários realizadores influentes procuram redefinir o género ou pelo menos traçar uma "reflexão" sobro o mesmo (Aumont, Marie, 2006, p. 142).

Contemporaneamente motivados pelo “crescimento exponencial em meios como a televisão ou a internet”, existe um “tremenda” quantidade de conteúdos vídeo disponíveis por parte dos espetadores. Torna-se portanto útil, nomeadamente em ambiente digital, a classificação do vídeo sobre diversos géneros, não apenas por efeitos de pesquisa mas também para a intervenção dos “sistemas de recomendação vídeo” (Wu, Purushotham, Kuo, 2010, p. 178).

A nível ilustrativo Ekenel, Semela, Stiefelhagen (2010, p. 1) demonstram como o processo de classificação de géneros dos vídeos descarregados no site Youtube (Youtube, 2014) é efetuado com base na “vasta variedade de conteúdos contidos nesses vídeos”.

Assim é possível constatar que a classificação do género de um vídeo consiste num “módulo importante, contudo básico na gestão das crescentes bases de dados vídeo. Nesse contexto auxilia o utilizador na “organização, navegação e pesquisa de clipes vídeo em librarias vídeo digitais. Essa determinação de género encontra-se assente na

comparação de “modelos de géneros pré determinados” (Wu, Purushotham, Kuo, 2010, p. 178).

No contexto particularmente digital a “lista básica de géneros” pode ser portanto aplicada a ambos, filme e vídeo (Stanford University, 2007).

Nesse Âmbito e recorrendo novamente ao exemplo do site Youtube (Youtube, 2014) é possível observar a estratificação dos distintos conteúdos em classes “fílmicas” (“ação”, “drama”, “horror”, “desenho animado”) ou “não-fílmicas” na qual figuram entre outras conteúdos como “notícias, ou desporto” (Wu, Purushotham, Kuo, 2010, p. 191). No contexto da presente investigação são desenvolvidos a tipologia de géneros “fílmicos”.

4.2.1.3. AUDIÊNCIA E ESPETADOR NO ÂMBITO DA NARRATIVA FÍLMICA – APLICAÇÃO AO VÍDEO DIGITAL

Atores, produtores, realizadores podem fazer parte do processo de elaboração de um vídeo, no entanto é a audiência que transforma a obra num sucesso. Assim, deve partir dos produtores bem como dos distribuidores a formação de um equilibro coerente entre a narrativa (ou o texto), a sua distribuição e promoção, tendo em vista a audiência como “fim” de uma produção (Turner, 1999, p. 116, 117).

Desde os primórdios da concepção da tipologia de produtos em questão, a tendência de reconhecimento da audiência face ao ponto de vista da câmara levou os cineastas a criar a “gramática do filme (ou linguagem cinemática) ”.Logo a própria construção da obra é afetada pela audiência sendo que esta impõe um conjunto de premissas sobre a sua concepção (Barsam, 2010, p. 7).

Desta forma, o sucesso da obra parte segundo Turner (1999, p. 112) da forma como a mesma “capta o imaginário da audiência" sendo que para esse efeito podem intervir várias estratégias como a estratégia da "promoção". No entanto, a fórmula de criação de um produto de sucesso é ainda hoje um mistério tanto para "a indústria” como para a “audiência ou teoristas".

Apesar da manifesta importância do espetador, ou “audiência” num sentido lato, existe sob a perspetiva de Aumont e Marie (2006, p.105) uma evidente negligência e "falta de interesse teórico" face ao estudo do espetador, não só enquanto ser individualidade mas enquanto sujeito inserido em grupos, ou classes, de espetadores (audiência).

Por seu turno e de forma contrastante Abrams, Bell, Udris (2001, p. 46) defendem que, desde o início da produção fílmica, tem vindo a existir um especial interesse, não só no impacto que a imagem em movimento exerce sobre a sua audiência, mas igualmente “em quem constitui essa audiência”. De igual forma (Grant, 2006, p. 128) defende que contemporaneamente a audiência continua a constituir uma área central de interesse tanto para os estudos do media como para os profissionais da produção do mesmo.

Sendo a audiência a fonte de lucro e retorno de investimento de um produto vídeo, esta consiste num elemento fundamental “na continuidade da produção” do mesmo (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 46).

Desta forma os produtores são incumbidos de duas complexas tarefas, primáriamente, a definição da audiência específica para determinada produção em detrimento de outra, posteriormente, a defesa do projeto face aos "backers" com base na previsão assente nas características da audiência prevista (Turner,1999, p. 117).

Apesar de se tratar de um conceito variável, dependente da subjetividade de quem sobre o mesmo formula um conjunto de “suposições teóricas e metodológicas, (Pearson, Simpson, 2005, p. 32) uma construção eficiente do produto depende, como necessária premissa, da especificação da sua audiência. Esta formulação deve versar, não só na abordagem "textual" ou narrativa, mas também sobre a extensão publicitária. Deste modo percebe-se a importância da definição da audiência desde a pré produção à distribuição do produto (Turner, 1999, p. 17).

As características da audiência são no entanto mutáveis ou seja são sensíveis à influência exercida por distintos fatores como o tempo, cultura, educação, idade do espetador (demografia) ou até género. Nesse âmbito (Turner, 1999, p. 113) defende que se torna cada vez mais arriscada a aposta no mercado “gradualmente mítico” de massas.

Assim segundo Abrams, Bell, Udris (2001, p. 47) a audiência “não pode ser percebida sob uma forma pura e não adulterada”, numa perspetiva análoga a Pearson e Simpson (2005, p. 32), Abrams, Bell, Udris (2001, p. 47) reiteram que são os próprios “produtores, mercados, distribuidores, grupos de pressão ou agências governamentais” a moldar as suas conceções particulares sobre o conceito de audiência.

Elevando o grau de complexidade no seu entendimento, as audiências encontram-se cada vez mais estratificadas. Analogamente a interpretação das motivações e interesses da audiência não é uma disciplina firmemente estabelecida. Apesar de um conjunto de técnicas poder melhorar, de forma evidente os resultados numa lógica de previsão, torna-se impossível para qualquer tipo de media "assegurar o sucesso" absoluto de dado produto. A nível ilustrativo "fortunas continuam a ser gastas e perdidas" na elaboração de obras "que se podem no entanto revelar um fracasso (Turner, 1999, p. 112).

No entanto o estudo da recetividade do vídeo não deve apenas ser baseado na audiência como uma "entidade coletiva sociocultural" (McQuail, 2003, p. 498). Por sua vez os estudos devem fundamentar-se tanto na audiência como no espetador a nível particular (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 46).

Dado o exposto as motivações de consumo de um vídeo assim como as relações que um indivíduo estabelece com processo do mesmo ("narrativa, personagem") não devem basear-se num processo matemático, ao invés devem ser fundados numa abordagem à componente teóricamente mais humana (Pribram, 2004, p. 146).

No âmbito da imagem em movimento (Eisenstein, 2002, p. 89) demonstra aversão à utilização do termo "diversão" como motivação para o consumo da imagem em movimento considerando-a uma nomenclatura "estranha, adversaria e inimiga"; transversalmente defende o termo "entretenimento". Sobre esse prisma o objetivo da obra não é divertir mas fazer com que o espetador se sirva. Isto é, tem como propósito "atrair não divertir".

Por sua vez a imagem em movimento, através de sequências eficazes, induz sobre o espetador uma reação emocional. A emoção do ecrã deve ser irradiada sobre o espetador, assim uma "estrutura da emoção humana, sem dúvida apela à emoção". A nível ilustrativo, Eisenstein (2002, p. 143) servindo-se de uma analogia Tolstoiana, demonstra que o filme tal como a música deve conduzir ao estado de espirito do homem que o compôs, traçando-se assim uma interceção emocional entre o autor e a audiência.

Assim, o espetador estabelece uma relação emocional com o produto, porém este interpreta-o na lógica das suas vivências pessoais, ou, "projeta nele a sua subjetividade", o seu mundo impõe-se sobre o mundo paralelo construído (Aumont, Marie, 2006, p. 106).

Inerente aos gostos e respostas do espetador face ao conteúdo do media em questão, estão estreitamente ligados os "processos psicológicos" de identificação e cognição. A identificação está por sua vez relacionada com as respostas de vertente emocional, ou seja, entende-se segundo Corrigan e White (2012, p. 10) como a "empatia" que o espetador sente face a determinada história ou personagem.

Sob a mesma perspetiva de Eisenstei (2002, p. 143) Aumont e Marie (2006, p. 106, 107) defendem que se por um lado o espetador se identifica com aquilo que é projetado, esta identificação é apenas possível pois o cinematográfico tem como base e inspiração o mundo real onde o espetador "existe". Assim o impacto dos filmes pode ser justificado pela imitação ou tentativa de captação do "psiquismo" humano por parte da referenciada forma de expressão (Aumont e Marie, 2006, p. 106, 107).

Desta forma a identificação ocorre quando o espetador reconhece algo de si mesmo e quando assim se projeta sobre a personagem ou história em questão (Corrigan, White, 2012, p. 1). Ou sob uma perspetiva inversa quando o espetador se “parece” com o filme sendo que o mesmo imita o sujeito/espetador) (Aumont, Marie, 2006, p. 106).

Este facto torna percetível a maior probabilidade de identificação perante obra audiovisual de alguns nichos sobre outros. Logo o sucesso de um produto parte segundo (Corrigan, White, 2012, p. 11) da capacidade de incutir características nas personagens principais (face aos seus "conflitos e escolhas") que potenciem a identificação e o estabelecimento de uma relação entre o espetador e as personagens principais.

Tal como a identificação pode ser estabelecida através das personagens ou dos seus conflitos e escolhas, também pode ser instituída através de uma relação mais direta com o ambiente que rodeia as personagens como o ambiente, atmosfera ou um local específico (Corrigan, White, 2012, p. 11).

Sobre uma perspetiva psicanalista Metz (1980, p. 54, 55), defende que o filme, não existe no tempo e local no momento da sua exposição, facto relacionado com a discrepância entre o tempo e local da captação sobre o contexto de exibição. Assim aquilo que é percebido pelo espetador ou audiência não é realmente o objeto mas sim “a sua sombra, o seu fantasma, o seu duplo, a sua réplica numa nova espécie de espelho”.

Esse espelho retrata uma dualidade, o “duplo caráter do seu significante”, se por um lado o media em questão é caracterizado com uma “profunda riqueza percetiva” a sua “ausência” demonstra que aquilo que a audiência percebe é utópico, assim o media é visto por Metz (1980, p. 54, 55), como um “significante imaginário”.

Por sua vez e de forma contrastante às conceções de Aumont e Marie (2006, p. 106), Corrigan e White (2012, p. 11) e Metz (1980, p. 54, 55) defende que o espetador não se projeta, ou não se identifica com o produto, porém apesar da sua ausência consciente, o produto fílmico é inteligível por parte do espetador. Este já conhece a “experiência do espelho (do verdadeiro) ”, ou seja, do mundo real e consegue consequentemente construir um “mundo de objetos sem ele próprio ter de nele se reconhecer primeiro”.

Não existe contudo segundo Aumont e Marie (2006, p. 106) um género ou vertente da psicologia unicamente direcionada ao cinema. Assim a ação do filme sobre o espetador não pode ser estudado de forma completa no contexto emocional.

Nesse contexto assoma a cognição como um aspeto fundamental ao ato de visualização de um filme estando inerente tanto ao conceito de compreensão que compõe as "reações racionais" ("rational reactions") como aos "processos de pensamento" ("thought processes"). Logo a visualização de um filme é considerada por Corrigan e White, 2006, p. 12) como um produto que transcende uma experiência emocional assente na identificação, e assim como "um processo cognitivo que envolve as atividades intelectuais de comparação e compreensão.

Sob a perspetiva cognitivista o espetador não é considerado um elemento passivo, é por sua vez visto como um ser ativo que contribui para a construção do significado (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 336).

Este tipo de construção mental é conseguida através de um conjunto de processos cognitivos (básicos) que se baseiam não só no processamento de "informação visual e auditiva" e consequente perceção de "movimento, tempo, dimensão" (características do filme) mas também na interpretação, comparação, suposição, e expectativas atribuídas sobre os mesmos (Corrigan, White, 2012, p. 12).

Um conjunto de tópicos tem vindo a ser explorado e expandido no âmbito do “criticismo ideológico” incluindo a raça, sexo, idade, nacionalidade ou deficiência entre outros tópicos distintivos da audiência. Deste modo o filme, designadamente no contexto

cinematográfico, já não é caracterizado como “um agente de repressão absoluto”, paralelamente a mensagem deixou de ser considerada universalmente identificável, tendo sido estabelecido que uma obra pode incorporar ideias contraditórias. Consequentemente também é alterada a concepção do “espetador” (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 336).

Por seu turno e de forma análoga (Corrigan, White, 2012, p. 9) demonstra que o espetador reage ativamente ao percecionado sendo que esta reação ativa pode ser condicionada por "diferentes idades, origens, níveis educacionais, interesses e localização geográfica".

Da mesma forma os “estudos de receção” demonstram “claramente” que cada elemento da audiência possui um caráter distinto e assim que cada membro da audiência reage de forma distinta ao mesmo produto (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 336).

No entanto assoma um paradoxo; se por um lado a cognição viabiliza ao espetador a capacidade de exercer sentido crítico sobre a obra, um estudo cognitivo sobre a forma como o espetador percebe a mesma poderá fornecer ferramentas que permitam a manipulação dessa mesma perceção (Aumont, Marie, 2006, p. 106).

Nesse âmbito Pramaggiore, Wallis (2008, p. 335) questionam-se sobre a possibilidade do media em questão poder ser o “equivalente a propaganda intensionalmente e sistematicamente desseminada” com o intuito de atingir determinado fim ou “promover uma ideia ou causa”.

Sob a perspetiva de Althusser, Pramaggiore, Wallis (2008, p. 335) afirmam ainda que uma obra não força os indivíduos à submissão. Por sua vez compele o espetador a “entrar em conformidade com o regime económico e social existente”. Esta abordagem de traços Marxistas estabelece que o cinema, em conformidade com outras instituições como a “educação ou religião”, interpela os membros da sociedade definindo “o que é ser um indivíduo”.

A significância dos produtos pode estar assente não na maneira como estes são “feitos" mas na forma como o espetador os perceciona e na forma como reage ou "responde" aos mesmos. No entanto a interpretação de uma obra está assente no contexto e na experiência de vida do espetador (Corrigan, White, 2012, p. 10, 11).

Desta forma alguns “críticos ideológicos” têm apontado que as produções, nomeadamente aqueles de cariz mais popular, “nada mais são do que produtos vácuos de uma cultura industrial”. Sob esta perspetiva o presente media transmite apenas ideias que servem uma “corporações hegemónicas” (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 335).

Sob uma perspetiva menos radical pode ser aferido que a visão pessoal do espetador é parte de algo maior, ou seja, possui uma "dimensão social". O espetador é normalmente suscetível quer a opiniões dos seus semelhantes, ou da sociedade em geral, quer dos media sociais “de entretenimento" (Corrigan, White, 212, p. 9).

Os vídeos podem ser portanto estudados como “produtos culturais” portadores de uma especial carga de “valores e crenças” suscetíveis a um conjunto de interpretações distintas, capazes tanto de influenciar como de satisfazer os desejos dos espetadores (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 1).

Por sua vez Corrigan e White (2012, p. 10) destacaram duas formas através das quais o contexto vivencial e experiencial no âmbito social, influênciam o gosto desse espetador. Estas estão assentes em primeiro lugar nas "Circunstâncias experienciais" relacionadas com a influência da envolvência do espetador face a determinado tempo e espaço, envolvendo fatores como "idade, género, raça, língua, história socioeconómica” ou localização geográfica.

Paralelamente o espetador pode ser influenciado pelas “lógicas da história experiencial” inerentes a fatores ou variantes como a "educação, relações, viagens e até a exposição a outros filmes" estes factos traduzem-se no legado estabelecido no espetador sob a forma da sua identidade (encontros pessoais e sociais) (Corrigan, White, 2012, p. 10).

Porém existe uma concepção de premente esclarecimento; o vídeo digital sem a sua componente interativa, não passa “de um simples duplicado do entretenimento tradicional” ou seja, a única disparidade entre o filme e o vídeo encontra-se na tecnologia, ou no “meio através do qual seria representado” particularmente no meio digital em detrimento do analógico e não na sua perceção (Miller, 2004, p. 56).

Deste modo os realizadores em ambiente digital, “seguem as mesmas etapas de uma produção fílmica” sendo que as decisões artísticas são “transversalmente comparáveis entre os dois media”. Dado o exposto reitera-se que as diferenças básicas entre ambas

as formas de representação da imagem em movimento “envolvem ambas, a tecnologia e a forma como o realizador a utiliza” (Bordwell e Thompson, 2008, p.30).

Assim a audiência do filme migra de “forma progressiva” face ao consumo fílmico tradicional para o consumo do conteúdo em formato vídeo. Esse facto é motivado pela evolução tecnológica. Nesse contexto filmes que antes eram gravados e editados em fita são, contemporaneamente, captados e editados em vídeo (Dancyger, 2011, p. 433).

4.2.1.4. A NARRATIVA VÍDEO NO ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL

Apesar das circunstâncias e histórias experienciais revelarem a forma como contexto social e experiencial do espetador pode influenciar a perceção do produto (Corrigan, White, 2012, p. 10), a comunicação comercial serve-se de elementos evidentes e facilmente discerníveis por parte do espetador com o objetivo de seduzir o subconsciente do mesmo (Health, 2012, p. XI).

Esta sedução é um processo fundamental no contexto industrial. Nesse âmbito a comunicação comercial- a publicidade é alegadamente a “indústria mais poderosa do mundo”, mais poderosa no contexto atual do que em qualquer outra era da existência humana, tendo a capacidade de “colocar governos no poder ou destrona-los“, “criar fortunas” ou “transformar a opinião pública” (Saunders, 1999, p. 7).

Deste modo a comunicação comercial é, contemporaneamente, não só de “um imenso negócio” mas de uma “grande história de sucesso” (Health, 2012, p. 1).

No entanto apesar do patente sucesso o termo “publicidade” continua a ser ainda hoje um “mistério” repleto de “contradições” (Sutherland, Sylvester, 2000, p. 3) sendo a sua eficácia “surpreendentemente difícil de explicar” (Health, 2012, p. 1).

A nomenclatura é normalmente associada ao ato de “chamar à atenção a algo” ou alternativamente “notificar e informar alguém acerca de alguma coisa” (Dyer, 1982, p. 2), por sua vez pode operar como um “catalisador de inovação”, um “acelerador no seio da economia liberal” (Tungate, 2007, p. 3).

Sob qualquer perspetiva a “comunicação comercial” apresenta uma componente social, ou, por sua vez um “propósito social de promoção de um produto, evento, política ou ideia”. No entanto continua a ser considerado sob uma extensão concecional que pode ir de “informação” a “magia” (Fulton, 2005, p. 287).

Assim a comunicação comercial centra-se maioritariamente na necessidade de uma dada companhia persuadir o espetador, e potêncial consumidor, à compra (Health, 2012, p. 15). Deste modo e de forma estratégica a tipologia comunicativa em questão deve basear a sua inspiração num conjunto de "introspeções sobre as marcas, consumidores e da forma como ambos interagem" (Drewniany, Jewler, 2008, p. 1).

O espetador é diariamente exposto a um conjunto de "narrativas públicas" ou seja histórias provenientes de "media noticiosos" ou "livros, filmes, peças de teatro" entre outras. Estas por sua vez "comandam uma grande porção" da atenção diária do espetador (Green, Strange, Brock, 2013, p. 1).

Consequentemente é desenvolvida uma patente resistência face a esse tipo de produtos. O enigma da venda está naturalmente aliado ao combate a essa mesma resistência. O segredo para contornar esse entrave consiste, segundo Maxwell e Dickman (2007, p. 4), "naquele que sempre foi, uma boa história". Logo "uma boa história vende" em parte por ser algo inato ao psiquismo humano.

Nesse sentido Ferguson (2013, p. 1) aponta a forma como os humanos "sempre contaram histórias", desde as representações rupestre em cavernas até à subsequente sofisticação humana.

Paralelamente alguns críticos sugerem que a comunicação comercial opera "da mesma forma que os mitos em sociedades primitivas", ou seja, que fornece um conjunto de histórias através das quais valores e ideias são transferidos" e sobre as quais os indivíduos organizam pensamentos e experiências de modo a formular uma concepção sobre a sua envolvente (Deyer, 1982, p. 1).

No mesmo sentido Duarte (2010, p. 16) afirma que as histórias desde tempos remotos serviram o propósito humano, atribuindo sentido à sua vivência dando resposta a mistérios existenciais. Assim eram construídas "metanarrativas" (metanarratives) acerca do sentido da vida, essas histórias ainda hoje "são a fonte de transmissão de informação, mais poderosa e duradoura".

De facto, a "história", ou narrativa é um fenómeno profundamente enraizado não só a nível cultural mas a nível genético, nomeadamente no que diz respeito ao gene designado como "FOXP2" sobre o qual cientistas acreditam recair a capacidade linguística e narrativa do ser humano. Como tal a utilização da capacidade narrativa

inerente ao ser humano torna as histórias em elementos cruciais no âmbito de venda (Maxwell, Dickman, 2007, p. 4).

A informação por si só é “estática”, por sua vez as histórias são “dinâmicas”, capazes de fomentar uma ligação e recetividade mais profundas face às ideias comunicadas (Duarte, 2010, p. 16).

Nesse âmbito a conjuntura atual é desfavorável a um tipo de companhias que descurem a “dimensão mais profunda e emocional da marca”. Logo a forma mais propícia à criação de um envolvimento emocional do indivíduo para com essa marca passa pela aproveitação da narrativa e assim do uso de histórias (Fog, Budtz, Munch, Blanchette, 2010, p. 21, 22).

Deste modo se as histórias contribuem segundo (Deyer, 1982, p. 1), para a definição do mundo humano através da organização de pensamentos e experiências, o ponto de partida para a formulação publicitária eficiente deve assentar no aperfeiçoamento das capacidades de “contar histórias” (storytelling). Estas traduzem-se naturalmente no “poder de influenciação das crenças de outros e na criação da aceitação de novas ideias” (Duarte, 2010, p. XVI).

Nesse sentido uma companhia através da criação de uma “história de marca” edificada sobre um conjunto de narrativas, torna-se num sinónimo do modo como o consumidor se define enquanto indivíduo. Assim os produtos publicitados transformam-se em símbolos que integram a vida das pessoas passando a fazer parte da sua história pessoal (Fog, Budtz, Munch.Blanchette, 2010, p. 22).

Essa é a “magia da comunicação comercial”, não só o facto de conseguir condicionar a perspetiva do indivíduo face aos bens ou produtos publicitados mas, igualmente, o facto de os conseguir enraizar na própria personalidade dos consumidores. Esse enraizamento é de tal modo eficaz que condiciona a crença de que esses bens ou produtos podem transmitir mensagens sobre si mesmos enquanto indivíduos (Watson, Hill, 2012, p. 2).

Deste modo a narrativa é o elemento capital de ligação entre a companhia e o consumidor (Fog, Budtz, Munch, Blanchette, 2010, p. 23), ou seja, através da história é concebida a “cola emocional que une a audiência” à ideia publicitada (Duarte, 2010, p. 156). Logo a história, e a emoção acarretada pela mesma, compelem os indivíduos a

“tomar uma ação transformadora do mundo” (Maxwell, Dickman, 2007, p. 5), de forma contígua (Duarte, 2010, p. 14) defende a emoção como “um poderoso condutor do comportamento do consumidor”.

O consumidor é desta forma “envolvido”, além de se identificar com os objetos publicitados permite aos mesmos “falar” por ele. Este facto pode condicionar uma sensação de “desconforto ou fragmentação” que paradoxalmente pode conduzir ao desejo da “procura de conforto” através de mais consumismo (Watson, Hill, 2012, p. 2).

O valor da narrativa ou do ato de “contar de histórias” (storytelling) “transcende a linguagem e a cultura”. Como tal, mesmo conjeturando sobre um futuro cada vez mais digitalizado, as histórias continuarão a representar “a plataforma mais atraente” ao dispor do ser humano como forma de gerir a tanto a sua imaginação como os “dados incomensuráveis” de informação (Duarte, 2010, p. XVI).

Porém, caracteristicamente a sociedade contemporânea “está grandemente focada numa vertente visual” nomeadamente no que toca à “comunicação e interação” (Napolitano, 2014, p. 2).

As experiências audiovisuais afetam os participantes a “nível emocional”, sendo que a conjugação do áudio e vídeo significam que os visados “ouviram e viram” facto que condiciona um “elevado grau de retenção da mensagem da história” (Ferguson, 2013, p. 2).

Nesse âmbito surge o vídeo como eficiente forma de comunicação visual. No contexto comercial ou publicitário o vídeo representa um formato de manifesta superioridade a nível de eficácia face a outros media Tube Mogul (2011, 3). Os produtos publicitados através deste meio, nomeadamente no contexto do retalho online, registam segundo (Napolitano, 2014, p. 2) um acréscimo de 85% de probabilidade de compra por parte dos visitantes.

A expressividade do referenciado valor pode ser motivado pelo facto de “90 % da informação transmitida pelo cérebro” ser visual e assim processada “60,0000 mais rápidamente” face à representação textual ou a outros tipos de informação (Ferguson, 2013, p. 2).

Consequentemente, a criação de vídeos comerciais “despoletou” sob a forma daquilo que se pode designar como um “campo lucrativo”. As motivações de tal crescimento

relacionam-se maioritariamente com as características do media (Hampe, 1998, p. 6). O vídeo possui uma capacidade expressiva “poderosa”, um potêncial superior para contar histórias e como tal uma capacidade de viabilizar a criação de algo “verdadeiramente memorável” (Handley, Chapman, p. 199).

De facto uma das principais razões que conduzem o espetador à visualização de ficções em movimento está relacionada com a capacidade nutrida pelo mesmo para estimular de forma “eficaz” esse mesmo espetador. Nesse âmbito as “matrizes da imagem em movimento” possuem o poder de “ativar reflexos automáticos e involuntários sobre a audiência a um nível de resposta sub-cognitivo ou a um grau cognitivamente impenetrável de resposta” (Carroll, 2008, p. 147, 149).

A nível ilustrativo, governos bem como mercados ou organizações não-governamentais usufruem regularmente do vídeo como forma de comunicação em detrimento de outros modos paralelos em parte, devido ao facto de este se tratar de uma forma mais “atraente” de apresentar a informação (Hampe, 1998, p. 6).

A possibilidade de utilização vídeo são inúmeras e, como tal, não há “uma maneira única para usar o vídeo”. Este possibilita a oportunidade de partilha da mensagem de uma forma “significativa” facto que pode ajudar, de forma patente, o desenvolvimento de um dado negócio (Napolitano, 2014, p. 14).

Por sua vez um vídeo pode não alcançar o seu completo potêncial sendo que a diferença entre um vídeo medíocre e um produto verdadeiramente envolvente e cativante recai na presença se uma “verdadeira história” (Handley, Chapman, p 199).

Precedentemente à construção de um produto vídeo, devem no entanto ser consideradas as próprias motivações que poderão orientar o espetador ao consumo desse mesmo produto. Habitualmente este tipo de motivações estão associadas ao desejo sentido pela audiência por ser “entretida ou educada (acerca de uma indústria, um tópico específico de negócio entre outros) ”. Idealmente os vídeos criados devem focar-se em pelo menos uma das categorias, no entanto, se ambas puderem ser incutidas no mesmo produto esta poder-se-á revelar uma mais-valia (Handley, Chapman, p. 197).

Da mesma forma antes de iniciar o processo de captação deve existir um trabalho prévio que assegure a captação das sequências necessárias. Analogamente a preparação

prévia ao período de filmagem deve servir para estabelecer a mensagem a transmitir, ou seja, para perceber o que o vídeo pretende conseguir. Desta forma a construção do vídeo deve ser perviamente planeada (Napolitano, 2014, p. 16).

4.2.2. A PRODUÇÃO

Segue-se o desenvolvimento conceptual e caracteorológico do vídeo em geral e do vídeo digital em especial, nomeadamente através do papel do realizador nos elos de produção.

4.2.2.1. A CINEMATOGRAFIA UNIVERSAL

Para Villarejo (2007, p. 36) "reparar em qualquer simples elemento de “mise-en-scène” é igualmente reparar num elemento da cinematografia". Se “mise-en-scène” é inerente ao “posicionado em frente da câmara” a cinematografia versa a captação desses elementos no plano (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 97, 98).

Logo ambos os conceitos são intrínsecos entre si, todos os elementos integrantes de um dado plano são captados pela câmara. Deste modo os elementos da "mise-en-scène” dependem do enquadramento da câmara e vice-versa (Villarejo, 2007, p. 36).

O termo cinematografia possui como raiz etimológica a designação grega “kinesis” ou “movimento” (Barsam, 2010, p. 208) ou por sua vez “escrita com movimento” (Brown, 2012, p. IX; Corrigan, White, 2012, p. 96; Bresson, 1977, p. 5).

A nomenclatura provêm igualmente do termo “photo” ou “luz” e “grafia” ou “escrita” (Barsam, 2010, p. 208), como tal, cinematografia pode ser considerado um hibrido entre a “escrita com movimento” e a “escrita com luz”. Logo a cinematografia tratando-se da “escrita em movimento” depende em grande parte da extensão fotográfica (Bordwell, Thompson, 2008, p. 188).

Deste modo os aspetos de produção, que envolvem “procedimentos fotográficos e eletrónicos de produção de imagem”, são intrínsecos à designação geral de “cinematografia” (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 148). No entanto cinematografia é segundo Brown (2012, IX) “mais do que um mero ato de fotografar” tratando-se de “um processo de tomada de ideias, palavras, ações, o subtexto emocional, tom, e todas as outras formas de comunicação não-verbal” que são convergidas em termos visuais.

O mesmo será dizer que a cinematografia não serve apenas um propósito estético ou de “produção de imagens belas”, esta consiste, por sua vez, numa “linguagem” que pode por si só criar ou adicionar significado à obra a um nível semelhante a outros elementos do contexto em questão como “a história, “mise-en-scène”, e atuações” (Barsam, 2010, p. 208).

Assim a cinematografia além de enriquecer a “experiência estética” e conferir suporte à narrativa “contribui para a resposta emocional do espetador” (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 14).

De forma convergente Brown (2012, p. IX) define as “técnicas cinemáticas” como uma “extensão de métodos e técnicas” que podem ser usadas com o objetivo de “adicionar *layers* de significado e subtexto” ao próprio conteúdo. Como tal a sua expressão é deste modo obtida através da própria “relação entre as imagens e sons” (Bresson, 1977, p. 5).

As técnicas de “cinematografia” operam de forma conjunta com as formas de organização da imagem em movimento, a “mise-en-scène” e som “de forma a produzir significado numa forma integra” (Pramaggiore, Wallis, p. 148). Assim sendo as imagens isoladas “tal como palavras num dicionário, não possuem poder ou valor” sendo que esse valor se encontra inerente ao posicionamento e relação das mesmas no âmbito da obra em questão (Bresson, 1977, p. 5).

Da cinematografia depende a escolha dos elementos da “mise-en-scène” a integrar em dado plano. Consequentemente, a câmara deve ser colocada de forma a "incluir alguns elementos e excluir outros", criando ou condicionando a concepção de "fora de Plano" ("offscreen space") e "dentro de plano", "espaço implícito" ("Implied space") (Villarejo, 2007, p. 36).

Logo a decisão do enquadramento dos "eventos profílmicos (colocados em frente à câmara" isto é dos, seres ou objetos existentes na realidade paralela do produto (Aumont, Marie, 2006, p. 242) ou aquilo que se situa em frente à câmara dependem da "inclusão ou exclusão em cada enquadramento". Logo cinematografia pode ser designada como "qualquer coisa relacionada com a câmara" (Villarejo, 2007, p. 36).

No entanto a cinematografia, designação puramente analógica na sua concepção original tem vindo a ser expandida de modo a acolher realidades mais tecnológicas, nomeadamente digitais. Essa nomenclatura pode contemporaneamente designar

“processos não fotográficos” como imagens computacionais ou CGI. Por sua vez estas obedecem ao mesmo conjunto de regras estipuladas pelo processo puramente fotográfico (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 130, 131).

Assim sob a perspetiva de Bresson (1977, p. 29) o “campo da cinematografia é incomensurável” oferecendo um “poder ilimitado de criação”.

Inerente ao conceito de cinematografia encontram-se os seus elementos constituintes, a saber; a "distância de câmara" ("Camera distance") face ao assunto a retratar, o "ângulo de câmara" ("camera angle"), a "profundidade de campo" ("depth of field") e o "movimento de câmara” (“camera mvement”) (Villarejo, 2007, p. 36).

Paralelamente Brown (2012, p. 4) define as “ferramentas visuais” utilizadas para contar histórias, estratificando-as num conjunto de categorias, entre elas o “enquadramento”, “iluminação e cor”, “as lentes”, a “textura”, “estabelecimento” e o “ponto de vista”.

Por sua vez Barsam (2010, p. 208) considera concisamente como técnicas e “material expressivo” os “ângulos, altura e movimento”.

Deste modo a capacidade visual permite ao ser humano projetar-se sobre o mundo, ou seja, a perceção visual possibilita a “exploração de objetos e imagens” posteriormente transformados pela mente de forma singular (Corrigan, White, 2012, p. 96).

Assim “a câmara é o olho da audiência”, logo a forma como a câmara capta o mundo determina a forma como a “audiência o percebe” (Brown, 2012, p. 10).

Ainda no âmbito da produção em questão, o espetador percebe o “mundo material” apenas através da forma como este é “retransmitido” a partir das “imagens filmadas (e o som gravado) ” posteriormente processados pela mente do mesmo. A filmagem deste tipo de imagens consiste na cinematografia em si mesma (Corrigan, White, 2012, p. 96).

Na sua essência a cinematografia desempenha, desta forma, um papel fundamental nesse contexto uma vez que opera como forma de expor à audiência àquilo que o realizador e o diretor de fotografia desejam expor em função da história (Brown, 2012, p. 10).

A câmara assume a capacidade de “criar significado” tal como o pincel de um pintor ou a caneta de um escritor, através da sua gramática própria (Barsam, 2010, p. 208).

4.2.2.1.1. O TEMPO

O tempo é para Tarkovsky (1986, p. 57) uma parte da verdadeira essência do “ser” tratando-se mesmo de uma “condição” para a sua existência, a “ chama que arde na fogueira da vida humana”, uma necessidade e um requisito à própria cognição humana uma vez que sem essa noção temporal a memória seria inexistente.

Assim a forma como o ser humano experiência o tempo é em geral uma questão “complexa”. É percetível a influência de certos “relógios biológicos” reguladores de “ritmos fisiológicos” na concepção temporal. Porém a apreensão do tempo resulta em grande parte da “perceção de sequências de acontecimentos” considerados como uma “realidade material” (o “tempo”) que permite uma “instrumentação mental” (Aumont, Marie, 2006, p. 287).

A referida instrumentação mental demonstra a forma como a cognição humana possui, a capacidade de moldar o tempo (recordação e previsão) através da consciência. Consequentemente o tempo e a memória unem-se de forma intrincada sendo que a consciência humana é dependente desse conceito para a sua existência (Tarkovsky, 57, 1986).

Sob um ponto de vista psicologicamente empírico Aumont e Marie (2006, p. 287) especificam quatro grandes modos de experiência temporal, entre eles “o presente fundado na memória imediata” bem como na apreensão de “intervalos temporais breves”; a “duração” relacionada com o tempo passageiro e assim “com a memória a longo prazo”; a “perspetiva temporal” a perspetivação ou “experiência do futuro”; e a “diferenciação entre a simultaneidade e a sucessão”.

Porém, Tarkovsky (1986, p. 58) defende que o ser humano vive sempre na lógica instável do presente uma vez que este se “desvanece como areia entre os dedos” restando apenas o seu legado, a memória bem como as relações de causa efeito resultantes da passagem de um “estado para o outro”.

Desta forma Martin (2005, p. 270) defende o papel fundamental do tempo na sua relação com a imagem em movimento. O tempo é o elemento organizador do filme ou vídeo por excelência, "estrutura de forma fundamental e determinante qualquer narrativa cinematográfica" sendo o espaço ou a ordenação espacial um "quadro de referência secundário e anexo".

Sob um ponto de vista desviante Pramaggiore e Wallis (2008, p. 134) defendem que a cinematografia envolve ambas as características “espaciais” e “temporais“. Logo diferentes vertentes do produto, “narrativas ficcionais”, “documentários”, “avan gard”, entre outras, partilham a mesma premissa “manifestando-se no espaço e tempo perante o espetador“.

Em qualquer das perspetivas é possível constatar que o cinema, de forma pioneira, não só possibilitou uma revolução técnica, ou uma nova forma de representar o mundo, como acima de tudo originou uma “nova corrente estética” sendo o filme a materialização da mesma. Assim a origem da imagem em movimento representa o marco histórico a partir do qual o ser humano pela primeira vez conseguiu “capturar” o tempo “teóricamente para sempre” (Tarkovsky, 1986, p. 63).

No entanto torna-se relevante destacar que o conceito temporal é no entanto passível à desfragmentação sob um conjunto de congruências distintas. Nesse âmbito existe segundo Chatman (1978, p. 62,63) uma separação do conceito, nomeadamente sob a forma de “tempo de leitura” e o “tempo de enredo”, ou, "tempo de discurso" e "tempo de história" (respetivamente). O "tempo de discurso" é inerente ao tempo requerido para “ler” o discurso, o "tempo de história" é por sua vez anexo à duração de um dado evento da narrativa.

De forma convergente Lewis (2014, p. 30) defende a distinção entre a “história”, ou o conjunto de eventos unidos por parte dos espetadores, e o “enredo” ou os “eventos no ecrã” resultantes da escolha de inclusão por parte do realizador face à história.

Por sua vez Bordwell e Thompson (2008, p. 81) desenvolvem uma distinção temporal perspetivando três diferentes abordagens à sua duração. Deste modo a "duração da história" (“story duration"); "duração do enredo" (“plot duration”) e “duração de tempo de ecrã” ("Screen Duration") representam a duração temporal da obra da forma mais geral à representação da forma mais particular respetivamente. A presente ramificação representa subsetores da duração temporal que se refletem entre si. Isto é a duração do enredo é inerente à duração da história, tal como a “duração do tempo de ecrã” é inerente à “duração do enredo”.

Através da referência ao filme North by Northwest Bordwell e Thompson (2008, p. 81) apresentam a "duração da história" da mencionada obra como decorrida ao longo de

"vários anos", uma "duração do enredo" decorrida ao longo de "várias semanas" e a "duração de tempo de ecrã" de cerca de 136 minutos.

Paralelamente Martin (2005, p. 261) desenvolve a distinção temporal da obra perspetivando uma "tripla noção do tempo". Neste caso a divisão do conceito temporal no "tempo da projeção" (a duração do produto), o tempo da ação (a duração diegética da história contada) e o "tempo da perceção" (a impressão de duração intuitivamente sentida pelo espetador), sendo que desta forma o tempo não depende apenas do exposto pelo produto mas da individualidade "arbitrária e subjetiva" de cada espetador.

A imagem em movimento, por seu turno, capta o tempo quer através do movimento quer através da imobilidade. Por seu turno essa imobilidade, ao contrário da fotografia que congela o momento, representada no filme como uma existência "dentro do curso real do tempo". Essa é segundo Tarkovsky (1986, p. 63) a grande virtude do cinema, a captura de algo indissociável e constante da vida humana. A captura tanto do tempo como da realidade material ao qual está inerente e vice-versa.

Assim sendo, a imagem em movimento consiste, segundo Martin (2005, p. 261), na primeira forma disposta pelo homem para controlar o tempo ("sistema de referência tirânico") sendo que este feito recai no objeto que capta a essência do media (imagem em movimento), neste caso, a câmara de filmar.

4.2.2.1.2. O MOVIMENTO

Conjuntamente com o tempo o movimento é uma "poderosa ferramenta" ao dispor da realização. Aliás a imagem em movimento, paralelamente à dança, é a única forma de expressão artística que emprega ambos; o tempo e o movimento (Brown, 2012, p. 10).

A própria base etimológica da palavra anglo-saxónica "movie" provém exatamente do movimento enquanto sua característica edificadora. Nesse âmbito o movimento é segundo Barsam (2010, p. 42) aquilo que "separa o cinema de todas as outras formas pictóricas bidimensionais".

No mesmo sentido Aumont e Marie (2006, p. 201) defendem que o vídeo possui uma base concetual estritamente relacionada com o conceito em questão. O cinema como forma original de representação da imagem em movimento, foi criado exatamente "como meio de reprodução de cenas em movimento". Nesse âmbito e a nível ilustrativo o movimento da imagem consiste no seu principal atributo.

Assim a força do media em questão baseia-se no seu principal atributo constituinte e caracterizador, o movimento, a “capacidade de mobilidade do meio” ou a aparente capacidade de mobilidade do mesmo (Barsam, 2010, p. 42).

A imagem em movimento caracteriza-se pela representação de alterações ao longo do tempo, assim “especializa-se na apresentação de eventos” sendo ela própria (imagem em movimento) um evento em si mesma pois, em detrimento de outras representações, está conexa à concepção do progresso temporal. Logo a “lei estética” estabelece que o filme deve utilizar e interpretar o movimento sendo esta uma ilusão representada no ecrã (Arnheim, 1957, p. 181).

Como tal o movimento das imagens não é real, consiste numa ilusão incitada pelas características sensoriais e cognitivas do espetador manifestadas sobre o fenómeno sensorial denominado “persistência de visão” (“persistence of vision”) (Dixon, Foster, p. 1) ou “persistência retiniana” gracas à qual o “cérebro humano assimila como movimento um conjunto de imagens fixas rápidamente projetadas (Cousins, 2004, p. 22).

De forma concordante Barsam (2010, p. 42) apresenta a persistência de visão como “o processo através do qual o cérebro humano retém uma imagem por uma fração de segundo mais longa do que a perceção ocular”. Logo este fenómeno permite a “ilusão de sucessão” e assim de continuidade no qual uma imagem parece suceder a outra interruptamente.

O processo de representação de movimento está então assente na projeção de imagens estáticas "imagens fixas" separadas entre si por intervalos escuros e a um ritmo regular, tradicionalmente " vinte e quatro ou vinte e cinco imagens por segundo” (Aumont, Marie, 2006, p. 201), deste modo, esse tipo de conjugação de imagens consegue criar uma sensação de movimento fluido (Dixon, Foster, 2008, p. 1).

Por sua vez Barsam (2010, p. 42) defende a percepção do movimento como resultado da conjugação entre dois fenómenos “óticos e percetuais”. Além da referida “persistência de visão” é apontado o “fenómeno phi” estando este conexo à própria ilusão de movimento através da “fusão de cintilação” (“critical flicker fusion”) que ocorre no momento em que uma luz singular cintila intermitentemente a uma velocidade tal que esses impulsos de luz singulares se unem entre si outorgando a ilusão de luz contínua.

Assim a origem do movimento do media em questão está na mente do próprio espetador sendo que advém de fenómenos psicofisiológicos. No entanto Aumont e Marie (2006, p. 201) desmistificam a influência da persistência retiniana na perceção do movimento como consequência puramente fisiológica.

Contrariamente, a noção de movimento é apresentada com base na "colocação em prática de mecanismos físico-químicos que ocorrem no córtex e são desencadeados por células especializadas, que respondem especificamente à mudança de posição" (Aumont e Marie, 2006, p. 201).

É ainda levantado por Bordwell e Thompson (2004, p. 14) um conjunto de pré-condições à existência do fenómeno relativo ao movimento das imagens, entre outras a perceção ótica do movimento com base “numa serie de imagens distintas posicionadas sob uma rápida sucessão”; a “capacidade de projetar” essa tipologia de imagens”.

Paralelamente à presente dicotomia um facto torna-se inegável, neste caso a existência de uma relação entre a imagem e a vida afetiva do espetador. Deste modo a relação entre o espetador e os seus sentimentos vivenciais é de tal forma relevante que o mercado vídeo, ciente desse facto, estratifica os seus produtos conforme os efeitos ou sentimentos sob os quais foram desenhados para provocar”. Assim sendo através impressão do movimento o espetador é igualmente movido” (Carroll, 2008, p. 147).

Torna-se portanto relevante a perceção da forma como o espetador percebe esse movimento. De acordo com (Arnheim, 1957, p. 181, 182) o movimento percebido pela audiência depende de um conjunto de fatores, a saber, “o movimento dos objetos, vivos ou inanimados, que são captados pela câmara”; “o efeito da perspetiva e da distância da câmara face ao objeto”; “o efeito da câmara em movimento”; “a síntese de cenas individuais, conseguidas pela montagem, numa composição de movimento geral”; “a interação de movimentos ligados entre si pela montagem”.

É deste modo percetível a utilidade e a capacidade de utilização da ilusão do movimento não apenas como uma forma de “informar a audiência acerca dos eventos que compõem a história” mas também como uma característica “altamente expressiva” (Arnheim, 1957, p. 182).

Se por um lado a câmara possui a capacidade de movimento, o objeto retratado poderá ter uma capacidade equivalente. Este facto torna a distinção entre o movimento do

objeto e da câmara uma ação visualmente dúbia, assim " é impossível ter certeza se foi a câmara que se deslocou e não o objeto". Suportando a sua concepção em Braningan, Aumont e Marie (2006, p. 202) dividem o movimento segundo a sua função no âmbito da narração da imagem. Como tal os movimentos são divididos sob a nomenclatura "funcional" ou "gratuito". Os movimentos funcionais podem portanto servir a construção do "espaço cenográfico", "seguir ou antecipar um movimento na digénese", "revelar um detalhe significativo" ou "revelar um detalhe significativo de uma personagem.

4.2.2.1.3. A "MISE-EN-SCÈNE"

No âmbito vídeo a nomenclatura "mise-en-scene" provêm da designação percursora e homóloga utilizada no contexto teatral (Villarejo, 2007, p. 28 ; Boggs, Petrie, 2008, p. G-5 ;Abram, Bell, Udris, 2001, p. 104 ; Bordwell, Thompson, 2008, p. 112 ; Barsam, 2010, p. 156). Etimologicamente significa a "posta em cena" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 112 ; Abram, Bell, Udris, 2001, p. 104 ; Sijll, 2005, p. 54) servindo deste modo para descrever o "processo típico teatral de encenação" (Villarejo, 2007, p. 28).

De forma mais alargada pode ainda ilustrar a "encenação de um diretor teatral" e o cuidado do mesmo face à forma como os "componentes visuais são dispostos em palco" (Bogs, Petrie, 2008, p. G-5).

Como tal os "mestres da concepção fílmica" recorreram à apropriação do conceito "mise-en-scene" estendendo-o à realização como forma de descrever "o controlo do realizador perante os elementos figurantes no enquadramento" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 112) e assim dos elementos colocados perante a câmara de modo a serem fotografados" podendo estes consistir no "cenário, adereços, iluminação, trajes, ou o comportamento da figura" (Bordwell, Thompson, 2003, p. 735). Transversalmente (Villarejo, 2007, p. 29) acrescentaria ainda os elementos "maquilhagem" e "penteado".

De forma análoga Abrams, Bell, Udris (2001, p. 104) referem os elementos constituintes da "mise-en-scene como "os cenários, adereços, trajes, performances, luz e cor", no entanto, é simultaneamente conexa à noção da necessidade do arranjo destes elementos através da composição, logo a mesma assume um papel central na extensão da "mise-en-scène".

Perante este facto (Barsam, 2010, p. 152) estratifica o conceito de "mise-en-scène" em dois principais componentes, o "*design* e a composição". O *design* abrange o "processo

a partir do qual o aspeto dos cenários, adereços, iluminação e atores é determinada" por sua vez a composição está indexa à "organização, distribuição, balanço" bem como a definição das "relações dos atores e objetos no âmbito de cada shot".

Assim, paralelamente à concepção teatral, no novo contexto fílmico a designação é transmutada a partir da significação de "posta em cena" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 112), para a "colocação no plano", (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 104) ou "compressão no enquadramento" (Villarejo, 2007, p. 28).

É portanto patente que o termo "mise-en-scène" denota todos os elementos do filme que sobrepõem a arte do teatro" (Fabe, 2004, p. 3 ; Bordwell, Thompson, 2008, p. 112).

No entanto o conceito converge de igual forma com os elementos de cinematografia, sendo que a composição dos elementos é efetuada através da relação de "objetos, pessoas, e massas"; "entre luz e sombra, os padrões da cor, a posição e ângulo bem como o movimento da câmara (Boggs, Petrie, 2008, p. G-5).

Na sua grande generalidade a "mise-en-scène" compreende tanto o visual de um filme como a sensação transmitida pelo mesmo. Por sua vez ambas proveem da " soma de tudo o que a audiência vê, ouve e experiencia ao longo da visualização do mesmo". Assim todos os elementos cénicos constituídos sob a "mise-en-scène" influênciam subtilmente a disposição ou humor do espetador ao longo da sua visualização do filme tal como a "decoração, iluminação, cheiro e som" influênciam a "resposta emocional" no mundo real (Barsam, 2010, p. 156).

Paralelamente uma "parte expressiva da significação produzida pelo media deriva do conteúdo visual" sendo este uma grande extensão da forma como a história é contada. Assim os elementos constituintes do enquadramento, convergidos naturalmente sobre a "mise-en-scène", são "crucialmente importantes" no contexto da obra (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 104), uma vez que constroem o próprio "mundo" da mesma, o seu "sentimento", a "sua atitude face ao detalhe e o "sentido da sua própria realidade" (Villarejo, 2007, p. 28).

Ilustrativamente Bordwell, Thompson (2008, p. 112) referem que a "mise-en-scène" é uma das técnicas sobre as quais a audiência está mais familiarizada. Apesar de os cortes e técnicas de câmara poderem passar despercebidos, são os elementos cénicos,

adereços, (entre outros) que ficam retidos na memória do espetador. Logo a memória retida pelo espetador centra-se no conceito em questão.

Assim consta no equilíbrio entre a concepção do mundo real e o mundo ficcional (a realidade participa nas funções de “mise-en-scène” e na evocação das experiências do espetador em benefício da obra. Paralelamente a “mise-en-scène” traça “o estilo visual,” da obra. Apesar da realidade “participar nas funções da mise-en-scène” (Villarejo, 2007, p. 29), o cenário fílmico não é real. Consiste, por sua vez num “fragmento de realidade criado como cenário para um plano particular” que deve “parecer autentico” e permitir uma boa “fotografia” (Barsam, 2010, p. 165).

Dado o exposto a constituição da “mise-en-scène” pode ser avaliada sob os “*standards* do realismo” que, para além das características do cenário ou adereços, se podem revelar, por exemplo, pela conformidade sobre as ações das personagens face a “pessoas reais” ou com a época retratada na obra, entre outras. Porém enquanto alguns produtos procuram a “criação da impressão realista” outros procuram alcançar “diferentes efeitos”, tais como o “exagero cómico”, “o terror sobrenatural” entre outros (Bordwell, Thompson, 2008, p. 113).

Paralelamente deve ser analisada a relação entre a “mise-en-scène” e o “seu conceito gémeo”, a montagem. Se por um lado a “mise-en-scène” esta relacionado com o “realismo” a montagem é direcionada a uma vertente mais “expressionista” (Monaco, 2000, p. 172).

Neste âmbito Boggs e Petrie (2008, p. G-5) sob o ponto de vista de Bazin, apontam a “mise-en-scène” como um estilo de realização “distinto daquele conhecido como montagem” ou seja, se mise-en-scène “enfatiza” significação ou o conteúdo presente num único enquadramento, a montagem estabelece o significado através da relação entre enquadramentos através da edição (Boggs, Petrie, 2008, p. G-5).

Deste modo existe uma profunda disparidade entre ambas as abordagens, se por um lado a “mise-en-scène” atribui especial atenção ao “assunto em frente à câmara”, a edição consente uma maior liberdade artística uma vez que viabiliza “um maior controlo sob a manipulação do assunto (Monaco, 2000, p. 172).

Esta discrepância entre ambos os conceitos é no entanto observada sobre uma perspetiva teórica, sendo que na realidade "prática" os realizadores conjugam ambas as técnicas na sua criação (Boggs, Petrie, 2008, p. G-5).

4.2.3. PÓS PRODUÇÃO – A EDIÇÃO

O conceito de "edição" provêm do termo francês "*montage*" ou "montagem" utilizado na designação do mesmo processo, deste modo a "edição" ou a "montagem" nomeiam a mesma realidade (Pearlman, 2009, p.156; Corrigan, White, 2012, p.137).

A montagem pode ser vista como uma colagem sucessiva de planos e dos "diferentes efeitos de ligação (quando os há) " com o objetivo de "obter um certo ritmo e a fluidez da narrativa" (Cousins, 2004, p. 494).

Assim apesar de, Aumont e Marie (2006, p. 196) apresentar montagem como a colagem sucessiva de fragmentos sob uma "ordem determinada", o mesmo conceito pode albergar na sua nomenclatura um sentido mais lato comparativamente à concepção de edição.

Portanto, se por um lado edição designa tradicionalmente a "montagem das peças num todo", a montagem pode assumir ambas as vertentes, "técnica e criativa". Neste caso, e sob uma abordagem menos tecnicista, a montagem pode designar não só a "montagem das peças num todo" mas a montagem dessas peças de forma criativa. Neste caso, uma "montagem de imagens e sons em relações capazes de gerar ritmos, ideias e experiências sob a forma de um todo" (Pearlman, 2009, p. 156).

Sobre uma perspetiva análoga é possível perceber a forma como a montagem possui diversos significados no âmbito de uma utilização inerente à edição fílmica (Thompson, Bowen, 2009, p. 162).

Alargando a conceptualização da edição, esta pode ser perspetivada como "a coordenação" entre um plano e o seu sucessor (Bordwell, Thompson, 2008, p. 218), no entanto, de forma contrastante à abordagem mais tecnicista de Carrol (1996, p. 403), Thompson e Bowen (2009, p. 1) defendem que o resultado do esforço deste tipo de junção deve ser uma história ou apresentação visual "coerente e significativa". Deste modo a edição torna-se num "processo de organização, avaliação, seleção e montagem" tanto de imagem como de som" capturadas ao logo da fase de produção.

Segundo Murch (2001, p. 5, 6), desde o momento que pode ser considerado como tal, o ser humano “sempre percecionou a realidade da mesma forma”. Assim desde o momento que um indivíduo abre os olhos, ate ao momento que os fecha à noite, a realidade visual percebida pelo mesmo manifesta-se como “uma corrente contínua de imagens interligadas”. No entanto, “o filme editado”, realidade tecnológica oriunda no início do seculo XX veio simular tal fenómeno.

Apesar de tanto o filme como o vídeo se tratarem dos dois tipos de arte “mais tecnologicamente dependentes do seculo XX” (Dancyger, 2011, p. 391), a edição envolve “mais do que a química ou a mecânica” tratando-se de uma “forma de comunicar” ou “linguagem” que proporciona ao realizador meios de “articulação” da sua mensagem. Estes por sua vez permitem construir uma mensagem visual capaz de traduzir “histórias metáforas e até teorias” (Carrol, 1996, p. 403).

No entanto até ser considerada como uma forma de comunicação (Dancyger, 2011, p. 391), um considerável trilho foi traçado pela edição.

Deste modo “muito antes” da ascensão digital e a sua ramificação sob a forma dos distintos *software*s de edição computacional, os filmes primordiais utilizavam a técnica de emulsão em faixas fílmicas de capacidade limitada (“aproximadamente um minuto de gravação”) como forma de retratar eventos em tempo real (Thompson, Bowen, 2009, p. 2). Logo pode ser aferido que os primeiros filmes produzidos, nomeadamente no final do seculo XIX eram “compostos por uma única carga de câmara” ou seja assumiam uma forma fílmica de “comprimento contínuo” (Lewis, 2014, p. 121).

Esse traço é encontrado naturalmente não só naquele que é considerado o primeiro filme alguma vez exibido, L'Arroseur arrosé (1895) mas em outros filmes pioneiros produzidos pelos irmãos Lumière como L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat (1896), entre outros, todos compostos por um só plano (Cousins, 2004, p.23).

Porém os filmes “rápidamente” evoluíram, passando a retratar “mais do que personagens ou objetos” e movimento no interior de uma imagem simples, passariam por sua vez a consolidar imagens distintas numa sequência mais complexa (Corrigan, White, 2012, p. 136).

Este facto ilustra a passagem de uma tipologia “realista” como a dos irmãos Lumiere ou “documental e não ficcional” de Edisson, baseadas na captura de um “evento isolado”,

face a uma tipologia assente na narrativa. Desta forma esta inovação possibilitou a união de “vários pontos do enredo” ao longo do filme, facto que, consequentemente possibilita a representação de um conjunto de “ações, múltiplos locais ou configurações” (Lewis, 2014, p. 121).

O mesmo será dizer que devido aos avanços tecnológicos, associados ao engenho humano, o filme evoluiu a partir de uma tipologia de representação documental contínua, que pela sua novidade “espantava”, para uma representação de histórias ficcionais mais elaboradas capazes de verdadeiramente entreter (Thompson, Bowen, 2009, p. 2).

Esse facto vai de encontro à perspetiva de Eisenstein (2002, p. 89) e portanto à distinção edificada pelo mesmo entre a “diversão e o entretenimento” referida anteriormente, ou seja, que o filme deve “entreter, não divertir” ou “atrair e não divertir”. A nível ilustrativo o filme na sua concepção original “atraia” a audiência devido ao sobressalto provocado pela novidade (Eisenstein, 2002, p. 89). Por sua vez o público começava a “cansar-se dos filmes de sobressalto” desta forma “era necessário encontrar novos motivos de agrado” (Cousins, 2004, p 36).

Consequentemente essa atração viria a ser substituída por um tipo de motivação mais complexa, os filmes passaram a relacionar-se com o entretenimento (Eisenstein, 2002, p. 89).

Uma abordagem primordial à arte da edição pode ser encontrado no legado de Méliès, o qual utilizava “técnicas básicas de edição” as quais assumiam um formato semelhante ao contemporaneamente reconhecido “stop motion” como forma de criar efeitos, ilusões ou “truques” (Corrigan, White, 2012, p.136). Deste modo, apesar de alguns filmes de Méliès atingirem uma duração de catorze minutos estes continuam a ser considerados “uma serie de planos individuais” acoplados entre si sem qualquer motivação ou “intenção predominante” (Dancyger, 2011, p. 3).

Porém a escola soviética oriunda dos anos vinte, viria condicionar aquilo que se entende por edição sendo prolífera em filmes clássicos no que se refere ao “estilo de montagem”. Numa época moldada pela guerra, na qual os filmes adquiriam um destaque progressivo por parte de líderes de grandes potencias mundiais, nomeadamente Lenine que considerava o filme como a “forma de arte mais importante de todas”, Kuleshov viria a fundar aquela que é considerada a teoria edificadora do “estilo de montagem” (Bordwell e Thompson, 2008, p. 454).

A sua filosofia fundamentava-se numa “ideia simples”, assim que “em qualquer arte deve existir primeiramente uma matéria” sob a qual deve ser posteriormente exercido “o método de composição do material adaptado especialmente à arte em questão”. No caso específico do filme o seu material constituinte consiste em “fracções de filme” sendo o seu método de composição o acoplamento dos mesmos de forma “particular e sob uma ordem criativamente descoberta”. Porém viria a ser o primeiro filme de Eisenstein, Strike (1925) a iniciar o movimento de edição “de forma adequada” (Bordwell e Thompson, 2008, p. 454).

Na obra exposta Eisenstein procurou adaptar ensinamentos de Griffith e a doutrina de Marx numa “experiência singular” face à audiência. Esta teorização revelou-se influente em parte devido à reflexão da mesma sobre a “edição fílmica e o encontro entre as imagens e as ideias” (Dancyger, 2011, p. 16).

Deste modo através de Strike (1925), Eisenstein conceptualiza uma tipologia fílmica que pode ser considerada “arte audiovisual” distanciando-se do “modelo teatral” e tornando-se um media mais próximo aos conceitos de dança ou música (Robertson, 2009, p. 118).

Esta abordagem viria apenas a ser desenvolvida através do seu segundo filme Poternkin (1925) que por sua vez projetou o novo movimento de montagem a nível internacional. No período subsequente Eisenstein, Pudovkin, Vertov, e Alexander “viriam a criar uma serie de filmes clássicos do “estilo de montagem” (Bordwell, Thompson, 2008, p. 454).

Contemporaneamente a emergente tecnologia digital possibilitou uma nova lógica ou abordagem aos processos de edição. Deste modo a tecnologia digital e a consequente edição não linear produzem um impacto benéfico no processo de edição (Dancyger, 2011, p. 409).

Assim a “edição não linear” consiste num sistema que utiliza um *software* bem como documentos áudio e vídeo “armazenados numa hard drive”. Adicionalmente permite “uma edição de acesso aleatório, não linear e não destrutiva” (Schenk, Long, 2012, p. 462).

A nova tipologia de edição é de tal forma relevante que é considerada por Wells (2007, p. 7) a inovação mais “importante” desde a invenção da câmara de filmar. Esta importância é intrínseca à “transformação dos fluxos de trabalho” desde o desenvolvimento das cenas sobre qualquer ordem à introdução de efeitos visuais”.

Paralelamente também Hughes (2012, p. 154) refere a capacidade de edição aleatória conjuntamente à capacidade de "cortar, copiar, colar, apagar ou adicionar material em qualquer parte do documento" se danificar o mesmo.

Dado o exposto, a edição não linear proporcionou um nível de versatilidade tão capaz como a edição em filme. Porém o processo de edição através da utilização de um computador provocou uma migração dos processos tradicionais para os emergentes digitais. Este facto pode ser adicionalmente justificado por se tratar de um processo "mais económico" e mais "rápido". Assim muita da metodologia e terminologia dos antigos processos de edição foi "transposta no mundo dos *software*s de edição vídeo" Wells (2007, p. 7, 8).

4.3. O REALIZADOR ENQUANTO AUTOR

A responsabilidade da construção de uma obra audiovisual, tanto no filme como no vídeo, está intrinsecamente ligada ao papel do realizador, o qual deve acrescentar valor ao mesmo. Contudo a realização não possui um conceito totalmente definido, ou não tão definido como outras áreas da produção (Dancyger, 2006, p. 3).

O conceito de "Realizador" está "intrinsecamente relacionado com a Nova Vaga Francesa ("nouvelle vague") (Corrigan, White, 2012, p. 14). De igual forma, foi a partir desta vaga que nasceu o conceito do "*auteur*" ou "autor" como forma de descrever o realizador no âmbito de uma criação fílmica, (Villarejo, 2007, p. 21; Corrigan, white, 2012, p. 367).

Esta visão do realizador enquanto "autor" está por sua vez ligada ao Criticismo Francês da época (Villarejo, 2007, p. 22; Thompson, Bordwell, 2003, p. 415; Corrigan, White, 2012, p. 410).

A visão criticista propagou-se através de várias publicações dedicadas à sétima arte, nomeadamente Cahiers du Cinéma veículo ideológico da nova vaga francesa a partir do qual acabaria por surgir a "política de autor" ou "la politique des auteurs" (Corrigan, White, 2012, p. 410), que ilustra a noção do realizador como um ser criativo "capaz de expressar a sua visão através do exército criativo ao seu dispor" (Villarejo, 2007, p. 22).

Um dos criticistas com maior crédito na formação da "politica de autores" é segundo Thompson e Bordwell (2003, p. 415) Astruc, em parte devido ao ensaio La Camera-

Stylo elaborado pelo mesmo e através do qual apresenta a câmara como forma ou ferramenta de criação artística do realizador "que escreve com a sua câmara como um escritor escreve com a sua caneta" (Astruc, s.d., p. 3).

Assim a noção de Villarejo (2007, p. 22) sobre a politica de autores (o realizador dispõe de um exercito criativo para expressar a sua visão) converge com a linha de pensamento de Thompson e Bordwell (2003, p. 415), que canalizada através da perspetiva de Astruc (s.d., p. 3), afirma que "o cinema moderno seria um tipo de cinema pessoal, e a tecnologia, equipa e elenco nada mais seriam que instrumentos no processo criativo do artista (realizador) ".

Neste sentido foram encontradas pelos criticistas franceses evidências, nomeadamente sobre os realizadores de Hollywood, de "assinaturas ao longo do corpo do seu trabalho" (Villarejo, 2007, p. 22).

A nível ilustrativo e de forma a destacar a individualização de cada realizador, Astruc (s.d., p. 3), questiona-se retoricamente acerca da integridade de uma obra nas mãos de outro autor, defendendo implicitamente a dissemelhança de versões entre ambas as potenciais criações artísticas. Nesse sentido Astruc (s.d., p. 3) apresenta o exemplo de Faulkner ou Orson Wells elogiando ao longo do seu ensaio Autores Americanos (Neupert, 2007, p.46).

Certos criticistas viriam ainda, segundo Thompson e Bordwell (2003, p. 450), a distinguir estilos diferentes de realizador nomeadamente aqueles com uma abordagem à construção cinematográfica mais ligada à "mise-en-scène" ("Ophiils e Renoir"), e a uma abordagem concecional ligada à montagem ("Hitchcock e Eisenstein").

Assim a "política de autor" ou "la poulitique des auteurs" assenta no processo de" destacamento e louvor" de determinados realizadores de cujos estilos tornaram as suas obras imediatamente reconhecíveis. Surge uma verdadeira teoria de autor ou "Auteur theory" que retrata esse conceito, o "filme como suporte cunho criativo do realizador" (Corrigan, White, 2012, p. 410).

A nível convergente Butler (2005, p. 34) defende o legado da teoria de autor ("Auteur theory") nomeadamente face à quebra da concepção de criação do produto como um projeto "cooperativo ou industrial" em detrimento de uma concepção de criação baseada

numa entidade particular. Neste caso o realizador é apresentado como autor ou criador "definitivo".

À semelhança de Villarejo (2007, p. 22) e Thompson e Bordwell, (2003, p. 415) que estabelecem o realizador como figura principal de uma produção, Tarkovsky (1986, p.18) assume uma postura face a esse autor, definindo-o como "filtro de todo o processo" de construção de uma obra.

Á semelhança da herança concecional de Astruc (s.d., p. 3), Tarkovski (1986, p. 60) apresenta a individualidade do realizador enquanto autor afirmando este "começa a ser um artista no momento em que o seu sistema único de imagens começa a tomar forma na sua mente".

Assim a visão única e pessoal do realizador sobre o mundo exterior, construída e materializada sobre o produto final estabelece a relação entre o íntimo artístico (do realizador) e o espetador que é convidado a "interagir, julgar e partilhar" os seus "sonhos mais preciosos e secretos". Desta forma e segundo Tarkovsky (1986, p. 31) apenas quando a visão pessoal do realizador se manifesta este "emerge como artista e o cinema como arte".

Apesar de Tarkovsky (1986, p. 60) defender a individualidade do ponto de vista e abordagem à arte afirmando que nada se alcança na arte a não ser que o autor se "liberte de ideias recebidas", Cousins (2004, p. 9) defende que "sejam quais forem os seus sonhos e as suas ideias, os realizadores raramente o fazem isoladamente" sendo que cada um observa, integra, ou "apende a ligar o seu trabalho ao que já foi feito anteriormente".

Nesse âmbito surge o caso de Hitchcock, que foi influenciado tendo aprendido o ofício de realizar com Eisenstein nomeadamente no que se refere às técnicas de montagem ou "dispositivos artificiais (exteriores à mise-en-scène) como forma de disseminar a perspetiva ideológica do realizador" técnicas capazes de manipular as emoções do espetador (Singer, 2004, p. 20). Como tal o realizador pode ser definido como um "colecionador" (Tarkovski, 1986, p. 60).

Presentemente e fruindo do legado da "nouvelle vague" francesa o realizador recebe muito do crédito do sucesso das produções fílmicas (Dancyger, 2006, p. 3) (Schenk, Long, 2012, p. 202). É visto hoje como a "raiz da grandeza do filme" (Cousins, 2004, p.

9), o “pináculo da hierarquia do filme”, uma “superstar” (Dancyger, 2006, p. 6, 8), pilar de todo o processo artístico e de gestão de um projeto vídeo (Rabiger, 2008, p. 4), (Proferes, 2008, p. 132) ou mesmo “Deus no set”, o “Ser supremo” (Scheer, 2002, p. 92).

Contemporaneamente e em termos legais, ou seja, no contexto legal Português, o realizador é de igual forma considerado como um dos principais autores da obra cinematográfica ou videográfica. No Decreto-lei n.º 16/2008, de 1 de Abril (Artigo 22) (Portugal, 2008), são “coautores” da obra cinematográfica "a) o realizador; b) o autor do argumento, dos diálogos, se for pessoa diferente, e o da banda musical”. Da mesma forma no Decreto-lei 16/2008 (artigo 24) (Portugal, 2008) são considerados autores da obra fonográfica ou videográfica “os autores do texto ou da música fixada e ainda, no segundo caso, o realizador”.

Este estabelecimento ilustra o debate iniciado segundo Thompson e Bordwell (2003, p. 415) em “meados dos anos 40” sobre qual a verdadeira força autoral do filme, nomeadamente entre as funções de “realizador e argumentista”.

No entanto o Decreto-lei n.º 16/2008, de 1 de Abril (artigo 130) (Portugal, 2008) estabelece ainda o poder de tomada de decisão do realizador, em conjunto com o produtor, sobre a conclusão da obra cinematográfica; “considera-se pronta a obra cinematográfica após o realizador e o produtor estabelecerem, por acordo, a sua versão definitiva” (Decreto-lei n.º 16/2008, de 1 de Abril (artigo 130) (Portugal, 2008).

Por sua vez vários autores procuram, conceptualizar a arte de realizar. Deste modo Truffaut (1975, p. 271) canalizado a sua visão através da perspetiva Felliniana, apresenta o realizador como uma pessoa constantemente importunada pelas mais diversas pessoas um profissional ao qual é exigida precisão, rigor, ordem e certezas apesar de estar internamente repleto de ideias, sentimentos e desejos em conflito.

Por sua vez Forman, *apud* Proferes (2008, p. 132) defende que o realizador deve ocupar duas cadeiras em simultâneo, por um lado a cadeira artística e criativa, por outro a cadeira da gestão e logística do projeto, assim torna-se percetível que o trabalho do realizador começa meses antes da filmagem.

A definição da tarefa do realizador pode então tornar-se variável sendo que habitualmente este pode integrar conjuntamente as funções quer de produtor, quer de

argumentista (Marner, 2007, p. 11). Nesse sentido Emery (2003, p. 6) apresenta o realizador como um elemento intrincado “parte escritor, parte produtor, parte técnico, “figura paternal” e líder do todo o grupo”.

Assim a tarefa de realizar pode ser, segundo Rabiger (2008, p. 4), considerada uma das tarefas mais exigentes tanto a nível físico como mental sendo que ao longo das diferentes fases do processo é geralmente forçado a combater problemas como a insegurança, a pressão enquanto sobre ele recai a responsabilidade da globalidade de todo o projeto sendo responsável pelo carácter do mesmo.

Este nível de responsabilidade traduz-se no poder de tomada de decisão que detém sobre as diferentes fases da elaboração da obra, desde a sua concepção inicial (através da escrita do guião) até á fase final (através da supervisão da edição).Para combater os desafios inerentes a este tipo de processo o realizador deve reunir um conjunto de atributos que lhe permitam colmatar ou minimizar eventuais problemas (Rabiger, 2008, p. 4).

Nesse sentido o realizador deve ser metódico e organizado. Deve possuir uma mente ativa e flexível face aos problemas e assertiva face as suas decisões devendo-as tomar de forma rápida e eficaz. Deve ser persistente e ter a capacidade de articular perfeitamente uma narrativa através do vídeo. Na sua essência o realizador é um líder que deve perceber e revelar o melhor de cada profissional envolvido no processo de produção do vídeo (Rabiger, 2008, p. 4).

Assim pode-se perceber que o realizador direta ou indiretamente está envolvido em todos os processos de produção do vídeo sendo que para além destes deve ainda ocupar ou tentar personificar o “papel” de espetador. Para tal o realizador deve interpretar e compreender, o espaço, o tempo e o significado, tal como os espectadores o têm de fazer (Miller, Stam, 2004, p. 3).

Desta forma e sendo o realizador o pilar de todo o processo artístico e de gestão de um projeto vídeo (Rabiger, 2008, p. 4; Proferes, 2008, p. 132; Tarkovsky, 1986, p. 18; Villarejo, 2007, p. 22; Thompson, Bordwell, 2003, p. 415) a conceptualização da narrativa é parte integrante da tarefa desse mesmo profissional, uma vez que o realizador é um “storyteller” por excelência que usa a câmara como forma de comunicação ou expressão (Proferes 2008, p. 36; Tomaric, 2008, p. 225).

4.3.1. O REALIZADOR INSERIDO NA CRIAÇÃO NARRATIVA

4.3.1.1. O GUIÃO

O início de qualquer produção em questão consiste na sua "preparação e planeamento". Nesta fase o realizador desenvolve a ideia, ou alternativamente "obtém um guião que deseje produzir" (Barsam, 2010, p. 467, 468).

Existem "diversas formas de definir um guião". Uma das mais "simples e direta" define o mesmo como "a forma escrita de qualquer projeto audiovisual (Comparato, 1992, p. 16).

Porém e de forma mais abrangente o guião pode por sua vez ser definido como um "manual escrito" da totalidade inerente à conjuntura áudio ou "instruções visuais" de um produto, seja ele "filme, áudio, vídeo, ou produção multimédia (Kindem, Musburger, 2005, p. 298). Assim, o guião pode ser considerado um género de plano ou diagrama ("blueprint") da história uma vez que contem informações basilares como o "diálogo, movimento de personagens" ou "descrição das cenas".

Uma perspetiva alternativa apresenta ainda o guião como "uma história contada em imagens" sendo que trabalha com "imagens visuais" ou "detalhes externos" (Field, 1995, p. 19). Sobre uma analogia ilustrativa Schenk e Long (2012, p. 13) defendem que tentar efetuar uma "transposição fiel entre o texto escrito e a imagem em movimento" é tão difícil como "tentar falar sobre música". Consiste portanto num tipo especial de escrita que exige "uma grande dose de estudo e prática" (Schenk, Long, 2012, p. 13), um "ofício" que exige tempo para aprender requerendo uma "tremenda quantidade de disciplina" e entendimento acerca da "estrutura da história, psicologia, dinâmica humana e ritmo (Barsam, 2010, p. 3).

Existem como tal três "aspetos fundamentais", o "Logos" respetivo à "organização verbal" ou "estrutura geral da história"; o "Pathos", ou o elemento dramático da história humana, "a vida, a ação, o conflito quotidiano" gerador de acontecimentos responsáveis pelo drama e transformações da personagem; e o "Ethos" ou a "razão pela qual se escreve (Comparato, 1992, p. 17).

Os guiões podem no entanto ser originados sob um "variado número de fontes" abrangendo uma realidade compreendida desde os "guiões originais, às adaptações"

ou “simples ideias acerca de histórias” que o produtor deseja ver desenvolvidas (Mamer, 2009, p. 45).

Em qualquer dos casos mencionados, um guião bem escrito é intrínseco a uma boa produção (Barsam, 2010, p. 3) sendo que nenhum aspeto da mesma consegue “salvar um texto pobremente desenvolvido (Schenk, Long, 2012, p. 13). Deste modo a importância orçamental, a qualidade dos atores, a qualidade dos efeitos especiais ou o “dinamismo dos efeitos visuais” são anulados a não ser que a história seja “fluida, cativante e credível”. Através da presente perspetiva Barsam (2010, p. 3) defende então o guião como o “aspeto mais importante” da elaboração da obra ou a “fundação” da mesma.

Assim sendo, e segundo Kindem e Musburger (2005, p. 45), é o guião que orienta o realizador bem como “outros elementos chave da equipa criativa” face à história ou tópico em desenvolvimento, conferindo um “esboço ou contorno do projeto” atribuindo-lhe um uma forma concreta. O mesmo será dizer que o guionista, realizador ou não, deve perceber toda a envolvente intrínseca ao processo de produção.

Como tal, o realizador tanto pode operar sobre um “guião escrito por outrem” como através de um guião escrito pelo próprio (Tomaric, 2008, p. 226).

A distinção entre ambas as vertentes é notavelmente estabelecida no cinema francês que instituía a necessidade de um guionista face a um estilo de realização mais antiquado (“old-school”) ou tecnicista (Kast *apud* Hillier, 1985, p. 38, 39). Nesse sentido Bazin (*apud* Hillier, 1985, p. 38, 39) conjeturava uma evolução em direção ao conceito de um “realizador-autor” (“director-auteur”) que trabalhasse de forma conjunta com o “guionista ou guionistas” no cenário.

Sobre uma ótica contemporânea Barsam (2010, p. 116) defende que um realizador ao adotar a tarefa de guionista assume simultaneamente o estatuto “genuíno de autor”, elevando a probabilidade da conversão do guião sobre uma “visão consistente”. A nível ilustrativo são destacados, entre outros, realizadores como “François Truffaut, Werner Herzog, Chantal Akerman, Joel and Ethan Coen, Woody Allen, Akira Kurosawa, John Ford e Satyajit Ray”.

No entanto, sendo ou não o autor do texto, torna-se essencial para o realizador uma "familiarização profunda para com a história" antes de iniciar a fase de pré-produção (Tomaric. 2008, p. 226).

Deste modo "não é necessariamente prestativo um realizador saber escrever" porém é "vitalmente importante ao realizador saber como ler (Proferes, 2008, p. 69).

Logo, se é atribuído ao realizador um guião este deve ler o mesmo as "vezes suficientes" até conseguir um "entendimento total" do arco de história bem como da forma sobre a qual cada cena individual se insere no todo dessa mesma história (Tomaric. 2008, p. 226)

À partida, e sobre uma leitura inicial, mesmo um realizador experiente "pouco mais vê num guião" do que aquilo que um leitor inteligente veria. Da mesma forma que qualquer outro leitor, o realizador ir-se-ia "entreter, rir, chorar, estremecer ou emocionar". Estas emoções possuem por sua vez um valor intrínseco podendo assumir um caráter "importante". No entanto estas não são suficientes para servir como guias face ao "problema da realização" que consiste, como observado anteriormente, na transposição das palavras do guião em linguagem vídeo na qual "homens, mulheres de carne e osso se movimentam em três dimensões entre objetos reais" substituindo e materializando a descrição assente em papel (Proferes, 2008, p. 69).

Por seu turno Dancyger (2006, p.331, 332) apresenta um conjunto de questões "cruciais" que devem emergir da primeira leitura do guião, a saber; "qual o género ou forma da história, "qual a personagem principal e o seu objetivo", "qual é o arco da personagem" ou como é que o experienciado na história afeta ou muda essa mesma personagem.

Logo, independentemente ao projeto em desenvolvimento, seja ele um" filme, um programa televisivo, um documentário ou um vídeo corporativo" é necessário um entendimento dos conceitos básicos da narrativa ("storytelling") e guionismo (Schenk , Long, 2012, p.13).

É nesse âmbito demonstrada a "importância" que a perceção do propósito da produção exerce antes do início de qualquer projeto. Sob essa perspetiva Tomaric (2008, p. 4) refere três abordagens primárias referentes a qualquer produção. Deste modo o produto

em questão pode ser desenvolvido com o intuito de gerar capital ou “fazer dinheiro”, criar uma “experiência educacional”, ou “criar arte”.

Deve-se portanto decidir “aquilo que a história é”. Assim e mesmo no caso do “marketing ou peças publicitárias” estas devem possuir histórias “claras e bem definidas” mesmo no caso da história mais simplista (Schenk, Long, 2012, p.14).

Logo, no momento da escrita de qualquer tipo de “projeto industrial” surgem as mesmas questões e preocupações” inerentes à criação de uma curta ficcional. Ou seja, continua a existir uma história a contar sendo que a mesma continua a carecer de uma estrutura. Por sua vez essa história necessita uma representação visual (Schenk, Long, 2012, p. 25).

Deste modo, e no caso específico comercial, o formato é condicionado à publicitação de um produto ou serviço incorporando, para isso, uma “vasta gama de estilos, técnicas, animação, narrativa, e técnicas de venda” (Tomaric. 2008, p. 9).

No entanto segundo Snezhin (2012, p. 9) o tipo de linguagem comercial assume um carácter “quebrado” à semelhança dos artigos jornalísticos não contendo os mesmos “componentes estéticos encontrados nos estilos literários e artísticos”.

De forma convergente a Dancyger (2006, p. 331, 332), também Tomaric (2008, p. 207) avança um conjunto de questões para as quais o realizador, após a desfragmentação do guião, deve conseguir atribuir uma resposta. Assim, “qual o objetivo da cena”, “qual a motivação da personagem”, “como é que a iluminação e a cinematografia podem servir o tema” e “qual a divisória entre o subtexto e a linha de diálogo” ou seja quais as verdadeiras intenções por trás de cada palavra.

Após a segunda leitura um novo conjunto de questões deve ser respondido, assim; “qual a premissa da história”, “a consistência da premissa face à personagem principal e seu objetivo”, a “credibilidade, significado e satisfação emocional” referente à transformação da personagem principal; “qual o enredo” e “como esse enredo é usado” e a forma como as personagens secundárias “se enquadram na premissa” (Dancyger, 2006, p. 331, 332).

Assim após a ligação ou “mapeamento” dos distintos pontos do enredo, deve ser efetuado um discernimento do “sentido e o subtexto mais profundo” e do “assunto” ou

“tema” (“theme”) do guião de forma a perceber como “cada cena e cada momento suporta e se desenvolve” em torno do assunto em questão (Tomaric, 2008, p. 226).

Este é o ponto de desenvolvimento expectável a partir da terceira leitura, a “exploração das dimensões do guião”, que podem ser “existenciais”, “psicológicas”, “sociológicas” ou “políticas” e que podem por sua vez convergir sobre a forma de uma “ideia autoral de realizador” (Dancyger, 2006, p. 335).

É usualmente considerado um bom guião aquele em cuja dimensão da história for bem desenvolvida, isto é, a “grande maioria dos bons guiões possuem várias *layers* de significado” partindo do realizador a identificação dos mesmos (Tomaric. 2008, p. 226).

Desta forma e após a leitura refletida do guião, o realizador poderá focar a sua abordagem em diferentes trilhos, entre eles o “arco de personagem” sobre a qual as transformações da personagem principal são o “veículo” da história; o “arco dramático” no qual o “enredo é o agente impulsionador”; na “ideia subtextual” como elemento proeminente da narrativa, sobrepondo-se ao “arco dramático” e “de personagem”; na “Voz” que reflete a visão do realizador sobre assuntos específicos que dominam toda a estrutura narrativa, como por exemplo a “guerra” ou os “valores familiares”; ou por ultimo os “valores mais profundos sobre a vida” sentidos pelo realizador que se revelam na sua aproximação à narrativa. A nível ilustrativo o “humanismo” de Jean Renoir, a visão de “solidão existencial” de Roman Polanski ou a “estética Marxista” de Sergei Eisenstein (Dancyger, 2006, p. 336).

Após toda a fase de leitura e respetivas considerações, a seguinte etapa a ser desenvolvida pelo realizador encontra-se inerente à “determinação da cobertura”, ou seja, a estratificação de cada cena e o estabelecimento de uma visão, tanto sobre a colocação e movimentação dos atores, como sobre os “ângulos e posições de câmara”. Este conjunto de considerações, mais ou menos detalhadas, na fase imediatamente posterior à leitura definitiva do guião, poderá auxiliar no estabelecimento de um conjunto de “setups” (localizações de câmara) ou movimentos da câmara entre diferentes locais ao longo do processo de filmagem. Esta ação torna-se particularmente útil no agendamento de um calendário de gravação (Tomaric. 2008, p. 227).

Desta forma e sendo o guião original “relativamente primário” depende do realizador a expansão do mesmo através da determinação de todo os elementos em função da “câmara e do movimento”. Completa essa determinação o realizador cria uma versão

detalhada do guião designada segundo Mamer (2009, p. 61) como um "guião de gravação" e que consiste numa "versão anotada" do guião original, uma "versão formal das intenções iniciais do realizador".

O "guião de gravação" expande desta forma o conceito do guião "acrescentando toda a informação necessária à transformação do guião em imagens e sons". Logo, "cada plano, cada posicionamento de câmara e cada movimento" é normalmente planeado préviamente sobre a forma de um *storyboard* (Villarejo, 2007, p. 87).

4.3.1.2. O STORYBOARD

Se um "guião" ("script") abrange um "plano verbal da história", o *storyboard* consiste num "plano para a visualização" da mesma (Glebas, 2009, p. 47). Consiste, desta forma, numa "pré-produção primária" ou um "ferramenta de pré-visualização" desenhada com o intuito de fornecer "plano a plano, enquadramento a enquadramento" uma serie de desenhos sequenciais adaptados do guião (Hart, 2008, p. 1).

O *storyboard* pode ser portanto descrito como uma "visão ilustrada", um género de "banda desenhada" da forma como o produtor ou realizador "visiona o aspeto da versão final editada" (Simon, 2007, p. 3) conferindo um conjunto de desenhos conceptuais que "iluminam e enriquecem" a narrativa do guião "permitindo a toda equipa de produção" um tipo de organização correspondente às necessidades de cada plano (Hart, 2008, p. 1).

Nesse sentido também Rabiger (2008, p. 540) refere o *storyboard* como uma "serie de imagens chave" desenhadas de forma a sugerir o visual do plano, ou, por sua vez, o aspeto que uma serie planos irá assumir.

Por sua vez essa "visão ilustrada" tanto pode assumir um caráter "formal" como um caráter "informal". A sua formalidade pode traduzir-se na elaboração de "desenhos elaborados" indicativos de "enquadramentos ou movimentos precisos. Alternativamente o caráter informal consiste numa abordagem "excessivamente simples", com figuras simplistas e "desenhos crus" que apresentam um "posicionamento geral". No entanto, e apesar das diferenças, o propósito de cada uma das abordagens ao *storyboard* é o mesmo consistindo "na comunicação de uma estratégia de gravação" aos elementos envolvidos na mesma (Mamer, 2009, p.61).

Como tal essa abordagem representacional da narrativa sobre a forma de “desenhos ilustrativos” de cada plano individual são resultantes de uma “longa jornada de investigação” e podem naturalmente ”ajudar a comunicar a visão do realizador aos outros” (Proferes, 2008, p. 45).

Para tal o *storyboard* ”, de forma similar ao guião, deve “tornar claras” ou responder a um conjunto de questões fundadoras. A saber, “qual o conteúdo da história”; “quem são as personagens e qual a sua motivação”; “o que as personagens dizem” no caso do diálogo ser indicado; “quais as personagens em primeiro plano” e nos planos anteriores; a existência ou não de “conflito” entre as personagens; “onde o conflito tem lugar” (Hart, 2008, p. 27).

Deste modo e envolvendo a representação visual de todas as questões evidenciadas, a presente representação da história (em storyboard) pode mesmo ser descrita como o “calor, o coração, a mente e a alma” de uma produção (Glebas, 2009, p. 47).

Partilhando essa concepção, Hitchcock, conjuntamente com outros realizadores, defendia a transposição de todo o produto sobre a forma de *storyboard* antes de se proceder à “captação de uma única frame” (Mamer, 2009, p. 61) sendo que este deveria determinar tudo o resto (Singer, 2004, p. 129).

A nível ilustrativo e sobre uma perspetiva clássica, Hitchcock considerava a fase de filmagem “confusa” ou “desleixada” (Mamer, 2009, p. 61) defendendo, alegadamente, que um filme se encontrava 95% concluído no momento da conclusão do seu *storyboard*, carecendo apenas da posterior fase de execução (Glebas, 2009, p. 44).

Contemporaneamente os *storyboards* são usados como forma de “auxiliar” o desenvolvimento do guião, destacar uma ideia” ou “visualizar” a versão definitiva do guião (Simon, 2007, p. 4). Como tal são utilizados como ferramentas de “pré-visualização” ou “pré produção” (Hart, 2008, p. 1).

Uma das vantagens intrínsecas à construção de um *storyboard* competente consiste na capacidade de prever, de forma estimada, os custos relativos à produção, possibilitando o desenvolvimento de um “orçamento realista”. Logo, após a concepção da referida representação visual, o realizador deve discutir com o diretor de fotografia os “conceitos visuais apropriados” estabelecidos no *storyboard*, decidindo as câmaras a alugar, as lentes necessárias, o tipo de armazenamento do vídeo bem como o *design* de

iluminação" que melhor represente a atmosfera ou aparência desejadas (Hart, 2008, p. 27, 28).

Surge desta forma a máxima "uma imagem vale mais do que mil palavras", no âmbito da indústria fílmica a "imagem vale mais do que mil dólares" (Simon, 2007, p. 5).

No caso específico dos efeitos visuais e especiais (SFX/VFX) e dada a sua crescente importância na construção da obra audiovisual contemporânea o *storyboard* assume um caráter essencial. Através do mesmo não só o produtor consegue prever aproximadamente o orçamento, como o realizador consegue estabelecer o enquadramento de cada sequência. Adicionalmente permite ainda ao realizador a atribuição da "motivação necessária aos atores" de forma conjunta com os ângulos de câmara e a ação de iluminação de forma a ser criado o efeito necessário em cada cena (Hart, 2008, p. 33).

Como tal, de modo a ser conseguida a melhor representação possível da visão do realizador sobre a forma de um *storyboard,* o mesmo, independentemente do método de trabalho, deve conferir ao artista todo um conjunto de informação pertinente sobre o plano. Uma tipologia de informação detalhada permite ao "desenhador" transpor a visão para o papel. Assim, uma boa comunicação mútua trata uma condição essencial na presente relação profissional (Simon, 2007, p. 106, 107).

Deste modo qualquer produtor e realizador ambiciona um departamento criativo que opere como uma "máquina criativa bem oleada" e na qual cada membro da equipa se "esforça para satisfazer a narrativa e as exigências visuais do guião" (Hart, 2008, p. 35).

4.3.2. O REALIZADOR E A CINEMATOGRAFIA – A CÂMARA ENQUANTO ELEMENTO CRIADOR

Se no momento em que se assume como o "processo de tomada de ideias, palavras, ações, o subtexto emocional, tom, e todas as outras formas de comunicação não-verbal" sobre a forma fílmica (Brown, 2012, p. 2) a cinematografia transcende o mero ato de fotografar.

Desta forma parte do realizador a deliberação do tipo de imagem a ser utilizada com o intuito de traduzir todas as citadas variáveis, isto é, parte do mesmo a escolha das imagens que ilustram o "guião" de forma a contar a história. Neste caso o realizador

transpõe o guião escrito materializando-o em imagens de acordo com os seus desígnios (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Se a cinematografia pode ser portanto considerada como "qualquer coisa relacionada com a câmara" (Villarejo, 2007, p. 36), o “plano”, ou “*shot*” pode ser por sua vez entendido como a totalidade do “captado por uma única operação de câmara”, podendo ser definido em termos de “distância”, “anatomia humana”, “conteúdo” ou “estabelecimento de área” (Dick, 1997, p. 36, 37).

Porém Aumont e Marie (2003, p. 230) subdividem o presente conceito de plano em três definições distintas. A primeira delas referentes à própria origem etimológica da nomenclatura, assim, uma alusão à superfície plana onde o material fílmico seria projetado dando origem à palavra plano, ou " plano da imagem". Neste âmbito a distinção entre os vários planos é efetuada com base na aparência de cada imagem apresentada. Deste modo a distinção entre um primeiro plano e o segundo plano é então efetuada através da perceção relativa do afastamento aparente.

A segunda forma de abordar o plano defendida por Aumont e Marie (2003, p. 230) assenta numa lógica de enquadramento. Logo, pode designar a escala dos planos bem como a extensão concetual do "plano fixo" no qual o "enquadramento permanece fixo em relação à cena filmada" (representa o contrario do movimento de câmara).

Por sua vez e de forma convergente ao perspetivado por Dick (1997, p. 36, 37) ou Stadler e McWilliam (2009, p. 34) que definem o plano como uma “uma gravação contínua de qualquer comprimento”, Aumont e Marie (2003, p. 230, 231) defendem que o plano pode assumir uma terceira significação, podendo ser utilizado para descrever a continuidade, ou uma "imagem fílmica unitária, tal como percebida na sua reprodução". Como tal o plano é descrito como o “fragmento” resultante de um momento específico da filmagem no produto final e assim no fim de todo o processo.

Dado o exposto o plano é usualmente utilizado na descrição de um fragmento da obra “produzido por uma operação de câmara única e contínua” (Boggs e Petrie, 2008, p. g-7). À vista desse facto traduz-se como uma parte da ação captada sem interrupção, com uma duração compreendida entre a “voz de “acção!” e o “corta!” estabelecidos pelo realizador (Cousins, 2004, p 494; Stadler, McWilliam, 2009, p. 33).

De forma idêntica já Eisenstein (2002, p. 15) destacava “dois aspetos” dos “fragmentos teóricos das especificidades” da imagem em movimento. Em primeiro lugar (“primo”) os “foto fragmentos da natureza” que são gravados, e, em segundo (“secundo”) a combinação desses mesmos fragmentos sobre “vários modos”. Ambos os aspetos são materializados nas conceções de “plano” e “montagem” respetivamente”.

Por sua vez, Rabiger (2008, p. 45) defende que o plano não deve ser olhado sobre uma ótica “mecânica”. Assim, o enquadramento como uma “imagem”, possui um tipo de significado particular para quem o toma. No entanto esse significado não se encontra meramente relacionado ao assunto captado dando azo a uma potêncial especulação por parte do espetador face ao contemplado.

Como tal a fotografia fixa eventos reais e elementos da realidade, por sua vez essas reproduções ou reflexos, bem como a combinação dos mesmos entre si, permitem um certo “grau de distorção” sobre a realidade captada. Nesse âmbito “os resultados variam desde a realidade exata”, a “alterações tonais”, “composições imprevista pela natureza e até o “formalismo abstrato” (Eisenstein, 2002, p. 15).

A referida variação encontra-se consequentemente intrínseca à correspondente mudança que pode ser estabelecida através dos próprios planos. Logo, através da relação entre a “câmara e distância do assunto, ângulo de câmara, movimento da câmara (ou lente) e duração do plano”, elementos constituintes da descrição dos planos (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Paralelamente Stadler e McWilliam (2009, p. 34) associam a variação característica do plano à posição da câmara, que sendo um “aspeto fundamental da cinematografia”, afeta a “proximidade de câmara à ação” determinando simultaneamente o ângulo, nível e o ponto de vista através do qual o plano é percebido e enquadrado.

Como tal e segundo Kindem e Musburger (2005, p. 75) a habilidade do realizador para "selecionar e controlar imagens visuais principia num entendimento dos tipos de plano específicos, as suas variantes, e uma noção clara de efeito da combinação dos mesmos.

4.3.2.1. A DISTÂNCIA DE CÂMARA/ ESCALA DE IMAGEM

O plano pode naturalmente ser definido através da distância de câmara (Dick, 1998, p. 36). Esta noção retrata a forma como o plano bem como o seu inerente enquadramento depende necessariamente da distância relativa entre o objeto ou objetos e a câmara

(Villarejo, 2007, p. 38; Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 143). De forma equivalente Corrigan e White (2012, p. 109) destacam a distância de câmara ou "distância da câmara em relação ao seu assunto" como um aspeto “significativo” da composição do enquadramento.

Por sua vez Stadler e McWilliam (2009, p. 35) definindo a distância de câmara através de uma numenclatura alternativa (“tamanho ou escala de plano”) exalta o nomeado aspeto como sendo o mais crucial na extensão do enquadramento e composição. Este facto é contiguo à concepção de distância da câmara em relação ao assunto (como elemento determinante da escala da imagem exibida) que infere, por sua vez, um efeito de proximidade das personagens face ao espetador.

A escolha da distância poderá assim "determinar a escala do plano", "assinalar o ponto de vista" e irradiar elementos que permitam um entendimento do espetador face ao apresentado (Corrigan; White, 2012, p. 109).

O mesmo será dizer que esta distância manifesta algo superior ao simples enquadramento técnico. Possui a capacidade de estabelecer a ligação entre a audiência e as personagens retratadas, isto é "pode determinar quão emocionalmente envolvida a audiência se torna face às personagens" (Pramaggiore e Wallis, 2008, p. 143).

A distância da câmara pode ser portanto alternada pelo realizador não apenas para efeitos narrativos mas também “para criar padrões, desenvolver motivos, suportar o tema”, ou canalizar “ideias abstratas”. Porém qualquer tipo de nomenclatura inerente à distância do enquadramento é relativa, não existindo uma fronteira clara entre diferentes tipos de planos (Corrigan, White, 2012, p. 111).

Dado o exposto, uma referência regularmente utilizada na definição da categoria de “distância” consiste na própria figura humana como elemento de referência dentro do enquadramento; porém este não se trata de “um elemento universal” na referência da imagem (Corrigan, White, 2012, p. 111).

Logo, enquanto existe um número “infinito de variações do plano em escala”, as “convenções” da indústria em questão tendem a utilizar o tamanho do corpo humano no ecrã como “guia para categorização do tamanho do plano” (Stadler, McWilliam, 2009, p. 35).

Deste modo a referencia base do mundo fílmico face à distância consiste no próprio ser humano, o mesmo será dizer que "evoluiu numa taxonomia antropocêntrica para a descrição de distância" mesmo que nenhum ator ou personagem figure no enquadramento (Villarejo, 2007, p. 38).

São consequentemente avançados um conjunto de termos nucleares inerentes à nomenclatura da referida distância de câmara. Sob uma ordem decrescente de distância surge em primeiro lugar o “plano longo extremo” no qual a figura humana é "escassamente visível" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 191) ou "quase impossível distinguir” (Villarejo, 2007, p. 38) uma vez que a sua escala é diminuta “em relação ao seu meio envolvente”.

Assim, o “plano longo extremo” (“Extreme Long Shot”, “XLS” ou “ELS”) cria uma distância alargada entre a câmara e “a pessoa ou objeto” diminuindo ilusoriamente os mesmos numa imensidão estabelecida pelo fundo, isto é “o grande espaço da imagem diminui pequenos objetos ou figuras humanas” no seio de “vistas distantes, cidades ou paisagens”. Logo “comprime um grande campo de visão” apresentando uma vasta porção do ambiente dentro do espaço fílmico” (Thompson, Bowen, 2009, p. 12) atribuindo um maior enfase sobre o mesmo em detrimento á “expressão ou movimento da figura” (Stadler, McWilliam, 2009, p. 35).

Tradicionalmente utilizado na “gravação exterior” (Thompson, Bowen, 2009, p. 12), o referido caráter da imagem demonstra uma patente utilidade face à filmagem de paisagens ou vistas aéreas (“Bird's eye views") (Bordwell, Thompson, 2008, p.191).

Paralelamente Pramaggiore e Wallis (2008, p. 143) apontam que o “plano longo extremo” pode desempenhar uma função de distanciamento entre o espetador e a história, encorajando os espetadores ao afastamento face à história ou personagens” ou envolvimento emocional. Assim este posicionamento de câmara contribui para o efeito de arredamento entre o retratado e o espetador. Paralelamente pode produzir o sentimento de insignificância através do enfase atribuído ao espaço circundante em relação às personagens.

Como tal, a utilização deste tipo de plano pode ser proveitosa ao longo da construção do produto pois permite não só retratar visualmente “ações distantes ou objetos”, como estabelecer um determinado contexto a eventos, ou introduzir / concluir a ação ou cena (Corrigan, White, 2012, p.110).

Apesar de ser associado ao “plano longo extremo” ou “plano longo”, o “plano de estabelecimento” pode assumir uma nomenclatura própria (Thompson, Bowen, 2009, p. 12).

Deste modo o "Plano de estabelecimento" ("establishing shot") pode ser conseguido através do posicionamento de câmara a uma distância tal que permita uma conceptualização geral (retrato) do cenário ou local onde a ação se desenrola. Este traduz-se numa descrição clara do "local e do tempo" (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Como tal este tipo de plano tem como objetivo a apresentação de todos os elementos necessários para a compreensão da cena por parte do espetador. Ou seja retrata o ambiente envolvente no qual a ação se desenrola para dessa forma "expor à audiência o local onde a cena esta a ter lugar" (Tomaric, 2008, p. 279).

Por sua vez o plano de estabelecimento engrena aquela que por Marner (2007, p. 89) se trata de uma das três principais funções ou “categorias” do Longo plano (“long shot”) ou plano geral (“full shot ou FS)”. Neste caso a capacidade de introduzir e portanto ao enquadrar, de forma geral, a cena ou do local onde esta se desenrola. Como tal, o “Plano Longo” de forma equivalente ao “plano de estabelecimento” consiste, sobre esta perspetiva, numa forma de “situar a ação” de forma global.

A nível convergente defende que o plano longo pode ser paralelamente denominado como "Plano de estabelecimento" (“establishg shot”) (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Por sua vez Corrigan e White (2012, p.110) demonstra que à semelhança do “plano longo extremo” e naturalmente ao “plano de estabelecimento”, o “plano longo” é caracterizado pelo distanciamento considerável estabelecido entre a “câmara e a cena, objeto ou pessoa” a captar, se bem que mais reduzido.

Como tal o plano em questão encontra-se inerente à orientação da atenção do espetador face “aos objetos e cenários" face à apresentação dos mesmos através de um plano distante (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Neste caso a personagem é representada de forma integral. Comparativamente ao plano longo extremo a aproximação da câmara é maior sendo que “ocupa relativamente mais espaço no enquadramento. Porém mantem-se inteiramente dentro do mesmo” (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 143).

Tal como no "Plano Longo Extremo" o fundo ou plano posterior domina o enquadramento, no entanto a figura assume um caráter “proeminente" na relação entre ambos (Bordwell, Thompson, 2008, p. 191). Contudo, apesar de mais percetíveis as figuras “continuam minimizadas pelo plano de fundo (*background*)” (Villarejo, 2007, p. 38) sendo inclusivamente definidas pelo mesmo (Corrigan, White, 2012, p.112).

Sobre esse ponto de vista Stadler e McWilliam (2009, p. 35) de forma convergente ao perspetivado por Thompson e Bowen (2009, p. 14, 15), definem o “Plano Longo” como o “enquadramento de todo o corpo humano no contexto do seu meio envolvente”.

Por sua vez e de forma discordante Marner (2007, p. 89) defende que o tipo de plano em causa pode servir para destacar uma personagem no centro em que se insere ou “destacar uma pessoa no meio que a envolve”. Da mesma forma Thompson e Bowen (2009, p. 14, 15) referem a possibilidade de uma “figura humana arrebatar a atenção face meio circundante”.

Paralelamente o uso do plano geral pode ainda ser alegadamente utilizado como “relaxamento da tensão visual” numa conjuntura de imagens repleta de primeiros planos (Marner, 2007, p. 89).

Por sua vez no plano “médio longo” (“Medium Long shot”), igualmente reconhecido como “plano americano” (Corrigan, White, 2012, p.110), ou “plano 3/4” (Tomaric. 2008, p. 279), a figura humana e as suas particularidades expressivas são visíveis assumindo um caráter proeminente.

Caracteriza-se, portanto, pelo menor afastamento da câmara relativamente ao “plano longo” retratando, a nível ilustrativo, o corpo humano a partir dos joelhos para cima (ou três quartos do corpo humano”) (Corrigan, White, 2012, p.110 ; Villarejo, 2007, p. 38; Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 144; Stadler, McWilliam, 2009, p. 35).

Assim o interior do enquadramento “cortava uma parte corporal do assunto” designadamente as pernas, habitualmente acima do joelho, estando esse corte inerente ao movimento da própria personagem (Thompson, Bowen, 2009, p. 16).

Porém o plano Americano viria a cair em desuso pois, contemporaneamente qualquer tipo de enquadramento no qual se proceda ao corte do corpo dos atores pelas articulações é considerado “má composição” (Tomaric, 2008, p. 279).

Paralelamente nas imagens captadas sob um Plano médio ("Medium shot") ou “plano de cintura” (Thompson, Bowen, 2009, p. 16) a personagem assume destaque tratando-se do elemento primordial da realidade retratada. Logo, consiste num “plano de corpo” no qual a personagem (ator) é filmada através de um enquadramento mais próximo face ao plano Americano (Marner, 2007, p. 90).

Neste caso o Plano Médio" é alegadamente um dos planos grandemente utilizados na representação do media em questão (Tomaric, 2008, p. 279) sendo apresentado como um meio-termo entre os planos próximos (“close-ups”) e os planos longos (“long shots”).

Assim representa o corpo humano “da cintura ou ancas para cima” (Corrigan, White, 2012, p.110 ; Bordwell, Thompson, 2008, p. 191; Tomaric. 2008, p. 279 ; Stadler, McWilliam, 2009, p. 35 ; Thompson, Bowen, 2009, p. 16) ou seja apenas o seu tronco, face e membros superiores figuram no tipo de plano “aproximado de Tronco” (Marner, 2007, p. 90).

Este tipo de plano segundo (Marner, 2007, p. 90) apesar de útil para “apresentar a relação entre as pessoas” fica aquém dos planos mais aproximados na lógica inerente à transmissão das características psicológicas da personagem. Como tal “carece da intensidade psicológica dos primeiros planos (planos aproximados de peito e grandes planos).

O realizador deve atentar especialmente sobre o movimento no momento em que opta pelo plano em questão sendo que o “enquadramento mais apertado restringe a liberdade de movimentos” (Thompson, Bowen, 2009, p. 16).

O “plano próximo” ou “grande plano” (“close-up”), consiste numa tipologia de imagem que foca os detalhes da realidade “pessoa ou objeto” retratado (Corrigan, White, 2012, p. 109) isolando elementos do próprio (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

O mesmo será dizer que a escala do objeto apresentado é relativamente grande (Bordwell, Thompson, 2008, p. 477). Tal facto é conseguido através de uma proximidade superior de câmara que condiciona um enquadramento no qual apenas a cabeça e os ombros do ator, ou personagem, são retratadas (Tomaric, 2008, p. 281 ; Stadler, McWilliam, 2009, p. 36 ; Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Devido à proximidade de câmara em relação à face do ator ou personagem que por sua vez ocupa grande parte do plano, o “Grande Plano” é intrínseco a uma noção de dramatismo assentando na busca da “máxima carga dramática” (Marner, 2007, p. 91).

Como tal o plano em questão manifesta-se como um meio de “atribuição de enfase” (Dick, 1998, p. 37), um plano “intimo” da face humana que apresenta todo o detalhe do olhar da personagem conseguindo “retratar as emoções subtis” transpostas pelos “olhos, boca e músculos faciais do ator” (Thompson, Bowen, 2009, p. 18).

Este tipo de aproximação permite assim um maior foco mais “nítido” das expressões faciais sendo que estas, consequentemente, se projetam de forma mais pujante. Deste modo” o realizador deve levar o ator a reter “uma ideia clara acerca da razão que determinou tal escolha” (Marner, 2007, p. 91).

Assim a fonte do poder do “grande plano” ou “plano próximo” relaciona-se sobretudo com o foco de atenção conferida pelo espetador perante essas mesmas expressões (Tomaric. 2008, p. 281). O plano em questão manifesta a sua potencialidade "focando e dirigindo a atenção direta e criando enfase dramático" (Kindem, Musburger, 2005, p. 75).

Porém, apesar da notória importância do rosto humano em relação à revelação das características internas ou psicológicas da personagem Marner (2007, p. 91), Stadler e McWilliam (2009, p. 36) abonam que um plano no qual figure apenas a face humana pode ser por vezes considerado um “Muito grande plano” (“big close up” ou “choker close-up”). Ou seja um plano igualmente ligado às características emocionais da personagem cuja “face ocupa a maior porção do enquadramento possível” continuando a apresentar as características chaves do mesmo, ou seja “olhos, nariz e boca” simultaneamente (Thompson, Bowen, 2009, p. 19).

Paralelamente o “plano próximo extremo” (Extreme Close-Up, ECU, XCU) (Thompson, Bowen, 2009, p. 19) ou “Muito grande Plano” (MGP) à semelhança de todos os Primeiros Planos encontra-se igualmente conexo à captação da intensidade dramática, assim, são imagens “de muita força expressiva na tela” facto que requer uma especial atenção na sua utilização. Como tal o uso deste tipo de plano deve possuir uma justificação, deve servir um propósito não devendo ser usado de forma irrefletida (Marner, 2007, p. 90).

A nível ilustrativo Hitchcock utilizava o “plano próximo extremo” por razões que se prendiam ao género, neste caso o “horror”. A proximidade da câmara em relação aos olhos e boca da vítima na icónica sequência do chuveiro do filme Psycho (1960) provocava um “arrepio proverbial na espinha do espetador” (Dick, 1998, p. 37,38).

Como tal a característica alegadamente impactante encontra-se naturalmente inerente à grande escala do enquadramento face ao assunto retratado (Bordwell e Thompson, 2008, p. 478) apresentando “detalhes exíguos” (Stadler, McWilliam, 2009, p. 36) que se podem traduzir numa mera porção da face (um olho ou lábios) (Villarejo, 2007, p. 38), ou em pequenos objetos (Bordwell, Thompson, 2008, p. 478) que por sua vez preenchem o enquadramento.

Assim, pode ser aferido que elevado ao extremo o “plano próximo” assume a dicotomia de “plano próximo extremo” estabelecendo uma proximidade mais acentuada entre a câmara e a realidade retratada singularizando partes da mesma (Corrigan, White, 2012, p. 109; Pramaggiore e Wallis, 2008, p. 143).

Contudo deve existir uma relação eficaz entre o tipo de enquadramento e o contexto da ação onde o mesmo se integra. Assim a “força de um plano não provêm apenas do enquadramento mas também do contexto onde ele se integra”, para isso deve ser de igual forma tomado em conta todo o leque de planos utilizados anteriormente e a ser posteriormente utilizados. Desta forma a introdução desta tipologia de plano e a consequente obtenção do impacto pretendido, depende em grande parte do *timing* de utilização do mesmo devendo “estar inserido com precisão na cena” (Marner, 2007, p. 90).

Podendo ser útil numa perspetiva mais documental (Thompson, Bowen, 2009, p. 19, 20), no contexto ficcional narrativo a utilização do “plano próximo extremo” ou “muito grande plano” deve ser mais frequente na realização de materiais destinados à reprodução em ecrãs de tamanho reduzido em detrimento realização fílmica para ecrãs de avultadas dimensões. Esse facto segundo Marner (2007, p. 90) reitera a necessidade do realizador “sublinhar o sentido de cada imagem”.

4.3.2.2. O ÂNGULO DE CÂMARA

Todavia, o conceito de cinematografia, já atrás referido no âmbito da produção audiovisual, vê o seu conceito alargado para além do posicionamento da câmara “num

dos quatro pontos de vista básicos", deste modo o ângulo a partir do qual o "objeto ou evento é fotografado consiste num importante fator da composição de imagem". Uma multiplicidade de planos bem como a interligação dos mesmos entre si podem ser empregues para "acrescentar variedade e criar um sentido de balanço visual entre um plano e outro (Boggs, Petrie, 2008, p. 152). Deste modo Pramaggiore e Wallis (2008, p. 140) apresentam o ângulo como um dos aspetos de posicionamento da câmara.

Logo, a característica angular consiste num novo elemento do enquadramento que pode ser potencialmente utilizado pelo realizador visto que oferece um conjunto alargado de possibilidades expressivas (Barsam, 2010, p. 242) podendo contribuir para "comunicar tipos especiais de informação dramática ou atitudes emocionais" (Boggs, Petrie, 2008, p. 152).

Por ângulo pode então ser entendida a posição da câmara face ao captado (Villarejo, 2007, p. 152). Essa posição de câmara é por sua vez descrita como a conjugação entre a "altura e orientação, ou nível, da câmara em relação ao assunto a ser fotografado (Mamer, 2009, p. 7; Barsam, 2010, p. 242).

Assim, se o ângulo pode ser segundo Mamer (2009, p. 7) e Barsam (2010, p. 242) entendido como a conjugação de todos os ângulos de visão (vertical, horizontal e diagonal), Bordwell e Thompson (2008, p. 190) distinguem, sobre uma ótica díspar, uma dicotomia estabelecida entre o "Ângulo" e "nível", sendo que o primeiro representa tanto o vertical como horizontal e o segundo representa a posição diagonal da câmara face ao retratado respetivamente.

Sob qualquer das perspetivas, a alternância do ângulo no plano pode ser estabelecida não só com base na posição física e geográfica, bem como com o ponto de vista inerente a uma perspetiva da personagem (Corrigan, White, 2012, p.112).

Da mesma forma Kindem e Musburger (2005, p. 76) defende que o ângulo de câmara é utilizado para "estabelecer um ponto de vista específico" fomentando-se o envolvimento da audiência na "partilha de uma perspetiva particular da personagem na ação".

Assim, o Ponto de vista da câmara é segundo Marner (2007, p. 153) um importante recurso dramático de passível utilização por parte do realizador. A câmara representa nessa conjuntura a altura em função da estrutura de cada personagem, deste modo, o

posicionamento espacial aproximado da câmara é inerente à perspetiva de cada uma (Kindem, Musburger, 2005, p. 76).

Este facto é justificável pela forma como a captação de uma imagem, sob um determinado ângulo, pode a nível ilustrativo representar relações entre personagens, estados de espirito ou intenções. O efeito visual é assim distinto entre planos com ângulos diferentes sendo que cada um tem “o seu lugar próprio na textura dramática” da obra (Marner, 2007, p. 153).

Logo, e sendo que as características formais desses planos “não assumem automaticamente significados particulares”, essa significância é intrínseca ao contexto do retratado. O ponto de vista escolhido pode, naturalmente servir um conjunto de propósitos alargado, podendo indicar “ significados psicológicos, morais ou políticos” (Corrigan, White, 2012, p. 112). Dado o exposto, o mesmo pode ser caracterizado como uma “parte significativa da narrativa” (Marner, 2007, p.153).

Como tal o ângulo de câmara pode almejar a criação de um tipo de identificação entre o espetador e a obra através de uma partilha do ponto de vista “psicológico ou filosófico” da personagem em questão (Kindem, Musburger, 2005, p. 76).

O tipo de "Plano ao Nível do Olhar" ("Eye-Level Shot”) traduz-se pela sua neutralidade, (Mamer, 2009, p. 9; Barsam, 2010, p. 242), isto é, os planos captados sobre o "nível do olhar da personagem ou assunto a ser filmado, têm tendência para se tornar neutros.

Por esse facto Mamer (2009, p. 9) defende que a grande maioria dos realizadores não utiliza estritamente esse tipo de plano pelo facto de, no seu verdadeiro sentido, se tornar "demasiado confrontante ou demasiado direto para a audiência”. Assim refere o “nível do olhar” ou “ponto de vista normal” como o menos dramático dos planos de câmara utilizados para “enquadrar um personagem” sendo que se trata de um plano puramente “estático” no qual as linhas verticais se apesentam como tal, sem distorções.

A partir desta premissa a neutralidade conseguida pelo plano em questão torna-se útil para representar ou estabelecer as “personagens, o tempo e espaço”. Assim serve propósitos narrativos ocultando elementos da história que podem mais tarde ser desvendados através de uma neutralidade inicial que pode “deliberadamente iludir” o espetador face a uma dada realidade falaciosa. Por sua vez esta não é uma abordagem rigidamente estabelecida sendo que o realizador pode, por qualquer razão criativa,

desejar apenas representar o tipo de planos neutros após o estabelecimento do contexto narrativo inicial (Barsam, 2010, p. 242).

Sobre uma perspetiva distinta, o plano pode corresponder à “visão objetiva que o público tem desse ator”, sendo que nesse caso a “altura da câmara corresponde à direção do olhar do ator. Logo, no momento de colocação da câmara o realizador deve antecipadamente perceber um conjunto de situações. Como pré-requisito o realizador deve então aferir se um plano “corresponde à visão subjetiva de uma personagem da cena”, se tal suceder proceder à colocação da câmara correspondente ao nível do olhar dessa mesma personagem (Marner, 2007, p. 154).

Por sua vez o plano de ângulo inferior ("Low-Angle Shot") refere-se a um posicionamento da câmara num nível inferior ao do assunto retratado situado num ângulo superior (Mamer, 2009, p. 7), ou seja, o posicionamento de uma câmara encontra-se “abaixo da ação” (Barsam, 2010, p. 243, 244) ou abaixo do nível do olhar (Boggs e Petrie, 2008, p. 152) sendo captada no eixo vertical a partir de “baixo para cima”. Assim este tipo de imagens têm intrínseco um conjunto de efeitos relativos à perceção do espetador face à perspetiva inferior-superior (Marner, 2007, p. 155).

Deve-se portanto atentar na dependência do contexto quer visual quer narrativo face à interpretação do ângulo em questão, assim “o contexto de um ângulo afeta a interpretação do mesmo” (Barsam, 2010, p. 243, 244).

Um tipo de imagem “contrapicada” poderá deste modo criar uma perspetiva de inferioridade perante quem “vê”, enaltecendo a realidade capturada. Este facto prende-se, por sua vez, com “o aumento de estrutura e importância de um personagem” a qual é colocada numa posição de “dominância” (Marner, 2007, p. 155; Pramaggiore e Wallis, 2008, p. 141).

Pode portanto representar o sentimento de impotência face a um dado acontecimento, paralelamente pode manifestar força e poder através do exagero de tamanho que resulta numa sensação de dominância (Boggs e Petrie, 2008, p. 152), sendo particularmente uteis na representação de ameaça, poder ou intimidação por parte de "personagens ou ambientes" (Mamer, 2009, p. 7).

Pode ser utilizado, a nível representativo, para ilustrar a perspetiva de uma criança sobre a qual os adultos assumem grande evidência. Ou, a um nível extremo, pode ainda

representar o sujeito como um “ser todo-poderoso à semelhança de um Deus” (Boggs e Petrie, 2008, p. 152).

Desta forma ao ser apresentada uma imagem distorcida ou uma "perspetiva distorcida apresentando o mundo fora de balanço" (Mamer, 2009, p. 8) torna-se expectável uma certa sensação de desconforto ou “inquietação” por parte do espetador num “contexto dramático adequado” (Marner, 2007, p. 155).

Porém através deste plano pode-se adicionalmente distorcer a perspetiva, criando-se uma ilusão na correspondência entre os elementos de fundo e os elementos em primeiro plano (Mamer, 2009, p. 8). A nível convergente Marner (2007, p. 155) defende que o plano “contrapicado” pode ser utilizado num contexto de eliminação do fundo que “não se pretenda enquadrar”.

Assim, o ângulo inferior pode de igual forma servir para ocultar o fundo, ou seja nega a capacidade de visualização limitando o assunto representado no enquadramento (Barsam, 2010, p. 243, 244). Desta forma o realizador possui uma ferramenta através da qual consegue controlar, de certa forma, o “background” principalmente no que se refere a filmagens de exteriores (Marner, 2007, p. 155).

Este encobrimento do que sucede atrás de uma personagem pode contribuir para um incremento do suspense fazendo com que, a nível ilustrativo e no caso específico de uma perseguição, a “personagem vista através de um ângulo baixo extremo pareça mais vulnerável” do que aquilo que iria parecer através da representação de um ângulo superior (Barsam, 2010, p. 243, 244).

De forma inversa ao "plano de baixo ângulo" (low-Angle Shot") o “plano superior” (“high-angle shot”) (Barsam, 2010, p. 243) ou "plano de ângulo superior" (High angle Shot) não só se baseia num ângulo contrário (Marner, 2007, p. 155; Boggs, Petrie, 2008, p. 152) como também provoca um tipo de reações opostas (Marner, 2007, p. 155).

Os “ângulos superiores” (“high angles”) representam assim um “ponto e vista direcionado para um ângulo inferior” no qual se encontram “a cena ou os indivíduos”, (Corrigan, White, 2012, p. 112). Nesse sentido, é conseguido através do posicionamento da câmara num plano superior ao da ação “implicando tradicionalmente o sentido de superioridade face ao assunto a ser captado (Barsam, 2010, p. 243; Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 140).

Este tipo de imagens traduzem-se consequentemente na transmissão de uma sensação de insignificância, numa minimização do representado (Mamer, 2009, p. 8). Assim sendo, e de forma consequente, é transmitida a ilusão da diminuição do assunto retratado (Boggs e Petrie, 2008, p. 152) "fazendo-o parecer intimidado ou ameaçado" (Mamer, 2009, p. 8). Deste modo e sobre a presente perspetiva, a personagem perde o “poder” (Pramaggiore e Wallis, 2008, p. 140) e a “importância” (Boggs, Petrie, 2008, p. 152).

No entanto Pramaggiore e Wallis (2008, p. 140) ressalvam que os ângulos superiores não sugerem necessariamente a perda de domínio. Por sua vez este tipo de ângulo pode ser utilizado “para jogar contra as suas implicações tradicionais” através da sua representação sobre uma abordagem “não convencional”. Consequentemente este pode assim representar, a nível exemplificativo, a ironia ou um efeito humorístico (Barsam, 2010, p. 243).

Porém, a exatidão do ângulo (superior, ou inferior) possui uma elevada extensão podendo variar entre uma vertente mais ligeira a uma mais acentuada. A nível ilustrativo um plano “acima da cabeça” (“overhead shot”) representa o assunto ou ação através de uma visão superior “por vezes olhando diretamente para baixo” (Corrigan, White, 2012, p. 112). Como tal, o plano “acima da cabeça” (“overhead shot”), igualmente denominado como “vista aérea” (“aerial-view shot”) (Barsam, 2010, p. 246) ou “bird’s eye shot” (Pramaggiore e Wallis, 2008, p. 142), "Bird's-eye View", eleva o conceito do "plano de ângulo superior" ao seu extremo, facto que conduz a uma separação de conceitos entre ambos e como tal “merece discussões separadas”. Se o "plano de ângulo superior" pode ser conseguido com uma percetível inclinação da câmara "num nível ou ângulo superior ao do assunto retratado" o "Bird's-eye View" retrata uma imagem com um ângulo tal que se torna uma vista aérea, ou seja a captação assume um ponto de vista "omnisciente", um ponto de vista divino “God-like" (Mamer, 2009, p. 9).

Assim a vertente visual em questão é caracterizada como “uma vertente extrema do ponto de vista”, neste caso um plano tomado “a partir de uma aeronave ou uma grua muito alta” (Barsam, 2010, p. 246).

Dado o exposto este ponto de vista é capaz de transmitir a sensação como, “insignificância” ou “pequenez” do retratado (Mamer, 2009, p. 9).

Nesse contexto Barsam (2010, p. 246) ilustra este plano apontando o exemplo da obra "Birds" (1963) de Hitchcock como um exemplo clássico. Assim apresenta a forma como este plano foi utilizado de forma a apresentar "tudo de uma vez" ou "poupar metragem" permitindo simplificar sequêcias. No caso específico do filme referido contribui ainda para a formação do contraste entre o caos e a calma.

Apesar deste tipo de representação "proporcionar uma perspetiva única da ação a partir de cima", os planos acima da cabeça "não são sempre explicados por eventos do enredo". Deste modo o realizador pode apropriar-se das características angulares do plano para levar a cabo o distanciamento entre os espetadores e as personagens ou ação (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 143).

Por sua vez o Ângulo pode variar de igual forma sob o plano horizontal (Corrigan e White, 2012, p. 112). Desta forma um plano "Obliquo" ou "Ângulo Holandês", é caracterizado pela inclinação da câmara face ao assunto retratado sob uma perspetiva horizontal. Assim, refere-se a um enquadramento conseguido através da inclinação da câmara face à sua posição horizontal e vertical normal (Barsam, 2010, p. 244, 245) que cria "uma linha diagonal" face ao assunto presente no enquadramento (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 142).

Deste modo o plano quebra a visão paralela face ao horizonte, apropriando-se assim das linhas retas (straight lines) do mundo apresentando-as como diagonais (Mamer, 2009, p. 9).

Este tipo de imagem condiciona um conjunto de efeitos inerentes ao incremento dramático de um enquadramento (Marner, 2007, p. 156) podendo naturalmente servir um determinado número de propósitos (Mamer, 2009, p. 9).

A referida tipologia angular significa "normalmente" um momento de "desequilíbrio ou perda de controlo" ou uma "quebra da ordem" (Pramaggiore e Wallis, 2008, p. 142) "dando ao espetador a impressão que o mundo no enquadramento está desequilibrado", fora da sua ordem natural (Barsam, 2010, p. 244, 245).

Logo, a imagem produzida transmuta-se neste aspeto sob uma espécie de metáfora, num mundo "fora de balanço, fora de ordem" ou no qual as ações e os valores humanos se encontram distorcidos (Mamer, 2009, p. 9).

Da mesma forma pode servir para reforçar a intensidade de uma cena através de uma estilização da ação que resulta num exagero do efeito. No entanto um aspeto problemático é destacado por Mamer (2009, p. 9) face à utilização do ângulo em questão. Este relaciona-se com a transparência visual do efeito e à forma como a sua exposição visualmente evidente pode anunciar “virtualmente o seu próprio cliché".

Paralelamente Marner (2007, p. 156) afirma que este tipo de inclinação de câmara deve ser utilizado com prudência pois, se por um lado pode incrementar a componente dramática da imagem, por outro pode criar efeitos indesejados. A nível ilustrativo pode causar no espetador uma sensação de previsibilidade face ao contemplado na ação (Mamer, 2009, p. 9).

Como tal deve ser apenas utilizado de forma discreta e com o objetivo de servir um propósito bem definido (Marner, 2007, p. 156).

Assim o realizador pode servir-se de um determinado ângulo de forma a “sugerir o sentimento que este deseja transmitir acerca de determinada personagem num dado momento”. Deste modo, através da utilização de uma determinada orientação angular da câmara o realizador pode interpelar o espetador interpretando ele próprio “o teor emocional e ambiente da cena” (Boggs, Petrie, 2008, p. 153).

4.3.3. O REALIZADOR E A “MISE-EN-SCÈNE”

4.3.3.1. DIREÇÃO DE ATORES

A direção de atores trata segundo Tomaric, (2008, p. 244) da “função principal” de um realizador. Logo uma das razões pelas quais a planificação prévia dos planos se revela de facto “importante” traduz-se pela liberdade que essa preparação confere ao realizador. A referida liberdade resulta, por sua vez, na conceção da “atenção devida e merecida aos atores” no momento de gravação (Proferes, 2008, p. 130).

Ao contrário do que sucede no exercício da função do realizador e da sua equipa, os atores não possuem “qualquer tipo de equipamento que os possa ocultar”. Assim e devido à “intensidade e exposição” do seu trabalho estes tornam-se “vulneráveis”, “facilmente desencorajáveis” ou até derrotistas face a outros atores (Rabiger, 2008, p. 223).

Deste modo, se a preocupação do realizador se focar “maioritariamente” na câmara, o ator pode sentir-se “órfão” (Proferes, 2008, p.130). Nesse sentido e sendo que aquilo pelo qual o ator trabalha se trata do seu proprio “reconhecimento” (Rabiger, 2008, p. 223) torna-se muito mais prudente fazer com que esses mesmos artistas se sintam o “centro das atenções”, reafirmando a necessidade e as expectativas face aos mesmos. Apenas a audiência e o realizador podem conferir o ambicionado reconhecimento ao ator (Proferes, 2008, p. 130).

O processo de filmagem deve-se então tratar de um período agradável, nesse âmbito (Weston, 1996, p. 282) citando Martin Scorsese afirma que uma vez no “ponto de partida” de uma cena, é apenas uma questão de “criação, confiança e libertação do ator de modo que este se possa divertir no set”. Logo, é naturalmente desejável um processo de trabalho “fresco, simples, honesto e emocionalmente vivo”.

Para isso devem ser tomadas em conta um conjunto de considerações ou orientações que possam guiar o realizador ao longo da sua interação com o elenco de atores. Dessa forma Tomaric (2008, p. 244) refere a questão comunicacional como um dos elementos fundadores desta relação.

Como tal o realizador deve aprender a falar a mesma linguagem do ator. Para isso, a aprendizagem da “teoria e terminologia” inerentes à atividade do mesmo, um conjunto de “aulas de atuação” ou a “participação em audições” podem conferir uma “perspetiva real” daquilo que o ator vivência no set, ou seja, daquilo que se entende como “ser dirigido”. Trata-se portanto de uma questão de “ligação de energias” (Weston, 1996, p. 287).

Logo o período precedente ao processo de produção deve ser reservado para “conhecer o elenco” sendo que “quanto melhor a relação e o nível de confiança” melhor poderá ser o resultado da performance (Tomaric, 2008, p.245). Assim e se possível torna-se “importante” ensaiar as cenas em bloco, nomeadamente as mais dramáticas, pois esse ensaio pode conferir ao ator uma visão completa sobre o arco da história (Proferes, 2008, p. 130).

Mesmo ao longo do trabalho no set o realizador, como detentor da “visão global” do projeto, deve reservar tempo de forma a comunicar com o elenco sendo que toda a gente espera a sua orientação (Tomaric, 2008, p. 245). Como tal o realizador deve

relembrar aos atores “onde os mesmos se encontram e de onde vieram” no contexto narrativo (Proferes, 2008, p. 131).

O mesmo será dizer que de forma a conseguir uma “performance realista e credível” os atores devem ser auxiliados no entendimento “daquilo que as suas personagens são a um dado ponto da história”, aquilo que as mesmas “querem”, “quais os seus objetivos” e como “estas alcançam os mesmos” (Tomaric, 2008, p. 244).

Ao mesmo tempo o realizador dever-se-á certificar que o ator desempenha a melhor performance possível estando atento a “lapsos” nas deixas, tenções singulares na sua face que possam condicionar uma leitura errada da cena ou “overacting” (Weston, 1996, p. 283, 284). Deve garantir que o ator conhece as suas “marcas” (pontos designados que determinam o movimento do mesmo) bem como os parâmetros no interior do enquadramento em que os mesmos devem trabalhar (Proferes, 2008, p. 131 ; Tomaric, 2008, p. 244).

Assim uma performance competente do ator depende em grande parte da informação contínua fornecida pelo realizador, ou de outra forma, da atribuição de “algo novo” sobre o qual o ator possa trabalhar ao longo da progressão entre planos (Weston, 1996, p. 282). Deste modo e a nível ilustrativo um realizador “não deve pedir” um novo plano da mesma cena sem fornecer uma nova direção” (Proferes, 2008, p. 131).

Como tal, no momento da chamada de atenção a um ator face a um dado momento da ação, o realizador deve efetuar sugestões específicas particularizando-as num determinado momento (Rabiger, 2008, p. 230).

Segundo Tomaric (2008, p. 244) uma das lacunas cometidas nomeadamente pelos “jovens realizadores” é, exatamente, a falta de indicações. Esta carência comunicativa é prejudicial pois não confere nenhum tipo de elementos passiveis de serem trabalhados por parte do elenco.

Contúdo, apesar de toda a sua autoridade o realizador deve evitar a frustração da parte do ator. Para tal, este nunca deve demonstrar ao mesmo como atuar (Rabiger, 2008, p. 230), ou seja, deve evitar indicar-lhe como a sua personagem deve dizer ou fazer qualquer coisa (Tomaric, 2008, p. 245).

Uma forma alternativa de aliviar a tensão, “o maior inimigo do set”, é inerente à perspetiva sobre a qual o “falhanço” é encarado. Segundo Weston (1996, p. 286) deve

ser dada ao ator a “permissão” para falhar. Paralelamente o líder da produção deve ser honesto para com o seu elenco. Os atores desejam saber quando a sua prestação “não foi suficientemente boa” (Weston, 1996, p.284).

Adicionalmente o realizador deve auxiliar o ator a nível mental tentando conferir uma sensação de conforto necessária à execução de uma boa performance. Nesse sentido o elenco deve ser auxiliado a “bloquear e ignorar a câmara, equipa, iluminação e microfones” de forma que se possam “focar nos seus papéis e não atuar para a equipa” (Tomaric, 2008, p. 245). Devem ser portanto relembrados que ninguém está presente” (Rabiger, 2008, p. 230).

Assim, apesar de o realizador dever estar aberto ao feedback (Tomaric, 2008, p. 245) o mesmo deve certificar-se que o ator recebe feedback “de uma fonte única” ou seja, quaisquer “queixas (ou mesmo congratulações) ” provenientes, quer da restante equipa técnica ou criativa quer do próprio elenco, devem ser comunicadas de forma privada ao líder da obra, isto é, o realizador. Deste parte a avaliação do referido, feedback e da eventual necessidade, ou não, da comunicação do mesmo ao ator (Weston, 1996, p. 285).

Não obstante de o realizador ser, como referido anteriormente, o pilar de todo o processo artístico e de gestão de um projeto vídeo (Rabiger, 2008, p. 4; Proferes, 2008, p. 132; Tarkovsky, 1986, p. 18; Villarejo, 2007, p. 22; Thompson e Bordwell, 2003, p. 415) o ator também é um artista que “desfruta a prática da sua arte”. Logo, e sendo o vídeo uma “colaboração criativa” na qual “ambos os lados se respeitam” (Tomaric, 2008, p. 245), o ator pode por vezes auxiliar o realizador na escolha de uma determinada toma“ que se evidencie mais “sólida” (Weston, 1996, p. 288).

4.3.4. O Realizador e a Edição

4.3.4.1. Abordagens e influência

A função do realizador é caracterizada pela concepção que o mesmo cria face a uma história materializando-a sob um conjunto de “imagens fílmicas”. Desta forma baseia a sua concepção num combinado de “peças” que relacionadas entre si e conexas sob uma determinada sequencia, originam os eventos que incorporam a peça final. Por conseguinte, mesmo no momento da sua filmagem um filme deve ser considerado sob uma lógica de peças. O realizador deve então estabelecer o conteúdo e sequência das

partes individuais posteriormente combinadas sob uma forma fílmica através de uma ação controlada de edição e da relação entre as grandezas fílmicas “tempo” e “espaço” (Pudovkin, 1954, p. 70).

Contudo anteriormente ao processo de produção devem ser considerados alguns dos fatores capazes de exercer impacto, ou seja, fatores capazes de exercer influência sobre o processo de edição. Nesse âmbito Thompson e Bowen (2009, p. 4,5) distinguem três apreciações que “devem ser consideradas”, a primeira delas estabelece o meio utilizado como forma de proceder à edição, facto que revela como diferentes formas de edição condicionam o seu processo a “nível temporal ou financeiro”. A segunda consideração evidencia o impacto que as transições utilizadas podem exercer sobre o projeto. Por sua vez, a terceira apreciação diz respeito à criatividade do próprio editor ou realizador encontrando-se relacionada com a visão do mesmo, ou seja, com a forma como este consegue materializar a sua ideia servindo-se das várias técnicas ao seu dispor.

Assim, Lewis (2014, p. 121, 126) desenvolve um conjunto de elementos constituintes do processo de edição que enquadram elementos constituintes da visão de Eisenstein precedentemente mencionada. Deste modo as “relações tonais e gráficas”, “ ritmo e tempo” às quais agrega a “relação entre planos” bem como a “edição elíptica e a sequência de montagem”.

A apontada “relação entre planos ” é intrínseca à abordagem soviética que estabelece a dependência do plano face ao seu homólogo anterior ou subsequente. Logo revela a forma como a edição possibilita o “mais difícil empreendimento estético” isto é a criação de um “mundo espacial e temporal credível” a partir do engenho fílmico. Para tal o editor deve exercer a sua função de forma a transportar o espetador ao longo da história através da ordenação dos planos. Transversalmente a “edição elíptica” encontra-se inerente à omissão de parcelas consideráveis da história permitindo à ação consumir “menos tempo de ecrã” através da transição entre planos que “sugerem a passagem do tempo”. Por sua vez “sequência de montagem” traduz-se numa serie de planos breves que sumarizam uma parcela da história (Lewis, 2014, p. 121, 126).

Nesse âmbito a edição pode exercer funções que se estendem desde a “simples” representação linear de material à alteração do significado do mesmo facto ligado à emoção (Dancyger, 2011, p. xxii).

Nesse âmbito Eisenstein apresenta um conjunto de pilares fundadores do método de montagem, elementares na sua abordagem à edição (Dancyger, 2011, p. 18), a saber a “Montagem métrica”, “Montagem rítmica”, “montagem Tonal”, “montagem atonal” e “montagem intelectual” (Eisenstein, 2002, p. 79, 80).

O “critério fundamental” do primeiro elemento respetivamente apresentado diz respeito aos “comprimentos absolutos dos fragmentos” que operam de modo equivalente aos compassos musicais, nomeadamente sob a forma de “repetição de compassos”. A “montagem rítmica” encontra-se igualmente inerente à lógica do comprimento dos fragmentos, contudo, em detrimento da “montagem métrica” na “montagem rítmica” o conteúdo dentro do enquadramento” é “igualmente tomado em consideração”. Deste modo o comprimento do fragmento relaciona-se com o seu conteúdo e a função do mesmo face à estrutura da sequência (Eisenstein, 2002, p. 79, 80).

Avista deste facto, se a edição tem a capacidade de “determinar a duração de cada plano” uma edição de caráter rítmico ocorre quando o realizador (ou cineasta) ajusta o comprimento dos planos sob uma relação mútua entre ambos (Bordwell e Thompson, 2008, p. 226).

A nível ilustrativo a música pode ser novamente associada ao caráter da imagem em movimento, particularmente face à sua componente rítmica. Deste modo, tanto o ritmo musical como o ritmo da imagem, são “experienciados” como uma “combinação de tempo, batidas e realces” estando estes relacionados desde a “unidade mais pequena” ou a transição entre imagens, até à “perceção global” da obra “como um todo” (Lewis, 2014, p. 124).

Porém apesar do ritmo se tratar de um “recurso fundamental do editor” deve ser asseverado que o ritmo não depende somente da edição, por seu turno depende de outras técnicas como o movimento presente na “mise-en-scène” ou a posição da câmara e o seu movimento (Bordwell, Thompson, 2008, p. 226, 227).

Paralelamente à montagem “métrica” e “rítmica” Eisenstein (2002, p. 81, 83) evidencia a “montagem tonal” com base no “tom emocional do fragmento”. Isto é, se por um lado a montagem rítmica baseia a sua concepção no movimento do plano como elemento orientador do movimento de edição, na “montagem tonal” o movimento assume um “sentido mais amplo” embargando assim elementos como a “vibração da luz” ou “grau de iluminação” um caso de “tonalidade de luz” percetível a olho nu, Paralelamente

podem ser destacados sobre a “tonalidade gráfica” os “variados graus de suavidade de foco” ou o tom musical como “estruturas emotivas aplicadas a material não emocional.

De forma análoga e recorrendo novamente ao exemplo do filme de Hitchcock The Birds (1963) Bordwell e Thompson (2008, p. 221), condensam os elementos gráficos sob um conjunto de padrões de “luz e escuridão”, “linhas e formas”, volumes e profundidade” e “movimento e estagnação”.

Logo é percetível a existência de um tipo de “relação formal” entre planos justapostos sendo que, deste modo, a montagem pode criar “padrões tonais e gráficos” numa sequência (Lewis, 2014, p. 123). No caso específico a montagem de vertente tonal permite a relação entre planos através da similaridade e disparidade das “qualidades puramente pictóricas de ambos, facto que pode servir para alcançar uma “continuidade suave” ou um “contraste abrupto” (Bordwell, Thompson, 2008, p. 221).

Conjuntamente às precedentes formas de montagem são adicionalmente mencionadas a “montagem atonal” e a “montagem intelectual”. Assim a “montagem atonal” é segundo (Eisenstein, 2002, p. 84, 86) uma vertente mais desenvolvida daquilo que se entende por “montagem tonal” estando relacionada com todas as formas de montagem anteriormente referidas. Estas apelam a todos os elementos do fragmento que por sua vez, e em conjunto, sintetizam um efeito mais complexo sobre a audiência.

Como tal a montagem atonal assenta na relação entre “ montagens métricas, rítmicas e tonais ” como forma de indução de um efeito desejado por parte dos espetadores (Dancyger, 2011, p. 20).

O último elemento de montagem evidenciado sob o presente ponto de vista consta na “Montagem Intelectual”, aquela que “resolve o conflito-justaposição das harmonias fisiológicas e intelectuais” (Eisenstein, 2002, p. 87). Logo consiste numa vertente da edição inerente à apresentação de ideias sob uma forma “altamente carregada e sentimentalizada” (Dancyger, 2011, p. 20).

Deste modo a montagem intelectual pode ser descrita como a “justaposição de uma serie de imagens” com o objetivo de representar uma ideia abstrata não presente em qualquer uma das imagens (Bordwel, Thompson, 2008, p. 479).

Paralelamente à concepção de sobre os métodos fundadores de montagem (Eisenstein, 2002, p. 79, 88) Pudovkin estabelece cinco técnicas de edição fundadoras da edição

“moderna”, neste caso o “contraste”, “pararelismo”, “simbolismo”, “simultaneidade” e “*Leitmotif* “ (Sijll, 2005, p. 46).

O “contraste”, primeiro elemento nomeado por Pudovkin (1954, p. 47), designa a forma através da qual a montagem pode contribuir para evidenciar diferenças entre duas realidades distintas. Nesse âmbito é destacado a história hipotética de um indivíduo esfomeado e a forma como essa imagem pode motivar um impacto mais vívido, quando contrastada face à representação da gula, por parte de um indivíduo abastado.

Naturalmente a técnica de montagem em “contraste” baseia-se na “simples relação contrastante” entre planos, no entanto materializa uma das mais“ comuns”, “estandardizadas” e “eficazes” técnicas de edição. Esta condiciona o espetador à confrontação entre duas realidades ou “ações” que apresentadas de forma encadeada se fortalecem entre si, provocando um efeito que pode ser utilizado para forçar uma determinada perspetiva (Sijll, 2005, p. 46).

Alegadamente semelhante à técnica de contraste o “paralelismo” estende no entanto a concepção anterior. Esta descreve a forma como dois incidentes “não relacionados tematicamente” podem ser desenvolvidos em paralelo entre si através do recurso a um elemento comum. Nesse sentido e de forma exemplificativa é apresentado por Pudovkin (1954, p. 47) um enredo no qual um relógio consiste no elemento comum entre sequências permitindo o desenvolvimento narrativo nomeadamente através da progressão temporal ou movimentação espacial.

Nesse sentido o paralelismo é uma técnica de edição baseado no “entrecorte” ou seja num processo através do qual duas ações simultâneas são entrecortadas entre si (Robertson, 2009, p. 8).

Adicionalmente a técnica de “simbolismo” reveste-se de um caráter “especialmente interessante” sendo que através de uma ação de edição pode ser “introduzido um conceito abstrato” perante a audiência, ou perante a “consciência do espetador”, não sendo para o efeito necessário recorrer ao uso de um “titulo” (Pudovkin, 1954, p. 49) Contextualmente o filme Stachka (1925) de Eisenstein pode ser utilizado como elemento ilustrativo da presente técnica de montagem, nomeadamente através de uma das suas sequências finais na qual figuram imagens impactantes do abate de um touro intercaladas com imagens do “massacre dos trabalhadores” (Robertson, 2009, p. 9).

Por sua vez a técnica de “simultaneidade” nomeia um “desenvolvimento rápido e simultâneo” entre duas ações dependentes entre si, cujo objetivo consiste na criação da “máxima tenção emocional”. Desta forma o método em questão é “puramente emocional” (Pudovkin, 1954, p. 49) tal como revela a reta final do filme Intolerance: Love's Struggle Throughout the Ages (1916) de D.W. Griffith no qual são desenroladas duas ações entrecortadas sob um crescendo de velocidade até ao alcance do clímax da obra (Robertson, 2009, p. 9).

A última técnica de edição designada por Pudovkin (1954, p. 49), “Leitmotif” encontra-se conexa a uma lógica de destaque, designadamente do cenário. Isto é, atribui enfase ao foco temático do mesmo. Da mesma forma Robertson (2009, p. 9) sob o ponto de vista de Pudovkin (1954, p. 49), defende que a técnica em causa opera segundo a “reiteração do tema” nomeadamente através da “repetição do mesmo plano” como forma de enfatizar uma determinada ideia.

Assim a utilização desta técnica permite ao espetador descodificar determinado significado através dessa reiteração do plano que opera como um motivo condutor. Desta forma uma edição construtivista pode revelar-se um “importante instrumento de impressão” (Pudovkin, 1954, p. 50).

4.3.4.2. AS TRANSIÇÕES

Torna-se então percetível que qualquer tipo de montagem de sequências depende de um conjunto de planos interligados através de um tipo apropriado de transição (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 204). Como tal a edição pode ser observada como a “coordenação de um plano com o próximo” sendo que a transição entre ambos pode assumir formas distintas (Bordwel, Thompson, 2008, p. 218).

Sob a presente conjuntura são distinguidas por Thompson e Bowen (2009, p. 6) quatro formas “básicas” que habilitam a transição de “um plano ou elemento visual para outro”, a saber, o “Corte” (“*Cut*”), o “Dissolver” (“*Dissolve*”), o “Limpar” (“*Wipe*”) e o “Desvanecer” (“*Fade*”).

Apesar de assumir um vasto leque de significados no campo de ação, o corte, no caso específico da edição, remete para a “junção entre dois planos independentes” sendo que um sucede o precedente apresentando informação adicional sobre esse mesmo plano anterior (Dick, 1998, p. 64). De forma convergente Thompson e Bowen, (2009, p.

6) apresentam o corte como uma mudança “instantânea” entre planos sendo que o ultimo frame de um plano é imediatamente seguido pela primeira frame do plano subsequente.

Ao permitir a transição entre planos, ou a junção dos mesmos, o corte é considerado “a matéria básica da edição”, a fórmula que permite fazer da edição um “um meio de comunicação”. No entanto in (Murch, 2001, p. 18) avança um conjunto de critérios que o corte deve satisfazer, assim e sobre decrescente ordem de relevância, são sugeridas a “emoção”, a “história”, o “ritmo”, o “seguimento do olhar”, o “plano bidimensional do ecrã” e o “espaço tridimensional da ação”. Nesse âmbito a emoção assume o caráter primordial do corte pois este deve ser “fiel à ação do momento” devendo-o “preservar a qualquer custo”.

Contudo no corte não existe qualquer tipo de ligação, ou “ponte” entre planos, sendo que um plano “simplesmente” substitui o seguinte. No entanto pode ser utilizada a analogia da escrita como forma de descrever a realidade captada pela câmera à luz das transições; neste caso se os escritores utilizam frases como forma de ligação entre ideias, o realizador utiliza “dispositivos de transição” para unir cenas (Dick, 1998, p. 65).

Cada dispositivo de transação possui um caráter particular podendo servir determinada função em determinado ponto do filme. A nível ilustrativo o “dissolver” consiste num “corte suave” que funde imagens entre si “atenuando as suas diferenças e ligando as suas similaridades” (Pearlman, 2009, p. 170,171; Dancyger, 2011, p. 384).

Estes, tal como o nome pode transparecer, consistem na “fusão gradual”, entre o fim do “plano A” e o início do “plano B”, produzido através da “superposição” de um fade-out e um fade-in de “equivalente comprimento” (Reisz, Millar, 2010, p. 335; Bordwell, Thompson, 2008, p. 219). Ou, de outro modo, a simultânea ascensão e redução da “opacidade” entre planos durante um determinado período temporal (Thompson, Bowen, 2009, p. 80) ao longo do qual “um objeto é visto em diferentes cenários” ocupando no entanto mesma posição no ecrã ao longo da dissolvência (Dancyger, 2011, p. 440) provocando, desta forma, uma sensação de transformação (Pearlman, 2009, p. 170, 171).

Se por um lado Dancyger (2011, p. 440) afirma que o dissolver é normalmente associado à passagem do tempo ou à mudança de localização, Thompson e Bowen (2009, p. 80) defendem que, transversalmente às situações mencionadas, o dissolver

pode ser corretamente utilizado quando o "tempo necessita ser abrandado ou estimulado", "quando existe um apelo emocional referente ao sujeito da história" ou quando "existe uma forte relação visual entre a saída e a entrada" entre planos.

Deste modo o tipo de transição em questão pode "servir uma variedade de funções (Dick, 1998, p. 67), a este nível Thompson e Bowen (2009, p. 80) distinguem ainda a qualidade de uma boa dissolução com base no alcance ou abordagem de um conjunto de elementos no momento da transição, entre eles, a "informação", a "motivação", a "composição", "ângulo de câmara", o "som" e o "tempo".

Por seu turno, a transição de efeito "altamente estilizado" reconhecida como "limpar" ("*wipe*") (Thompson, Bowen, 2009, p. 84) pode ser alternativamente utilizada face à transição em "dissolver", devido às suas características (Reisz, Millar, 2010, p. 204). Assim, esta assenta numa linha que, progredindo a partir de determinado "ângulo ou forma" (Thompson, Bowen, 2009, p. 6; Bordwell, Thompson, 2008, p. 219) aparenta atravessar o ecrã extraindo, progressivamente, um plano revelando outro (Dancyger, 2011, p. 442; Thompson, Bowen, 2009, p. 6; Reisz, Millar, 2010, p. 340). Como tal revela um caráter "mais fluido" do que um corte e "mais rápido" do que um dissolver (Dick, 1998, p. 69).

Todavia a transição em "limpar" apesar de, por um breve instante, representar ambos os planos "ao mesmo tempo" de forma contrastante à transição em "dissolver" não se funde mantendo a sua qualidade independente. Como tal a transição em "limpar" de forma confluente ao "*fade*" ou ao "dissolver" consiste num "efeito ótico" executado em laboratório ou concretizado através de "manipulação digital" (Bordwell e Thompson, 2008, p.219). De forma concordante Pudovkin (1954, p. 186) afirmava que as transições são criadas não pela câmara mas numa fase posterior através da edição.

Deste modo o tipo de transição em causa é corretamente utilizado quando existe uma "mudança no tempo", "mudança no local", quando "não existe uma grande relação visual" entre os planos e quando o projeto requer "um maior tratamento gráfico perante as transições" (Thompson, Bowen, 2009, p. 84).

A nível contrastante o "desvanecer" ou "fade" consiste numa das "mais simples" tipologias de transição baseando-se apenas na redução da luz de ecrã "*fade-out*" ou, por sua vez, no "incremento" luminoso "fade-in" à medida que a imagem surge gradualmente no ecrã (Dick, 1998, p. 65).

Deste modo existem duas tipologias de “fade” (“desvanecer”), logo, se o “fade-out” procede ao “escurecimento gradual do fim de um plano até o desaparecimento integral da imagem, o “fade-in”, de forma oposta, ilumina gradativamente o plano a partir da escuridão integral até ao advento de uma imagem totalmente visível (Bordwell e Thompson, 2008, p. 478; Reisz, Millar, 2010, p. 335; Thompson, Bowen, 2009, p. 6).

As referidas características exercem uma “significância” considerável sobre o ritmo do produto (Pudovkin, 1954, p. 35). A partir de uma expressão “mais pronunciada da pausa” face à continuidade (Reisz, Millar, 2010, p. 204) é estabelecida uma separação da sequência em “motivos independentes”. Como tal o dissolver “interrompe o fluxo narrativo selando a ação” anterior e posterior. Este caráter que pode ser consequentemente utilizado tanto para “explorar a carga dramática a ser transposta entre planos, como para produzir a “pausa necessária” à reflexão da audiência conferindo à mesma um momento para “absorver o clímax dramático (Reisz, Millar, 2010, p. 204).

A nível mais particular Thompson e Bowen (2009, p. 86) determinam um conjunto de aplicações que a transição em questão pode servir. Nesse âmbito o “fade-in” pode não só estabelecer o início de um “capítulo, cena, sequência, ato” ou “programa” mas também pode ser utilizado para representar a “passagem do tempo” ou a “alteração de localização”. Paralelamente o “fade-out” ilustra uma antítese face ao caráter do “fade-in” servindo para estabelecer o fim de um “capítulo, cena, sequência, ato” ou “programa”. Porém pode manifestar uma “alteração no tempo” ou uma “alteração de localização”.

4.3.4.3. A CONTINUIDADE

Na era primordial do cinema este tipo de conceções não era considerada, tal facto pode ser observável através da análise do legado fílmico dos irmãos Lumière. Estes adotavam um “procedimento simples”. Após ser escolhido um sujeito de suposto interesse de gravação a câmara era colocada em frente ao mesmo, a gravação resultante era contínua e terminava apenas quando a fita se esgotava. Apesar de Méliès ter posteriormente produzido um conjunto de filmes mais sofisticados sob um plano teatral, as conceções de continuidade relacionadas com a construção fílmica viriam pela primeira vez a ser abordadas na obra The Life of an American Fireman (1903) de Porter (Reisz e Millar, 2010, p. 4, 5).

Como tal apesar da montagem se tratar de uma técnica descoberta “nos primeiros anos do cinema” esta não tinha até então sido aplicada de forma “consciente” e “sistematizada” (Cousins, 2004, p. 37). Assim uma das sequências do mencionado filme (The Life of an American Fireman) ilustra a chegada de um bombeiro ao exterior uma casa em chamas. A ação desenrola-se progressivamente através do corte e sequente mudança de perspetiva entre o interior e exterior da casa retratando o salvamento de uma mãe ao longo de vinte planos (Cousins, 2004, p. 37; Dancyger, 2011, p. 4). Contemporaneamente este é ainda considerado “o primeiro exemplo de montagem em continuidade ” (Cousins, 2004, p. 37).

Torna-se desta forma possível aferir que durante a década de 1900-1910 os realizadores “começaram a usar a edição” suportada sob um conjunto de “estratégias específicas” de cinematografia e ”mise-en-scène” com o intuito de organizar os planos. Esta nova lógica organizacional dos elementos fílmicos conferiu ao realizador a capacidade de contar uma história “coerente e clara” assegurando naturalmente uma “continuidade narrativa” (Bordwell, Thompson, 2008, p. 231).

Posto isto, apesar do produto final emergir da “montagem de múltiplos takes” e diferentes posições de câmara, a designação “continuidade” no âmbito da edição é intrínseca à ilusão de que cada cena se desenrola sobre uma continuidade de epaço e tempo (Lewis, 2014, p. 144).

Assim a continuidade está conexa ao termo “suavidade” uma vez que o tipo de edição em questão procura criar um encarreiramento suave de imagens Pearlman (2009, p. 164, 165), porém essa continuidade encontra-se dependente a um conjunto de “técnicas específicas”, a saber, o “eixo de ação” (“*axis of action*”), o “corte transversal” (“*crosscutting*”), o “cut-in”, o “plano de estabelecimento” (“*establishing shot*”), a “correspondência no olhar” (“*eyeline match*”), a “correspondência de ação” (“*match on action*”), o “plano de restabelecimento” (“*reestablishing shot*”), a “direção de ecrã” (“*screen direction*”) e o “plano/ contra plano” (“*shot/reverse shot*”) (Bordwell, Thompson, 2008, p.477; Bordwell, Thompson, 2003, p.733).

Paralelamente Lewis (2014, p. 144) adicionalmente a todas as técnicas avançadas por (Bordwell, Thompson, 2008, p. 477) distingue a “edição em paralelo” (“*parallel editing*”) como elemento criador da continuidade.

As linhas de atenção devem portanto ser "compreendidas, estabelecidas e respeitadas" uma vez que delas depende a receção e perceção do espaço por parte da audiência. Torna-se, deste modo, "extremamente importante" a tomada de consistência acerca destas linhas ao longo da edição da cena. Perante este facto é normalmente utilizada uma técnica reconhecida por um variado conjunto de denominações "linha dos 180 graus" ("180 degre line"), "linha imaginária" ("imaginary line"), "Linha de ação" ("*action line*"), "linha de eixo" ("*axis line*") (Thompson, Bowen, 2009, p. 102) ou "linha de centro" ("*center line*") (Bordwell, Thompson, 2008, p. 232).

Nesse âmbito Thompson e Bowen (2009, p. 44) adotam ambos os termos "eixo de ação" e "linha imaginária" como forma de descrever a "linha de visão" que atravessando o cenário ou localização define as direções do enquadramento, ou o "seu lado esquerdo e direito".

Este facto demonstra como a continuidade espacial depende do eixo de ação transversalmente considerado como uma linha central sobre a qual o realizador deve planear, filmar e editar os planos (Bordwell, Thompson, 2008, p. 232, 233). Esta subordinação do realizador está intimamente ligada com a "definição de direção" pois esta dita o lado de ação que a câmara deve captar. É desta forma reiterado o vulto da linha imaginária, que não deve ser transposta, uma vez que tal circunstância provocaria uma "inversão na direção de ecrã estabelecida" (Thompson, Bowen, 2009, p. 173).

Logo a linha é utilizada na manutenção de uma "direção de ecrã consistente entre as personagens, ou entre as personagens e um dado objeto dentro do espaço estabelecido" (Proferes, 2008, p. 4). Conjuntamente a dimensão do eixo de ação pode ser alargada, isto é, através do mesmo pode ser determinado um "meio círculo ou uma área de 180 graus" sobre o qual a câmara pode ser colocada de modo a captar a ação (Bordwell, Thompson, 2008, p. 232).

O mesmo será afirmar que esse meio circulo forma aquela que é designada como a "regra dos 180 graus" que por sua vez estabelece um "arco" imaginário sobre um dos lados da ação, estando os planos subsequentes inerentes ao pré estabelecido semicírculo (Thompson, Bowen, 2009, p. 171).

No entanto "é possível" transpor a linha de ação com relativa "impunidade" ressalvando que audiência esteja constantemente ciente da localização da personagem em relação

com a sua envolvente. Tal facto pode ser observado em situações de diálogo entre personagens (Proferes, 2008, p. 6).

Deste modo os sistemas de continuidade demonstram a forma como a edição consegue "dotar a narração de imagens com uma vasta extensão de conhecimento". Se um corte pode guiar o espetador sobre "qualquer ponto do lado correto do eixo de ação" a edição pode igualmente criar "omnisciência" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 244). Nesse sentido emerge a técnica de "corte transversal" ("crosscutting"), um género de edição que "alterna planos de duas ou mais linhas de ação" ocorrentes em diferentes locais "normalmente em simultâneo" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 477).

Através deste corte sucessivo entre os "dois lados da ação" é conferida ao espetador a capacidade de se manter em contacto com a personagem e o seu contexto (Pearlman, 2009, p 234, 235). Como tal e devido às suas características esta técnica é observada como ferramenta dinâmica (Dancyger, 2011, p. 384).

Nesse domínio o "corte transversal" possui a capacidade de aumentar a atividade da mente do espetador condicionando-o a conjeturar, de forma consciente ou inconsciente, acerca do desenvolvimento narrativo do enredo (Pearlman, 2009, p 234, 235). Traduz-se portanto numa ferramenta com a capacidade de criar sequências" extremamente poderosas" (Dancyger, 2011, p. 292).

Tal "edição em paralelo" (corte transversal), manifesta-se assim como uma forma "comum" através da qual a imagem em movimento constrói uma variedade de espaços conferindo ao espetador não só um "conhecimento absoluto" da informação "causal" e "temporal" mas também "espacial" através da alternância dos planos. Este facto significa que apesar de o corte transversal condicionar a criação de uma "certa descontinuidade espacial" esta mistura a ação através da "criação de um sentido de causa efeito e simultaneidade temporal" (Bordwell e Thompson, 2008, p. 229, 244).

Adicionalmente, a técnica de "plano/contra plano" ("*shot/ reverse shot*"), uma das mais comuns (Mamer, 2009, p. 32) e fundamentais técnicas de edição (Barsam, 2010, p. 341) apresenta um caráter semelhante à técnica de "corte transversal" estando identicamente assente numa lógica de "edição paralela" ou "corte transversal" entre planos (Mamer, 2009, p. 558).

Deste modo o “plano/contra plano” pode ser identificado como a edição conjunta entre dois ou mais planos que entre si “alternam personagens normalmente numa situação de diálogo” (Bordwell, Thompson, 2008, p. 480). É desta forma percetível que a referida técnica opera “eludindo” o olhar da audiência em função da associação entre distintas imagens de que podem consistir, por exemplo, num diálogo entre personagens que podem ter sido por sua vez captadas num local e tempo completamente distintos (Barsam, 2010, p. 341).

Nesse sentido Mamer (2009, p. 252) define o “plano/contra plano” como o processo de captação da totalidade do diálogo de uma personagem e a posterior alternância de perspetiva, através do contra plano, que enquadra a totalidade do diálogo da outra personagem.

Se por um lado Eisenstein “evitava a ilusão cinemática dos padrões de edição de plano-contra plano” não almejando “ser um realizador invisível” não se interessando consequentemente pela “edição invisível”, Robertson (2009, p. 182, 183) de forma contrastante Belton (2006, p. 238) defende que Hitchcock “compreendia e dominava os princípios básicos da edição em suspense” executando os pontos de vista de “plano/ contra plano” de forma “elegante”.

Adicionalmente a técnica de “Cut-in” também denominada como “inserção” (“*insert*”) (Rabiger, 2008, p. 95) traduz uma forma distinta de fomentar a continuidade. Neste caso através de uma mudança “instantânea” de um “enquadramento afastado” para uma visão mais próxima de uma “porção do mesmo espaço” (Bordwell Thompson, 2008, p. 477).

Este tipo de “estreitamento” no plano deve ser composto sob uma subordinação ao eixo estabelecido no “plano mais amplo original” (Thompson, Bowen, 2009, p. 177), como tal é observável que os “cut-in” descrevem, de forma mais “aproximada”, ações exibidas no “enquadramento mestre do plano” interpolando-o (Kindem, Musburger, 2005, p. 100).

Estes podem assim ser alcançados através de uma lente de longa distância focal ou, alternativamente, através de um posicionamento “mais próximo” da câmara (Thompson, Bowen, 2009, p 177).

Na mesma linha conceptual outra técnica de edição em continuidade, grandemente relacionada com a cinematografia, consiste no “plano mestre” (“master shot”). Este

estabelece basicamente o conteúdo geográfico e humano da uma cena mestre (Rabiger, 2008, p. 533). O estabelecimento desse tipo de conteúdo é “habitualmente“ conseguido através de um “enquadramento mais distante” que apresenta as “relações espaciais estabelecidas entre as principais figuras objetos e cenários numa cena” (Bordwell, Thompson, 2003, p. 733).

Conceptualmente o “plano mestre” ou “plano de estabelecimento” pode ser observado como uma “técnica” através da qual o realizador “encena a cena” de forma análoga à arte teatral. Através desta analogia Mamer (2009, p.31) reitera a forma como o “plano mestre” enquadra todas as componentes da cena de forma conjunta.

Esta abordagem é, por seu turno, habitualmente associada ao “efeito Kuleshov” (“Kuleshov effect”) o qual demonstra a forma como um plano de estabelecimento pode condicionar o espetador a inferir relações espaciais e temporais de continuidade através planos de “elementos separados” (Bordwell, Thompson, 2003, p. 122).

A nível complementar surge o “plano de restabelecimento” (“reestablishing shot”), ou seja, a edição pode proceder à alternância entre planos retomando posteriormente a visão inicial como forma de resgatar a perspetiva cénica sobre a ação, ou, a “visão objetiva” da mesma tornando essa ação “perfeitamente clara por parte dos espetadores” (Corrigan, White, p. 144).

De forma análoga, e considerando que o realizador deve cuidar uma captação coerente dos elementos que permitam uma posterior ação de edição (Thompson, Bowen, 2009, p. 111), uma “importante noção” associada à fase de captação de conteúdo para posterior edição consiste na “relação de olhar” (“eyeline match”).

Assim a “relação de olhar” é, no contexto em questão, uma nomenclatura utilizada na descrição de uma “técnica de edição” que retrata o olhar de uma dada personagem, ou personagens, face ao “exterior do ecrã” (“offscreen”) estendendo o “mundo da história implícito para além do enquadramento” (Stadler, McWilliam, 2009, p. 109, 110).

Após esse plano, a técnica de “relação de olhar” dita que o plano subsequente deve apresentar à audiência “aquilo que a personagem vê” unindo e estabelecendo por fim o espaço de ecrã entre ambos os planos (Villarejo, 2007, p. 47).

De forma coerente Bordwell e Thompson (2003, p. 733) defendem que a respetiva técnica é materializada através do corte que separa ambos os planos estabelecidos sob uma relação intrínseca ao princípio do eixo de ação.

O mesmo será dizer que a relação de olhar se apropria da "linha de atenção ou de visão" de um plano "prendendo-o diretamente" com um objeto num novo plano. Desta forma a audiência adquire a capacidade de estabelecer uma linha imaginária a partir dos olhos de uma personagem face ao objeto posicionado no plano posterior (Thompson, Bowen, 2009, p. 111).

Logo se um plano apresenta uma personagem a olhar para algo ou alguém, o plano seguinte deve apresentar esse mesmo algo ou alguém para o qual a personagem do primeiro plano olhava (Lewis, 2014, p. 144). Porem um especial cuidado deve ser garantido a este tipo de relação pois se, ilustrativamente a personagem olha para a esquerda, o plano sequente, embora fora do plano, deve sugerir o posicionamento dessa mesma personagem à direita (Bordwell, Thompson, 2003, p. 733).

Como tal se o primeiro plano "estabelece uma expetativa" o plano posterior "satisfaz essa espectativa" numa relação que é tanto mais eficaz se o segundo plano corresponder ao ponto de vista ou "advantage shot" da personagem no plano precedente. Dado o caso é criada uma "ilusão de concepção e associação à personagem por parte da audiência (Thompson, Bowen, 2009, p. 111).

Se a "relação de olhar" estabelece uma noção de continuidade entre dois planos a "relação de ação" ("match action") trata-se paralelamente de uma poderosa "técnica de "continuidade espacial, (Bordwell, Thompson, 2008, p. 236) intrínseca à ideia de continuidade fundada através da transição de movimento entre planos (Stadler, McWilliam, 2009, p. 110).

Nesse sentido Bordwell e Thompson (2003, p. 735) definem a "relação de ação" como um "corte em continuidade" que "une dois planos do mesmo género" fazendo transparecer, ou criando a ilusão de um movimento contínuo e interrupto. A nível convergente (McElhaney, 2006, p. 54) defende que a técnica ou "método" em questão ópera de forma a ligar movimentos ao longo de uma articulação de planos sendo que os cortes aparentam "emergir diretamente das ações".

A nível ilustrativo se uma personagem se ergue no plano 1, a captação da ação pode desenrolar-se sobre um múltiplo conjunto de formas. Uma das abordagens à ação poderia captar o momento no qual a personagem se ergue, inicia o seu movimento e pára, cortando-se neste instante para o plano 2. Alternativamente o início do movimento poderia ser retratado no plano 1 cortando-se posteriormente para o plano 2 que apresentaria a continuação desse mesmo movimento. Logo contrariamente ao primeiro exemplo, o segundo caso encontra-se inerente às lógicas de continuidade de movimento, como tal ocorre um "relação de ação" (Bordwell, Thompson, 2008, p. 236).

Um dos objetivos capitais deste tipo de relação entre planos trata-se do afastamento da ansiedade concebida pela descontinuidade que pode distrair a audiência face à história (Villarejo, 2007, p. 47).

Paralelamente é possível alcançar uma ilusão de continuidade através de uma "continuidade de movimento" ou seja a manutenção da direção de ecrã face ao movimento do "sujeito" ou "talento" ao longo da transição entre planos (Thompson, Bowen, 2009, p. 42).

Apesar da não linearidade da construção fílmica o realizador detém a responsabilidade de apresentar perante a sua audiência, um "mundo" em imagens percetíveis e em conformidade face a um conjunto de constantes, ou "regras físicas do mundo como, cima e baixo, esquerda direita, proximidade, longinquidade ente outros" (Thompson, Bowen, 2009, p. 97).

Como tal é possível alcançar uma ilusão de continuidade através de uma manutenção da direção de ecrã face ao movimento do "sujeito" ou "talento" dentro do enquadramento (Thompson, Bowen, 2009, p. 42). Logo é percetível a subordinação da continuidade narrativa face à concepção de "direção". A manutenção da direção de ecrã assume, desta forma, um caráter "crítico" ao evitar a confusão por parte da audiência e ao distinguir as características das personagens (Dancyger, 2011, p. 375).

Assim por "direção de ecrã" podem ser entendidas "a direção na qual o assunto se move na extensão do enquadramento" (Thompson, Bowen, 2009, p. 191).

Paralelamente Bordwell e Thompson (2008, p. 480) descrevem a concepção em questão como as "relações entre os lados esquerdo-direito numa cena" por sua vez

“estabelecidos num determinado plano e determinadas pelas posições das personagens ou objetos no enquadramento”.

A nível ilustrativo se uma personagem inicia um movimento em direção ao lado esquerdo do enquadramento o movimento da respetiva personagem concretiza a direção de ecrã à esquerda. Este facto, de forma consequente condiciona o sucessivo plano face à apresentação da entrada da personagem à direita do enquadramento, “prosseguindo o seu percurso na direção de ecrã análoga” (Thompson, Bowen, 2009, p.191).

Sob esta perspetiva o conceito da direção de ecrã “entra em ação quando uma personagem abandona um plano e tem que reentrar noutro” interligando-se dessa forma os espaços separados através da direção de movimento (Mamer, 2009, p.43).

O momento de corte específico da técnica em questão é condicionado pela moção no plano pois ocorre no momento da saída do objeto ou personagem do plano 1 e na entrada da mesma no plano 2. A continuidade é assim preservada dado que da junção entre as ações de saída e entrada, se bem efetuada, parece surgir um único plano contínuo. Porém se a personagem muda de direção essa mudança deve figurar de forma de forma explícita no plano (Dancyger, 2011, p. 375).

4.3.4.4. A EDIÇÃO DIGITAL NÃO LINEAR

O filme e o vídeo, consideradas duas das “formas artísticas mais tecnologicamente dependentes” do último seculo têm vindo a sentir uma “profunda” aceleração face à mudança. Nesse âmbito a mutação da vertente analógica para o digital acarreta “enormes implicações” (Dancyger, 2011, p. 391).

Uma das alterações “mais expressivas” no âmbito da edição traduz-se pela “emergência da edição digital não linear”. Assim, se durante décadas o processo de edição se traduziu pela manipulação, corte e junção física e manual da fita, contemporaneamente os editores fruem de uma tipologia de edição em sistemas não lineares baseados na tecnologia computacional” (Corrigan e White, p.140), ou seja em sistemas de hardware e *software* (Mamer, 2009, p. 450).

Este facto viabilizou um decréscimo no risco de danificação do produto pois os editores adquirem a capacidade de “fazer, desfazer e refazer” sem danificar o ficheiro bruto.

Simultaneamente a liberdade de edição traduz-se pela manipulação “precisa” do “timing, ritmo e trajetória” da conjugação de planos e cortes (Pearlman, 2009, p 138).

O mesmo será afirmar que as tomas individuais podem ser “ facilmente organizadas e instantaneamente acedidas”. Paralelamente a componente áudio pode ser indexada à componente visual e os “efeitos óticos podem ser imediatamente visualizados” sobre o projeto. Conjuntamente aos benefícios anteriormente citados a questão económica ou “acessibilidade económica” deve ser apontada como particularidade adicional da edição digital não linear. Como tal a contemporânea fórmula de edição deixa antever características de “flexibilidade e eficiência” às quais pode ser conexa a noção de “acessibilidade económica” (Corrigan, White, p. 140).

Dado o exposto os sistemas de edição não linear têm vindo a tornar-se a “norma” face à “vasta maioria dos profissionais, independentes e amadores”. Porém apesar do sistema de edição caracteristicamente digital ter “suplantado” a abordagem tradicional os conceitos dessa forma convencional de edição continuam a desempenhar um “importante papel na produção geral” do vídeo (Mamer, 2009, p. 346).

Torna-se no entanto relevante destacar que “muita” da evolução no contexto da edição é “aplicável a ambos, ao filme e ao vídeo”. Dado o exposto “um corte de um plano longo para um plano próximo motiva um impacto similar em ambos os media”. Logo, a diferenciação entre os mesmos consiste na respetiva “tecnologia implicada de modo a executar o corte físico” (Dancyger, 2011, p. xxii).

Todas as “técnicas/ferramentas” de edição vídeo, desde a edição em fita à edição digital não linear “têm algo em comum”, isto é, independentemente de qualquer abordagem tecnológica a edição “tem como fim a construção de uma história” de forma a ser “apresentada a uma audiência. Assim os editores têm sido ao longo do tempo “artesãos habilidosos”, “técnicos” e “contadores de histórias” sendo que a tecnologia pelos mesmos utilizada tem sido “simplesmente um meio para atingir um fim”. O mesmo será dizer que independente da tecnologia utilizada para a edição, o editor contínua a ser a força criativa atrás do processo de construção (Thompson, Bowen, 2009, p. 166).

4.4. A MUDANÇA DE PARADIGMA TECNOLÓGICO – O VÍDEO DIGITAL

O ato de visionar uma obra audiovisual encontra-se intimamente relacionado com aquilo que sucede no ecrã em detrimento da sua tecnologia, ou seja, aquilo que é visto assume

o protagonismo. Esta trata-se segundo (Barsam, 2010, p. 462) de uma característica única desse tipo de media ou “forma artística”. No entanto um conhecimento acerca das propriedades técnicas do meio poderá fomentar um “melhor entendimento” da forma como o filme é feito.

A história da imagem em movimento, “consiste numa fábula de inovação” com mais de cem anos, uma história técnica paralela ao legado fílmico instituído pelos realizadores e a forma como estes “traduzem as histórias em imagens e movimento”. Deste modo, e sendo descrito como uma das mais tecnológicas “formas de arte”, a substancialização do filme sempre dependeu da tecnologia. Porém para Abrams, Bell, Udris (2001, p. 75) essa inovação tecnológica nem sempre é “bem-vinda” no contexto do filme. Esse facto prende-se ao desequilíbrio e o risco financeiro que a adoção dessas mesmas tecnologias pode acarretar.

De forma contrária Grant (2006, p. 197), perspetiva que desde a invenção da imagem em movimento as indústrias cinematográficas têm estado intrinsecamente dependentes de “uma corrente de desenvolvimento tecnológicos” como meio de “maximização do processo de produção”, “aumento de lucros” e “sedução da audiência”.

Por sua vez o progresso tecnológico em questão decorreu de forma “mais subtil e gradual” do que à partida pode aparentar. Aliás “as bases da produção fílmica” mantiveram-se relativamente “inalteráveis por uma boa parte do passado século” sendo que a indústria apenas nas “últimas décadas começou a explorar novas alternativas à forma convencional fílmica” bem como às suas “técnicas de edição e de câmara” (Grant, 2006, p. 197).

A nível da produção e prática fílmica os processos tradicionais desaparecem dando lugar a novas formas digitais de manipulação de imagem. Assim, a tecnologia vídeo tem vindo a evoluir de forma radical. De forma a acompanhar o rápido desenvolvimento tecnológico, todos os envolvidos no contexto fílmico travam uma constante e “valente luta”. Como tal a evolução tecnicista, no âmbito das indústrias relacionadas ao material fílmico, sofrem efeitos ”materiais e laborais” bem como transformações de mercado (Kipnis, 1998, p. 595, 596).

Logo, como em qualquer indústria baseada no digital, a indústria vídeo “confia” nos avanços tecnológicos como forma de “facilitar a produção e distribuição do produto”. A tecnologia tem vindo naturalmente a alterar o próprio conceito fílmico bem como as suas

formas de consumo (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 425). Esse facto prende-se por sua vez com as características do próprio vídeo digital. Assim, tecnologicamente o vídeo digital envolve um "processo eletrónico que gera as imagens através de um conjunto de sistemas de pixéis (*system of pixels*)" representados através dos códigos binários, "centenas de dígitos armazenados num cartão flash ou na hard drive de um computador" (Barsam, 2010, p. 465).

No mesmo sentido Schenk e Long (2012, p. 36) definem o vídeo digital como um "conjunto de sinais eletrónicos captados (gravados) por uma câmara num determinado media" sendo que o conjunto de sinais do vídeo digital são composto por "*Tracks*, *frames*, *scan lines*, pixéis e amostras de som". Esse conjunto constituinte do vídeo digital é representado à semelhança com outras formas de comunicação digital, por "código binário, ou bits" (Madhow, 2008, p. 1).

No contexto da produção fílmica esta inovação faz-se sentir de dois modos. Em primeiro lugar a manipulação de novas ferramentas, ou "a utilização das novas tecnologias como forma de criação"; em segundo lugar a forma como é visualmente patente o reflexo do uso das mesmas (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 76). Deste modo a adoção do digital por parte da indústria fílmica envolve um "conjunto de considerações comerciais e estéticas" (Abrams, Bell, Udris, 2001, p. 85).

No entanto para melhor compreender o vídeo digital este deve ser analisado face a uma comparação sobre as suas predecessoras formas de representação (Brown, 2012, p. 148). Deste modo a tecnologia fílmica primordial encontra-se conexa a um tipo de processo analógico. Neste a câmara cria a imagem através da luz irradiada pelo assunto posteriormente armazenada sob aquele que, após o devido tratamento, se pode designar como "rolo negativo de filme" (Barsam, 2010, p. 462).

De outo modo, esse processo é conseguido pela exposição da pelicula à luz proveniente da abertura da lente. Essa exposição luminosa motiva uma reação química nas fotossensíveis partículas de halogeneto de prata do filme as quais, após um banho numa solução química, produzem o negativo. Deste modo esse tipo de criação de imagens fílmicas "envolve processos fotográficos e químicos" (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 133).

Logo, se a pelicula é algo de material, a representação típica do digital é virtual (Barsam, 2010, p. 466). Face a esta característica encontram-se inerentes à materialização do

filme em película um conjunto de desvantagens relacionadas sobretudo com os custos e rapidez de produção (Pramaggiore, Wallis, 2008, p. 133).

Por sua vez o vídeo analógico “contrariamente à imagem fotográfica” é representado por pixéis (ou “picture elements”), um conjunto de pequenos pontos que em conjunto produzem a imagem num ecrã vídeo. Singularmente estes pixéis são inexpressivos, no entanto quando a tecnologia eletrónica ordena estes pixéis de forma conjunta estes formam a imagem que gravada em fita pode ser representada no ecrã (Barsam, 2010, p. 465).

O vídeo analógico é assim baseado naqueles que são designados como “sinais de variável contínua” (“continuosly variable signal”), ou seja voltagens flutuantes armazenadas em fita magnética ou outro tipo de media. Por sua vez esta variância na voltagem elétrica mimica uma “onda de variável contínua” (“continuously varying wave”). No vídeo a oscilação da amplitude de onda (“voltagem”) e da “frequência” transportam informação visual ou sonora (McKernan, 2005, p. 17; Ribeiro, 2012, p. 171).

Como tal, o vídeo analógico é caracterizado como a codificação de um sinal elétrico sobre uma fita vídeo (“vídeotape”) convencional (Mamer, 2009, p. 444).

Apesar da sua quase extinção, o vídeo analógico foi desde a sua invenção o *standard* da representação vídeo durante mais de 50 anos. Assim antes do advento computacional o vídeo era representado de forma analógica (Brown, 2012, p. 148).

Através de um conjunto de pontos-chave Ribeiro (2012, p. 181, 182) evidencia a vantagem inerente à abordagem digital em detrimento do vídeo analógico. É primeiramente referida a capacidade de manipulação dos produtos representados sobre este formato “em particular por intermédio de aplicações de *software*”. Paralelamente a possibilidade de armazenamento deste tipo de conteúdos “em sistemas de ficheiros, bem como em base de dados” consiste noutra mais-valia conferida pela digitalização do vídeo digital em conjunto com a capacidade de transmissão ou partilha do vídeo digital em redes de computadores tais como a intranet, internet ou RDIS (Rede Digital Integrada de Serviços). A quarta e última vantagem apontada destaca a capacidade de duplicação deste tipo de dados “de forma rápida e sem erros”.

4.4.1. A COMPONENTE ÁUDIO

Aquilo que no âmbito vídeo pode ser compreendido como "conteúdo", pode abranger um elemento adicional que, não raras vezes, é descorado, neste caso o "som" ou "áudio" (Tully, 2002, p.131) que não obstante é geralmente considerado como 50% de um produto ou experiência vídeo (Tomaric. 2008, p. 303 ; Schenk e Long, 2012, p. 40).

Deste modo, o "som" pode ser entendido como o conjunto de "variações na pressão do ar originadas pelas vibrações de uma dada fonte" por sua vez medidas em decibéis (ou "db") (Tomaric. 2008, p. 303).

Por seu turno, a perceção das características do som podem ser entendidas através de um conjunto de nomenclaturas como "Nível", alto baixo ou intermédio; "Frequência" ou "velocidade" relativa ao número de ondas sonoras produzidas por segundo; "Intensidade" dependentes do termo associado "amplitude", grau de movimentação do ar ou outro meio; e a "Qualidade" que compreende igualmente termos relacionados como o "timbre", "textura" ou "cor" (Barsam, 2010, p. 373, 374).

Entretanto, para Kindem e Musburger (2005, p. 104), existe um conjunto de "três perspetivas estéticas" a partir das quais o som ou áudio podem ser observadas. A saber, a perspetiva "realista", que utiliza o som como meio para "estimular uma ilusão de realidade" contribuindo para o "estímulo e reafirmação" da componente visual; o "modernismo" que divide o som da imagem representada em busca da criação "impressões e sentimentos mais viscerais"; e o "pós modernismo" que procura envolver a audiência "tanto quanto possível" através da sua participação.

Nesse âmbito e de forma global, devem ser consideradas três "categorias gerais" constituintes daquilo que se considera a essência do som, entre elas, a "voz, os efeitos sonoros e a música" (Dancyger, 2006, p. 97).

Adicionalmente à voz do ator (ou narração), a música/banda sonora, pode ser considerado por Schenk e Long (2012, p. 337) como "uma das ferramentas mais poderosas" à disposição do realizador visto que pode indicar o caráter da cena. Isto é, pode fazer transparecer as indicações acerca da forma como o ouvinte deve interpretar um momento, desde o "estabelecimento da localização" ao "estabelecimento da atmosfera" (Schenk, Long, 2012, p. 337).

Conjuntamente os efeitos sonoros também denominados como “SFX” ou “ambiente” são entendidos como a “captação não síncrona de sons” potencialmente úteis à consolidação da banda sonora (Rabiger, 2008, p. 408). Nesse sentido os referidos efeitos sonoros podem ajudar a estabelecer os “eventos chave e ambientes” em conjunto com o restante conteúdo vídeo (Tomaric, 2008, p. 367).

Dessa forma a escolha de um determinado ambiente irá afetar de “forma expressiva o impacto global da cena”. Por conseguinte enquanto a consolidação do áudio bem como do tom da cena se pode revelar a “melhor opção”, uma escolha sonora inusitada pode obter “resultados esplêndidos” (Schenk, Long, 2012, p. 336).

Porém antes das imagens em movimento se tornarem “tecnicamente exequíveis” já era praticável a captação de áudio digital (Tully, 2002, p. 133).

Como tal, e partindo-se da particularização do áudio enquanto parte constituinte do conteúdo vídeo, torna-se percetível a uniformidade perante a conjuntura respetiva à representação digital visual. Isto é, o áudio digital constitui “simplesmente uma alternativa de transporte de informação áudio”. Assim sendo que um “gravador digital ideal” possui as mesmas características de um “gravador analógico ideal”, ambos são “totalmente transparentes” e reproduzem a onda sonora “sem erro” (Watkinson, 2001, p. 3, 4).

Contudo as vantagens do áudio digital prendem-se maioritariamente ao processo de criação em detrimento da qualidade final do produto. Assim o áudio digital proporciona “todos os benefícios inerentes a qualquer tipo de dados digitais”. Neste âmbito podem ser referidos as já nomeadas características de “portabilidade, maleabilidade” e capacidade de reprodução, superiores face ao precedente método analógico. Permitem assim uma mais “fácil e eficaz” transmissão edição e reprodução (Tully, 2002, p. 135), tudo a um custo monetário “muito mais reduzido” (Watkinson, 2001, p. 4).

Tecnicamente os gravadores digitais procedem à amostragem da onda áudio “centenas de vezes por segundo” convertendo posteriormente o “resultante sinal num código binário”, desta forma e à semelhança de qualquer processo digital, quanto maior for a taxa de amostragem melhor será a qualidade do áudio (Tomaric, 2008, p. 304). Nesse sentido também Tully (2002, p. 135) defende que os dados digitais consistem “apenas em series de zeros e uns”.

Transversalmente a tecnologia digital criou uma nova “palete” possibilitando a criação de sons “mais realistas” ou “além do real” (Tully, 2002, p. 136).

Dado o exposto, Tomaric (2008, p. 303) defende que um mau áudio pode “arruinar” uma produção vídeo e que por isso a captação áudio deve ser entendida como uma “forma de arte”. Nesse caso um “bom áudio” detém a capacidade de “hegemonizar a atmosfera”, criar um tom dramático ou posteriormente colmatar eventuais problemas de edição (Schenk, Long, 2012, p. 266).

No mesmo sentido Kindem e Musburger (2005, p. 104) reiteram que um mau áudio pode condicionar “a destruição do impacto de elementos visuais de alta qualidade” tratando-se, à vista de tal facto, num integrante “extremamente importante na produção dos media”. Assim, o som funciona de forma “milagrosa na imaginação e recetividade” de cada um podendo influenciar de variadas formas o recetor ou ouvinte (Rabiger, 2008, p. Rabiger, 2008, p. 203).

4.4.2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DO VÍDEO

4.4.2.1. OBTENÇÃO DE VÍDEO DIGITAL

As sequências de vídeo digital, com capacidade de integração num produto multimédia, podem ser conseguidas segundo Ribeiro (2012, p. 7) através de dois métodos distintos. Por um lado a digitalização de um vídeo captado através de uma câmara analógica, por outro através da utilização de um vídeo captado por uma câmara digital à partida.

Portanto no caso específico digital a “captura vídeo” é efetuado através de um processo no qual “vídeo em bruto” (“raw”), proveniente de uma câmara ou fita, é transferido para um ficheiro computacional permeável à manipulação por parte dos sistemas de edição ou produção (Simpson, 2008, p. 366). Recorde-se quanto ao exposto no capítulo “4.3.5.4.” relativamente à edição não linear no sentido em que este só se tornou possível graças a intervenção de processos computacionais.

Tanto no filme como no vídeo a câmara é construída tendo como elementos essenciais “uma lente e um dispositivo fotossensível” que “espelhe” a forma como o mundo é percebido pela visão (Poynton, 2012, p. 7). Porém a evolução tecnológica condicionou tanto a evolução da câmara como dos meios de armazenamento face a um “estado

inteiramente digital” no qual o sinal se mantem digital todo o trajeto, desde “o sensor digital até à fita digital” (Leathers, 2002, p. 72)

O vídeo digital necessita naturalmente de “algo” que desempenhe a mesma função do “filme”. Deste modo alternativamente à gravação de “padrões de luz e sombra” sobre a forma de fita, o vídeo digital recorre a um conjunto de “sensores eletrónicos” que desempenham essa função.

Nesse âmbito são especialmente usados dois tipos de sensor, o “CCD (Charge-Coupled Device)” e o “CMOS (Complementary Metal Oxide Semiconductor)” (Brown, 2012, p. 150).

Tal como na emulsão do filme através das partículas de halogeneto luminosamente expostas, o “CCD” necessita de um número mínimo de protões de forma a ocorrer uma transformação (Brown, 2012, p. 150). Assim o “CCD” pode ser considerado um “tipo especial de chip capaz de converter a luz em sinais eletrónicos” com a capacidade de armazenamento em fita (Schenk, Long, 2012, p. 448). Deste modo as câmaras baseadas na tecnologia do chip “CCD” podem não ser consideradas “aparelhos verdadeiramente digitais” visto não existir qualquer tipo de codificação ou quantificação (Schubin, 2002, p. 11).

Transversalmente no caso do sensor de imagem “CMOS”, cada “transdutor fotossensível” (“photosite”) possui um “fotodíodo” (“photodiode”) que converte os “fotões incidentes” em eletrões, uma carga elétrica que pode ser interpretada ou gravada sobre o formato de imagem digitalizada. Este é considerado “o tipo mais comum” de tecnologia “semicondutora microeletrónica” analógica ou digital” (Poynton, 2012, p. 603).

O processo de conversão de qualquer um dos “antigos media” em “novos media” denomina-se digitalização e passa pela conversão dos dados contínuos para a conversão numérica (binária) dos mesmos. Para isso Manovich (2002, p. 50, 51), Ribeiro (2012, p. 31), Poynton (2012, p. 8) e Schenk e Long (2012, p. 6) apresentam dois passos, a "Amostragem" (“sampling”) e "quantização" (“quantization”).

A digitalização de um objeto media requer a sua desfragmentação em amostragens regulares "realizadas num determinado tempo e espaço de acordo com um procedimento específico" através dos quais serão recolhidos um determinado conjunto

de valores (Manovich, 2002, p. 50,51) finitos assumidos pelo sinal analógico (Ribeiro, 2012, p. 31).

Este tipo de amostragem permite a conversão dos dados contínuos (caracteristicamente tradicionais) em dados discretos sendo que a sua qualidade depende da resolução ou frequência de amostragem. Deste modo quanto mais frequente for a amostragem melhor será a qualidade do produto media transformado em dados discretos (melhor será a representação dos media em dados discretos). Assim torna-se necessário perceber que a representação discreta é traduzida pela apreensão de um determinado conjunto de medidas que serão enquadradas (por arredondamento) num conjunto (intervalo) rígido de valores possíveis (característica basilar da representação computacional), ou seja através da quantificação das amostras (Manovich, 2002, p. 50,51).

Por sua vez a quantificação pode ser analisada como "o processo pelo qual o sinal amostrado é convertido noutro sinal: o sinal quantificado" (Ribeiro, 2012, p. 31)

No caso específico do filme enquanto "antigo media" existe uma convergência natural entre a representação dos dados, discretos e contínuos, pois a representação da totalidade fílmica é sustentada num "conjunto de planos contínuos". Porém a referida amostragem não é quantificada facto fundamental à digitalização do media "filme". A representação discreta no filme "enquanto antigo media" baseia-se portanto no preceito semiótico fundamental para o processo de apreensão da imagem em movimento (Manovich, 2002, p. 50, 51).

Já no âmbito da conversão digital a "quantificação" refere-se "ao número de bits por pixel (bpp) ou bits por componente/canal (BPC)". Consiste naturalmente num processo de conversão de um "sinal analógico contínuo num set de níveis discretos" (Poynton, 2012, p. 7). Ou, de outra forma, o "mapeamento realizado entre a gama continua de valores do sinal analógico e os valores discretos da amostra" (Ribeiro, 2012, p. 182).

Consiste portanto na atribuição de um "nível numerário" discreto a cada intervalo de amplitude de um sinal cuja amplitude assuma uma gama de valores contínuos (Poynton, 2012, p. 37).

Por sua vez ao longo do processo de digitalização do vídeo analógico é "necessário lidar com grandezas que determinam a "qualidade final da sequência de vídeo digital",

nesse âmbito tanto a “taxa de amostragem” como a “dimensão de amostras” determinam a qualidade final da sequência digital (Ribeiro, 2012, p. 182).

Como tal a taxa de amostragem define o número de amostras tomadas a partir de um “sinal contínuo” (Brown, 2012, p. 149), Rice e Mckernan, (2002, p. 462) que são armazenadas por segundo, logo esta determina o espaço de armazenamento requerido de forma a guardar o vídeo digital bem como a taxa de transferência (“ data rate”) necessária para reproduzir esse mesmo vídeo com “qualidade”. Já a dimensão de amostras alude ao “número de bits utilizados para representar os valores amostrados” (Ribeiro, 2012, p. 182).

4.4.2.2. REPRESENTAÇÃO E COMPRESSÃO DO VÍDEO DIGITAL

A quantidade de informação armazenada por segundo é “determinada” pela taxa de transferência referente ao formato de representação vídeo (Schenk, Long, 2012, p. 49).

Existem nesse âmbito duas categorias classificatórias basilares no que se refere aos formatos de representação de vídeo digital, por um lado os formatos de “alto débito” (“high data rate ou HRT), por outro os formatos de “baixo débito” (“low data rate ou LDR”). Por “alto débito” entendem-se os formatos com um “grau de compressão muito baixo ou quase inexistente” caracterizados pela sua utilização na camada profissional, nomeadamente na pós produção do contexto vídeo, beneficiando para tal da “qualidade de imagem e facilidade de processamento”. Este tipo de formato de “alto débito” desdobra-se num conjunto de variantes possíveis, entre elas o “Digital Component Vídeo (ITU-R BT.601 conhecido por CCIR-601)” representando uma “família de formatos para vídeo digital por componentes” (Ribeiro, 2012, p. 184,185).

Assim sendo e em conjunto com as nomenclaturas “SDI, SMPTE 259 M, 270 Mbit”, “ITU-R BT.601” consiste no formato utilizado na produção do vídeo digital “*standard*”(Simpson, 2008, p. 67).

Um outro formato de representação de “alto débito” é o “vídeo digital composto” também utilizado pelo segmento profissional da conjuntura vídeo, nomeadamente pelos estúdios de vídeo profissional. Possui vantagens reconhecidas a nível de logística, não só pela “simplificando a cablagem necessária” mas também por se servir de um tipo de equipamento composto reconhecidamente mais “comum”. De forma convergente o formato “HDTV Digital” encontra-se indexado “a um conjunto de tecnologias cujo

objetivo é melhorar as normas de difusão PAL e NTCS". Assim este facto traduz-se pela melhoria da imagem traduzida pelos débitos binários ("data rates") mais elevadas das sequências de vídeo digital, fornecida pela HDTV em relação ao vídeo PAL e NTCS com débitos binários manifestamente inferiores (Ribeiro, 2012, p. 184,185).

Nesse âmbito Cianci (2007, p.4) defende que a HDTV (high-definition television, ou televisão de alta definição) quando visionada num "display capaz de suportar alta resolução e bit rates adequados" pode representar a realidade de forma suficientemente fidedigna como para condicionar uma experiência "imersiva", especialmente se o som inerente também cumprir um conjunto de requisitos. Pode-se então perceber a importância da qualidade de imagem no âmbito da representação do vídeo.

Paralelamente aos formatos "digital component vídeo", "digital composite vídeo" e "HDTV digital" apresentam-se os formatos "CIF" ("Common Intermediate Format") e "QCIF" ("Quarter CIF") ligados a uma vertente comunicativa interpessoal e portanto ligada ao conceito de videoconferência (Ribeiro, 2012, p. 184, 185; Simpson, 2008, p. 446).

Os formatos de "baixo débito" ("Low Data Rate ou LDR") traduzem-se por uma maior compressão dos dados vídeo destinando-se sobretudo a "aplicações multimédia interativas e a transmissão de vídeo sobre redes de comunicações" por videoconferência ou internet. Assim tratam formatos que procuram viabilizar a "utilização do vídeo em aplicações multimédia" reduzindo os elevados data rates característicos dos formatos de alto débito (Ribeiro, 2012, p. 187).

Contemporaneamente o progresso das capacidades computacionais e das capacidades comunicativas, aliadas a uma maior consciência tecnológica, condicionam um "aumento dramático" da exigência sobre os sistemas computacionais e suas aplicações (Hanzo, Cherriman, Streit, 2007, p. 1).

Do mesmo modo as câmaras digitais capacitam a geração de uma "grande quantidade de dados" capazes de alcançar um rácio de centenas de megabytes por segundo (Brown, 2012, p. 152). Nesse sentido Poynton (2012, p.147) aponta que um processo direto de armazenamento ou transmissão de vídeo digital exige uma capacidade ("data capacity") "bastante elevada", neste caso podendo alcançar os "20 megabytes por segundo para SD" ou "cerca de 120 megabytes por segundo para o HD".

Para coadjuvar a gestão deste “enorme quantidade” de fluxo de dados (“data flow”), “quase todas” as câmaras ou *software*s de gravação utilizam uma qualquer forma de compressão (Brown, 2012, p. 152). Os formatos de “alto débito” podem ser portanto convertidos em formatos de “baixo débito” permitindo ao vídeo assumir as competências desse mesmo formato (Ribeiro, 2012, p. 187).

A compressão de dados de vídeo diz nesse âmbito respeito ao processo pelo qual uma quantia de dados, utilizados para representar um vídeo, é reduzida de forma a encontrar um ponto de tangência para com o requisito da taxa de transmissão ou “taxa de bits” (“Bitrate”) em questão (Shi e Sun, 2008, p. 3). De forma convergente Poynton (2012, p. 147), aponta o objetivo da compressão de dados como a “redução do número de bits” necessários para representar ou transmitir um conjunto de dados. De outro modo o objetivo da conversão pode ser ainda caracterizado como a “remoção de redundâncias por parte da fonte do sinal” (Hanzo, Cherriman, Streit, 2007, p. 1).

A compressão apresenta consequentemente “dois importantes benefícios”, o primeiro deles referente à possibilidade de utilização do vídeo digital em “ambientes de transmissão e armazenamento” que não deteriam a capacidade de suportar ficheiros de vídeo não comprimidos (“raw”). Em segundo esta compressão permite um “mais eficiente uso dos recursos de armazenamento e transmissão.

Nesse âmbito a compressão é útil para o tratamento da informação “reduzindo a dimensão do ficheiro” e facilitando a “reprodução da sequência do vídeo digital”. Esta “perda e reestruturação” da informação é assim justificada pela dimensão do material vídeo digital, particularmente nos formatos de HFR que exigem “um espaço de armazenamento muito elevado” bem como, geralmente, “taxas de transferência de informação (ou larguras de banda) muito elevadas” quer na sua aquisição quer na sua reprodução (Ribeiro, 2012, p. 188).

Naturalmente a compressão torna os ficheiros mais compactos face à gravação e armazenamento (Brown, 2012, p. 152). Logo é originado um formato que permite, nomeadamente às aplicações multimédia, um variado número de funcionalidades como o “acesso aleatório às tramas de vídeo” ou “a capacidade de reprodução de vídeo a várias velocidades ou em movimento inverso bem como “a capacidade de cortar e colar segmentos de vídeo” (Ribeiro, 2012, p. 187).

É portanto deduzível que apesar da “redução de bits binários” (Hanzo, Cherriman, Streit, 2007, p. 1) permitir o tratamento “confortável das sequências” mesmo em computadores “menos poderosos”, a imagem proveniente desse processo de compressão sofre consequências, sobretudo a nível da sua qualidade (Brown, 2012, p. 152).

Como tal a obtenção do “melhor rácio de compressão possível” requer não só o entendimento da natureza do sinal na sua representação binária mas também do modo como o ser humano “interpreta a informação que os dados representam” (Hanzo, Cherriman, Streit, 2007, p. 1).

Desta forma, e no âmbito da sua aplicabilidade, o vídeo depende “em larga escala das técnicas de compressão utilizadas” que assumem uma nomenclatura comum sendo normalmente designadas por “codecs” (Ribeiro, 2012, p. 188).

O termo “codec” pode então ser utilizado para nomear um “compressor-descompressor” (Vaughan, 2011, p. 123; Carli, 2013, p. 9; Brown, 2012, p. 173; Simpson, 2008, p. 446; Poynton, 2012, p.149); assim, um *software* que tanto comprime um fluxo de dados “áudio e vídeo” tendo em vista a transmissão e armazenamento como posteriormente procede à sua descompressão no momento da sua reprodução (Schenk, Long, 2012, p. 50; Carli, 2013, p. 9).

No entanto e de forma mais abrangente os “codecs” podem ser perspetivados além da concepção de “*software*”, deste modo podem ser caracterizados como “circuitos de hardware”, “firmware” (informações operacionais sobre hardwares); ou como equipamentos de codificação e descodificação entre formatos (Poynton, 2012, p. 603)

Posto isto e sob o contexto em questão estes podem ser implementados através de dois métodos diferenciados. Quer por “intermédio de rotinas de *software*”, quer por “meio de circuitos eletrónicos contidos nas placas de hardware (Ribeiro, 2012, p. 188).

O mesmo será dizer que os “codecs” tanto podem ser “integrados no hardware”, seja ele uma “câmara de vídeo” ou “um cartão vídeo”, como podem estar “baseados e ser geridos por *software*”. No último caso essa gestão pode ter origem “na arquitetura vídeo do sistema operativo”, “na aplicação de edição de vídeo” ou através do “*browser* de internet” (Schenk, Long, 2012, p. 50).

Os “codecs” podem no entanto ser classificados ao longo de distintas dimensões, entre elas a “compressão sem perdas” (“lossless”) e “compressão com perdas” (lossy). No

domínio da “compressão sem perdas” são utilizados processos de compressão que preservam as *frames* originais garantindo-se uma sequência do vídeo sem perdas ao longo do processo de compressão/descompressão (Ribeiro, 2012, p. 188).

Estes possuem assim a capacidade de reduzir o tamanho dos dados digitais sob um processo que “permite o restauro completo dos dados originais” operando através da remoção da “informação redundante” (Brown, 2012, p. 153), não sendo descartada qualquer informação ao longo do processo de codificação (Carli, 2013, p. 9). Esta vertente consiste segundo Hanzo, Cherriman, Streit (2007, p. 1) no principal objetivo da compressão.

Porém a “grande parte” dos “codecs” envolvem uma “compressão com perdas”, ou seja alguma informação é descartada no momento da compressão (Carli, 2013, p. 9) dando lugar a um sinal “mais simples” (Brown, 2012, p. 153). Como tal a presente vertente de compressão “não preserva a imagem original” perdendo-se informação “impossível de ser recuperada”. Por seu turno, a quantidade de informação perdida, encontrando-se indexa à quantidade de compressão (Ribeiro, 2012, p. 188) é determinada através do jogo entre a qualidade e um “significativamente reduzido tamanho de ficheiro” e “rapidez de transmissão” (Vaughan, 2011, p.123).

Dado o exposto entende-se que os métodos de compressão, relativos aos “codecs”, “levam em conta os limites da percepão humana” procurando-se a invisibilidade perante o olho do espetador (Brown, 2012, p., 153).

Torna-se, deste modo, pertinente ressalvar que numa conjuntura de compressão (com perda de informação) e apesar da diferença entre o sinal original e o sinal reconstruído, esta não se traduz necessariamente na sua evidência perante a perceção visual humana. Portanto a utilização de técnicas “lossy” podem não ser “aparentes ao sistema visual humano (Ribeiro, 2012, p. 188,189).

Adicionalmente à compressão com “perdas” (“lossy”) ou “sem perdas” (“lossless”) os “codecs” podem ser distinguidos por uma vertente de compressão espacial (“intraframe”) ou temporal (“Interframe”) (Brown, 2012, p. 173).

No contexto da codificação espacial “as tramas são codificadas individualmente não se recorrendo a técnicas preditivas”, ou seja a compressão é efetuada com base na exploração da redundância existente “dentro de cada trama de vídeo” sendo encarada

como uma “imagem estática para efeitos de compressão intraframe” (Ribeiro, 2012, p. 189).

Paralelamente a compressão “temporal” (“interframe”) opera sobre um “bloco de *frames*” numa sequência vídeo em detrimento da frame singular (Brown, 2012, p. 173). Isto é “comprime a informação por comparação das *frames* o longo do tempo” procedendo igualmente à eliminação da “informação redundante”. Usam assim uma técnica “preditiva” (Ribeiro, 2012, p. 189) sobre os blocos de *frames* também designados por “GOP” (“Group of Pictures”) comparando as similaridades e diferenças entre as imagens inseridas nesse “GOP” (Brown, 2012, p.173).

Desta forma os “formatos de ficheiro” do vídeo servindo como um género de contentor (Carli, 2013, p. 12) vêm o seu conceito intrínseco aos “codecs”.

Nesse âmbito (Ribeiro, 2012, p. 189, 190) aponta os mais utilizados “formatos contentores de baixo débito” que operam com base num conjunto de “codecs”. Assim são destacados os formatos DV; MPEG;AVI; WMV; MOV; H.261; FLV; WEbM.

O formato DV é flexível sendo que pode albergar vários formatos com várias taxas de transferência (“data rates”). Dado o exposto e segundo (Leathers. 2002, p. 72) o formato mais comum consiste no “formato DV de consumo” que alegadamente opera a 25 Mbps (megabytes por segundo).

No caso das câmaras de vídeo digital este é “imediatamente comprimido de cordo com os “codecs” DV à medida que o filmado é digitalizado (Ribeiro, 2012, p. 190).

Assim, tratando-se do primeiro suporte digital de “baixo custo”, esta generalizou-se subjugando rápidamente o mercado das câmaras, desde o mais baixo segmento de mercado (“lowest-end consumer level”), até determinados formatos de vídeo em alta definição numa vertente mais profissional. Porém contemporaneamente o DV apesar de ainda existir, encontra-se em “rápido declínio” (Schenk, Long, 2012, p. 57).

O AVI (“Audio Vídeo Interleave”) refere-se ao “contentor multimédia *standard*” da Windows (Carli, 2013, p. 12) ou seja designa o formato de ficheiro desenvolvido pela Microsoft de forma representar os dados áudio e vídeo (Simpson, 2008, p. 445). Segundo Carli (2013, p. 12) comporta um *standard* “semiaberto” e “utilizado de forma alargada”. Este suporta adicionalmente uma “alargada variedade” de algoritmos de

compressão vídeo podendo ser convertido numa "variedade de outros formatos, incluindo MPEG" (Simpson, 2008, p. 445).

O MPEG é um acrónimo que designa o "Motion Pictures Experts Group" (Brown, 2012, p. 174), um conjunto de autoridades que sobre a alçada do "ISO" (International Organization for Standardization) e o "IEC" desenvolveram o *standard* do formato (Poynton, 2012, p. 152).

Assim sendo, o MPEG designa "um conjunto de normas que se baseiam em "codecs" que não só aplicam as "técnicas de compressão interframe" como aplicam a "técnica de codificação por transformada DCT" (Ribeiro, 2012, p. 190). Estes proporcionam uma imagem "independente" de "referência" sobre a qual as previsões acerca das sucessivas imagens podem ser baseadas (Poynton, 2012, p. 152).

Segundo (Brown, 2012, p. 174) o MPEG consiste no "codec" utilizado, de forma mais alargada, nos distintos tipos de vídeo, no entanto ressalva que existem diversas variações no âmbito do *standard* em questão, neste caso o MPEG1; MPEG2; MPEG4

O MPEG-1, um dos *standards* adotados pelo MPEG, "formalmente designado como ISSO/IEC 11172" (Poynton, 2012, p. 641) possui uma "otimização de velocidade de dados (data rate) de cerca de 1.5 Mb/s, (Rice, Mckernan, 2002 p. 456; Furht, 2008, p. 444; Poynton, 2012, p. 641), aproximadamente "qualidade VHS" (Poynton, 2012, p. 641), com ¼ de qualidade de broadcast que se traduz em "352x240 pixeis" (Rice e Mckernan, p. 456), não possuindo deste modo qualidade para DVD (Brown, 2012, p. 174).

Paralelamente a nomenclatura MPEG-2 representa num outro *standard* assumido por parte da categorização genérica "MPEG tendo sido igualmente copublicado como ISO/IEC 13818 ou "sandard ITU-T (Telecommunication Standardization Sector) Rec.H.262" (Poynton, 2012, p. 641). O formato em causa, sendo mais recente que o MPEG-1 (Ribeiro, 2012, p. 191) é "similar" ao mesmo. No entanto inclui extensões que cobrem um "mais vasto ramo de aplicações" (Rice e Mckernan, 2002, p. 456).

Segundo (Ribeiro, 2012, p. 191) a norma em questão corresponde a uma "serie de normas de compressão de vídeo" organizadas não só "em quatro perfis", nos quais se inserem um "subconjunto de características de codificação do fluxo" como a

“estabilidade e a resolução”; mas também em “quatro níveis” que definem o “conjunto de parâmetros tal como a resolução máxima das *frames* e respetivas frame rates”.

Nesse sentido e a nível da sua representação o MPEG-2 traduz, no contexto Norte-americano “704x480 pixeis a 30 fps (*frames* por segundo) e “704x576 pixeis a 25 fps” no Europeu (Rice e Mckernan, 2002, p. 456), assumindo entretanto uma velocidade de transferência de “4mb/s ou superior” segundo Poynton (2012, p. 641) ou “superior a 5mb/s” na ótica de Rice e Mckernan (2002, p. 456). Nesse âmbito Furht, (2008, p. 446) refere que o, MPEG-2 “lida com uma gama entendida entre os 4 e os 15 mb/s.

Dadas as suas características a aplicabilidade do presente formato foi apontado à qualidade vídeo de transmissão televisiva totalmente digitalizada (Rice e Mckernan, 2002, p. 456) ou vídeo DVD (Brown, 2012, p. 174).

Já o MPEG 4, um conjunto de *standards* promulgados pelas normas ISO e o ITU-T MPEG (Poynton, 2012, p. 641) igualmente designado como “H.264” (Brown, 2012, p. 174; Furht, 2008, p. 469) são caracterizado como uma “forma mais eficiente de codificar vídeo” (Brown, 2012, p. 174). No entanto e na ótica de Poynton (2012, p. 641) este possui um conceito dúbio ou “ambíguo”.

É apontado como um “*standard* de compressão” desenvolvido como forma de melhorar a performance de compressão face ao *standard* MPEG-2 sendo que sobre o mesmo registou “aperfeiçoamento significativo face à taxa de distorção (rate-distortion)” (Furht, 2008, p. 469). Porém é de igual forma destacada pelo seu caráter inerente à compressão com perdas (“lossy”) (Carli, 2013, p.12).

Deste modo o *standard* em questão é aplicável à difusão televisiva através de “cabo/DSL/satélite, descodificadores de IP (IP set-tops) e gravadores DVD de alta definição (Furht, 2008, p. 469).

Já Ribeiro (2012, p. 191) apontando o MPEG-4 como “uma norma internacional muito ambiciosa” transcendental à compressão e representação de vídeo digital, defende que a norma em questão se destina igualmente à “produção de conteúdos e aplicações multimédia”. Esta conjuntura baseia-se numa noção estabelecida sobre os diversos "objetos de informação multimédia” (“media objects”), que podendo ser de “natureza sintética” ou “real” representam informações, visuais, auditivas ou audiovisuais. Assim

a norma MPEG-4 “permite descrever combinações destes objetos” de modo a criar outros mais complexos, constituintes de “cenas de informação audiovisual”.

Alem do exposto, Ribeiro (2012, p. 191) revela que a norma em questão proporciona os “serviços necessários à “sincronização dos dados digitais associados” aos objetos em questão de forma a garantir que são transmitidos de forma correta “em redes de computadores”.

Nesse âmbito o “flash” ou “flv” pode igualmente ser utilizado de forma a transmitir vídeos mpeg codificados “via Flash player” (Carli, 2013, p. 12).

Por sua vez, tal como os formatos de vídeo digital, os formatos contentores de áudio digital “podem igualmente ser agrupados em duas classes”, os formatos de “alto débito” relativos a “registos musicais de alta-fidelidade” e os formtos de “baixo débito” intrinsecamente relacionados às aplicações multimédia. A nível ilustrativo, por formatos de alto débito podem ser entendidos o CD-DA (Compact Disc-Digital Audio), o DAT (Digital Audio Tape), o WAV (Wave) ou o AIFF. Por sua vez podem ser entendidos como formatos de baixo débito o AIFF, o AU (Audio) ou WMA (Windows Media Audio) ou o MP3, AAC e o MP4, formatos contentores de áudio digital “especificados nas normas MPEG” (Ribeiro, 2012, p. 234, 235).

4.4.3. O VÍDEO DIGITAL ENQUANTO COMPONENTE DO MULTIMÉDIA

O vídeo enquanto elemento integrante do multimédia, pode ser caracterizado segundo Vaugham (2011, p. 164) como o “elemento mais cativante” de todos os tipos de informação integrantes no produto multimédia. Desta forma o vídeo, se apresentado e utilizado de forma eficiente, pode contribuir para a transmissão mais eficaz da mensagem no âmbito de uma apresentação multimédia.

Assim, o vídeo digital sem multimédia, ou neste caso sem a sua componente interativa, não passaria “de um simples duplicado do entretenimento tradicional” sendo que a única distinção entre ambos assentaria no “meio através do qual seria representado” particularmente no meio digital em detrimento do analógico (Miller, 2004, p. 56).

Na conjuntura multimédia a integração de um interação dinâmica ocorre quando um “media de base temporal” tal como o “som, animação ou a imagem em movimento” são

integrados ou posicionados ao longo de uma “timeline” (ou linha de tempo) (Bruck, Boumans, 2008, p. 99).

Talqualmente o produto multimédia pode ser moldado em torno do media de base temporal sincronizando todos os elementos em função da posição temporal no vídeo (Troncy, Huet, Schenk, 2011, p. 26).

Porém existe um conjunto de considerações que poderão limitar a utilização do media em questão num contexto de produção de produtos multimédia. Nesse sentido Almeida, Santos, Ferreira (2005, p. 1520, 1523) questionam a “assunção de que os elementos que compõem a matriz do multimédia são totalmente compatíveis”.

Na base dessa interrogação são apontados, entre outros, fatores como, a discrepância no trajeto traçado pelas “escolas” de produção multimédia e audiovisual; os custos da produção vídeo “com qualidade”; a exigência, nomeadamente temporal, relativa à produção do media; o caráter “volátil” e de “baixo custo” dos conteúdos web; a falta de normalização; e as condicionantes técnicas e económicas dos utilizadores (Almeida, Santos, Ferreira, 2005, p. 1520, 1523).

Transversalmente os progressos tecnológicos têm vindo a minorar ou colmatar alguns dos problemas expostos. Nesse âmbito a inovação técnica no contexto de produção vídeo digital origina uma “mais rápida e eficaz produção de montagens áudio-vídeo” independentes de equipamentos dispendiosos ou de uma vasta equipa de produção. A produção de conteúdo vídeo passível de ser utilizada na construção multimédia torna-se mais acessível (Bruck, Boumans, 2008, p. 99).

Por sua vez um clip vídeo “cuidadosamente planeado e bem executado” pode exercer uma “diferença dramática” na extensão de um projeto multimédia (Vaughan, 2011, p. 164).

Recupera-se neste ponto a visão de Ribeiro (2012, p. 2) ao estabelecer que o vídeo é um dos componentes dinâmicos do multimédia. Assim este pode ser combinado, de forma controlada por computador, com outros elementos dinâmicos (como o áudio, ou as animações) ou estáticos (como o texto, gráficos, ou imagens) (Vaughan, 2011, p. 1).

5. O VÍDEO INTERATIVO

Segundo (Hammound, 2006, p. 4) as formas de reprodução de vídeo mais tradicionalistas como o "vídeogravador" ou "players de vídeo" ("vídeo players") podem ser observados sobre uma ótica interativa uma vez que permitem, ainda que de forma "básica", um conjunto de "opções de controlo", entre outros o "play, stop, forward/backward". Não obstante, no referido contexto tecnológico a visualização do vídeo é efetuada sobre uma construção linear, nesse âmbito, e perante um conjunto crescente de exigências por parte dos utilizadores tais convenções técnicas, no que toca à visualização e navegação vídeo, tornam-se insuficientes face aos desígnios impostos

Assim o emergente caráter interativo do vídeo é resultado da conjugação entre as "ferramentas de baixo custo" disponibilizadas pela internet e o desejo "experimentação", afirmação ou inovação por parte de jovens realizadores. Sobre esta perspetiva o vídeo é descrito através de uma nomenclatura original, neste caso o "filme interactivizado" ("interactivized movie"). Este refere-se a um "produto", que para todos efeitos, consiste num "filme com alguma interatividade inerente" (Crawford, 2013, p. 50, 52).

Torna-se desta forma percetível que o vídeo interativo resulta da indexação entre "duas ideias assaz distintas" que não podem ser anexadas de forma desregrada. Neste caso o "desafio" consiste na integração do vídeo e dos processos computacionais num produto multimédia consistente (Crawford, 2013, p. 50, 52).

No mesmo sentido The Web Project (2000, 29) reitera que o vídeo interativo consiste numa "integração entre as tecnologias vídeo e as tecnologias computacionais", nestas, o "programa vídeo" composto pelas imagens em movimento e a sonoridade, operam em conjunto para que as escolhas do utilizador afetem o desfecho do programa".

Dado o exposto, a interatividade vídeo pode ser contemporaneamente referida como um conjunto de "formas incomuns de documentos vídeo" que, paralelamente à concepção tecnológica anteriormente destacada, "aceitam e respondem aos inputs do utilizador" de forma superior. Dado o exposto o vídeo interativo pode ser considerado como "a forma digitalmente enriquecida da sequência vídeo em bruto (raw) viabilizando aos utilizadores formas interativas e hipóteses de navegação atrativas e poderosas (Hammound, 2006, p. 5).

Ou seja, à semelhança de um hyperlink num documento textual, o vídeo de abordagem interativa passa a fruir de "fluxos de *hiperlink* que proporcionam ao utilizador uma manobra interativa sobre um conjunto de documentos". À vista do descrito, XU, Wang, Parameswaran, Jin (2006, p. 1, 2) apontam adicionalmente um conjunto de quatro componentes constituintes de um vídeo interativo, assim, um "corrente de vídeo digital" ("digital vídeo stream"); "componentes vídeo selecionáveis" (selectable vídeo componentes"); "Hyperlinks ou tags" e a "definição de ativação" ("defenition of activation").

Paralelamente o vídeo interativo pode ser analisado à luz de duas novas óticas, por um lado sobre a ótica de "apresentação" na qual apesar de continuar a figurar como "uma forma de documento vídeo interativo", este já não se trata exclusivamente de vídeo apesar de o mesmo continuar a assumir um papel central. Por outro pode ser observado sobre uma lógica estritamente ligada às bases de dados, neste caso, como uma "base de dados vídeo interativa", uma "coleção de documentos vídeo interativos" bem como de "apresentações vídeo alternativas." (Hammound, 2006, p. 5).

5.1. INTERAÇÃO VS INTERATIVIDADE

A interatividade molda a narrativa dos novos media (Manovich, 2001, p. 49). Este facto é comprovável pelo contraste que o conceito cria sobre as antigas formas de comunicação dos media, sobre os quais encoraja um novo tipo de pensamento (Dewdney, Ride, 2006, p. 206).

No entanto o conceito de interação para Manovich não é "novo" ou recente como muitas vezes é interpretado, como tal a interação não pode ser vista como consequência da ascensão dos novos media. O conceito está ligado aos tradicionais meios de comunicação e à forma como os espectadores interpretavam os mesmos. Esta é uma forma particular de perceber o que se entende por interação, um conceito baseado no próprio espectador e na forma como ele percebe a obra de arte ou conteúdo (Manovich, 2001, p. 70).

A noção de existência de interação nos media tradicionais, foi igualmente estudada por Eco (1989, p. 19) em Open Work, obra através da qual defende um certo grau de interação na ação de interpretação dos leitores sobre obras literárias, este facto serve de base a uma teoria da interatividade narrativa.

A natureza deste tipo de interação pode ser definido sob um ponto de vista cognitivista como “Interação Psicológica” que pode ser criada através de um tipo de expressão artística que crie no espectador uma maior exigência cognitiva que force processos como o preenchimento de espaços (ato muito ligado às lógicas da montagem vídeo), recordar, formação de hipóteses entre outros (Manovich, 2001, p. 70).

Este tipo de processos são extremamente comuns na cinematografia, e como tal as relações de perceção entre o “espectador” e o vídeo passam de simples contemplação passiva a um grau de interação cognitiva capaz de originar imersão, a ilusão de realidade, este conceito está ligado com o processo de exteriorização da mente e como tal os antigos media possuem essa capacidade (Manovich, 2001, p. 70 ; Verdugo, et al., 2011, p. 2).

Alguns exemplos que conferem ao cinema características cognitivamente interativas podem ser segundo Verdugo, et al. (2011, p. 2), as elipses (emissão de informação desnecessária) que obrigam o espetador a unir cenas de modo a não perder a coerência narrativa; a escolha uma maior profundidade de campo uma vez que permite ao espetador viajar pela imagem representada; o espaço fora da cena (ou “offscreen set”) que tendo o espetador como responsabilidade a representação mental do hipotético conjunto de ocorrências que que se desenrolam além do enquadramento; ou a utilização do conceito de “quarta parede” (“fourth Wall”), ou seja, o posicionamento da câmara num plano que simula a visão do espectador interpelando-a com a visão da personagem que cria de igual forma a sensação de presença.

Este tipo de interação estabelecida mantem no entanto uma grande separação entre o espetador e o vídeo (ou conteúdo). Assim nas lógicas do vídeo na sua componente “tradicional” o espetador não exerce qualquer tipo de influência na narrativa a não ser através do ato da sua interpretação, fato ligado ao seu próprio cognitivo e individualidade. Como tal, a obra em si manifestar-se à sempre da mesma forma sendo que alguma divergência ocorre na cognição de cada espetador (Caires, 2007, p. 2).

Porém, ao longo do processo de criação, tanto escritores como realizadores procuraram “experimentar” e “desbravar novos caminhos” em termos da perspetiva narrativa (Miller, 2004, p. 14).

Nesse sentido Caires (2007, p. 2) apresenta o exemplo de várias abordagens vanguardistas referentes ao caráter narrativo que expandem o conceito de interação

contemplativa ao extremo, como em, Rashomon (1950) de Akiro Kurossaua, Elephant (2004) de Gus Van Sant, Smoking/No Smoking (1993) de Alan-Rasneis, Blind Chance (1981) de Krzystof Kieslowsky. As estruturas fílmicas, ou, enredos cinematográficos das obras em questão baseiam a sua premissa em estruturas de caráter interativo, seguindo o objetivo de manter o espetador mentalmente ativo ao longo da visualização.

Esta forma de interação facilitou e viabilizou a forma interativa, a marca índole dos novos media. Um tipo de visão cognitivista de interação nos media “tradicionais” aliada à nova tecnologia poderá criar um conceito de interatividade alargado e complexo que conduza a uma maior supressão de barreiras entre a obra artística e o “espetador”. Este facto é sustentado pelas "teorias psicológicas modernas" ("de Freud à psicologia cognitiva") que propõe os nossos processos mentais como interpretação ou perceção da realidade ou ideias como um conjunto de imagens que sobrepostas que suscitam significado (Manovich, 2001, p. 73).

Logo, e apesar das apresentações de tipologia passiva estarem relacionadas aos "velhos media”, sendo que o utilizador pratica uma ação contemplativa sobre exibido de forma linear (Ribeiro, 2012, p. 41), estas permitiram o desenvolvimento dos processos de interação. Ou seja, paralelamente à concepção de Verdugo, et al (2011, p. 2), Miller, (2004, p. 14) reitera que “as experiências narrativas” conduzidas na literatura, teatro ou filme “apontaram caminho” auxiliando os criadores de medias interativos particularmente no desenvolvimento das “novas técnicas narrativas”. Assim os “trabalhos antigos” em questão introduziram um conjunto de conceitos como a “hiperligação”, “imprevisibilidade”, “múltiplos caminhos e eventos simultâneos dentro do mundo ficcional”; "novas formas de perscrutar a vida e as perspetivas de uma personagem"; ou a “quebra da quarta parede” anteriormente referida.

O mesmo será dizer que as formas visuais tradicionais permitiram a representação dos processos mentais e como tal a materialização dos mesmos. Por conseguinte permitiu uma exteriorização do "ser" com determinada aplicabilidade expressiva (propaganda, arte...), os novos media permitem aperfeiçoar essa fórmula procurando interpelar os processos mentais do autor pelos do publico, ao qual a forma expressiva da materialização dos processos mentais do mesmo se iria sobrepor (Manovich, 2001, p. 73).

Através da apresentação de tipologia interativa o utilizador assume um papel ativo podendo interagir e manipular a informação apresentada a vários níveis; o tempo de

início, a ordem sequencial, a velocidade e forma de apresentação (Graus de personalização definidos por Fluckiger, 1995). Deste modo a representação da informação adota um caráter não linear (Ribeiro, 2012, p. 41).

No entanto a interação pode ser também definida através de uma perspetiva distinta, ou seja pode ser vista como “a troca de informação entre dois ou mais participantes ativos” (Noble, 2009, p. 5). Nesse âmbito e como referido anteriormente o conceito interativo cria uma rutura entre as antigas formas narrativas e as emergentes, facto que impõe novas soluções (Dewdney, Ride, 2006, p. 206).

Assim a interação na sua vertente participativa, neste caso assumindo a numenclatura “interativa” entende-se segundo Dewdney e Ride (2006, p. 206). como um dos elementos essenciais dos novos media (tal como o defendido por Manovich), sendo que sobre este conceito são traçadas as principais diferenças entre os media tradicionais e os novos media.

A interatividade é definida por Nilsson, et al. (2003, p. 5) como a “capacidade do utilizador para manipular diretamente a sua experiência com o media” bem como o nível de controlo que o mesmo utilizador exerce sobre a comunicação. Entretanto, Cartelli e Palma (2009, p. 194) definem interatividade como um tipo dinâmico de comunicação que permite ao utilizador uma interação direta com o conteúdo e assim a modificação da mensagem (em relação direta com a anterior) com base nas suas próprias escolhas.

Por seu turno Ribeiro (2012, p. 39) conceptualiza ainda interatividade baseando-se no conceito de interação, que é “normalmente entendida como uma forma de comunicação recíproca, isto é, do tipo de ação-reação”. Assim e de encontro com as definições préviamente analisadas atesta que “na sua essência interatividade compreende, pois, as várias formas pelas quais se permite que o ser humano se relacione com a informação, sendo este relacionamento mediado pelo computador”.

A interatividade participativa em ambientes multimédia digitais baseia-se segundo Murray (2001, p. 71) num conjunto de princípios que podem ser utilizados para parametrizar a análise de trabalhos com base em narrativas multilineares. Assim defende que as quatro características do ambiente digital remetem ao carácter de “Procedimento”, ou seja obedecem a um conjunto de regras estruturais que o tornam compreensível de forma global; ao caráter “Participativo” uma vez que fornecem novas experiências vindas da nossa interação com o ambiente digital; ao caráter “Espacial”

criado pela natureza interativa da navegação que forma a ilusão espacial; e ao caráter "Enciclopédico" devido à sua ligação às bases de dados as quais podem armazenam um vasto leque de informações.

5.2. A NARRATIVA INTERATIVA

No que se refere ao seu conteúdo o vídeo interativo não se distancia do vídeo dito tradicional. Isto é, de forma convergente ao pensamento de "muitos escritores e teóricos narrativistas" que consideram a "existência de um número limitado de enredos no mundo" sob a forma de padrões básicos como o "desejo, a satisfação (fulffilment) e a perda na vida humana", a mesma proposição pode ser aplicada sobre o vídeo interativo sendo que existe uma constante de padrões traduzida pela consistência da experiência humana. Como tal os géneros do vídeo na sua extensão "tradicional" podem ser adaptados ao vídeo interativo (Murray, 2001, p. 186,187).

Naturalmente as "várias formas de interatividade afetam inevitavelmente o conteúdo" (Miller, 2004, p. 61). Isto é, apesar de ambos o vídeo original e o vídeo interativo possuírem "a mesma informação" excetua-se uma "grande diferença, a estrutura do documento", assim se o vídeo original possui um "estrutura implícita", o vídeo na sua abordagem interativa possui uma abordagem "explícita (Hammound, 2006, p. 5).

É desta forma percetível que a interatividade consiste numa "das duas únicas formas possíveis de relação para com o conteúdo" sendo a alternativa a relação passiva. Nesse sentido é a interatividade que torna os media digitais uma abordagem "completamente distinta face aos media narrativos tradicionais" (Miller, 2004, p. 56).

Assim, o computador forma um novo meio de "transmissão" de histórias que, alternativamente aos "media tradicionais", podem ser utilizados para agregar interatividade a essas mesmas narrativas (Swartjes, 2007, p. 205).

Esse facto revela, por seu turno, um conjunto de limitações no âmbito da interatividade face à sua relação com o conceito narrativo. Recorrendo à metáfora da interatividade "total" Verdugo et al. (2011, p. 5) tornam percetível a impossibilidade, nomeadamente através da presente tecnologia, da criação de um produto interativo capaz de permitir a liberdade total. Adicionalmente e a partir dessa mesma preposição é constatável que um guião, ou estrutura narrativa, tornar-se-ia desnecessária visto que a interatividade iria anular por completo essa mesma estrutura.

No entanto, perante um produto interativo é “expectável” a oferta de um conjunto de escolhas a selecionar”. O efeito desta característica repercute-se sobre a tarefa do autor que perde a capacidade de contar uma história linear ou apresentar as informações sobre uma ordem fixa” (Miller, 2004, p. 61).

Dado o exposto, a confrontação ente o enredo e a interatividade “pode conduzir muitos a aferir que existe um conflito elementar entre ambos (os conceitos) ”. Esse tipo de problemas é mais facilmente percetível quando considerada a lógica do enredo. Ou seja, a criação de enredo é uma ”tarefa enormemente custosa” e exigente a nível criativo, logo permitir à audiência manipular um “enredo cuidadosamente criado” irá “certamente”, segundo Crawford (2013, p. 50, 52) arruinar um balanço delicado.

Como tal o “conflito potêncial ergue-se” no momento em que o “participante humano adquire um papel central na história” podendo causar um impacto no decorrer dos eventos. Esse impacto pode por sua vez ser prejudicial à obra em si, ou seja, a “liberdade de interação” pode conduzir a um conjunto de escolhas antagónicas face à história que o autor desejava contar (Swartjes, 2007, p. 205).

Aí encontra-se patente a “natureza dual do problema” a criação de uma “experiência estética cativante” conjuntamente com uma “estrutura tecnologicamente exequível” Verdugo et al (2011, p. 1).

Nesse âmbito existe uma patente divergência natural entre a narrativa tradicional e a narrativa interativa. Se a narrativa pode ser caracterizada como a forma de organizar o enredo de uma história possibilitando o estabelecimento de ligações entre os eventos narrativos, então torna-se necessário atentar aos processos de transição entre um e o outro género narrativo. Como tal, apesar de verem o seu conceito alterado pela inclusão da interatividade, essas ligações devem manter-se percetíveis perante o utilizador. Isto é, os contornos de uma estrutura narrativa devem manifestar-se de forma clara ao longo da sua utilização (Caires, 2007, p. 2).

No entanto a estrutura do enredo interativo encontra-se segundo Meadows (2002, p. 63) mais relacionada com um sistema de conceções do que com uma curva ou arco de história. Nesse âmbito tradicional o enredo consiste “numa função do tempo”, um “plano de ação” ou “uma serie de eventos”. Já no contexto interativo existe uma “diferença principal” face à tipologia narrativa anteriormente referida, neste caso “o timing de eventos num enredo é determinado não só pelo autor mas também pelo utilizador.

Consequentemente a “forma final” ou o “elemento do enredo” não pode ser totalmente controlado pelo *designer* dada a possibilidade concedida ao utilizador para a manipulação do produto face aos seus desígnios “escolhas e ações”. Nesse sentido o *designer* perde a capacidade formal e linear de controlo das escolhas do utilizador (Laurel, 2014, p. 110). Este nível de interação pode ser, no entanto, mais ou menos flexível devendo-se encontrar um meio-termo face ao objetivo a alcançar (Meadows, 2002, p. 63).

Dado o exposto torna-se necessário encontrar a forma de tangência entre a narrativa tradicional e os novos “códigos/formas” viabilizados pela emergente narrativa interativa proveniente dos processos computacionais. Sobre esta perspetiva os novos conceitos não se sobrepõe mas unem-se aos anteriormente existentes. No entanto este facto não evita uma determinada mudança de paradigma em relação ao processo de produção e consumo da narrativa (Caires, 2007, p. 2) desde o paradigma linear para o dialético (Furht, 2006, p. 382). Assim os criadores precisarão de uma “forma concreta de estruturação de uma história coerente” ou seja, uma história não apenas como “uma simples sequência de eventos mas como um “enredo multiplataforma” permeável, ou “aberto”, à participação ativa daquele que é caracterizado como o “interator”, termo alternativo face ao conceito de utilizador (Murray, 2001, p.185).

Naturalmente a “maioria das ferramentas e técnicas” tradicionais necessitam ser “reformuladas a algum nível” de forma a poderem ser integradas num género de entretenimento caracteristicamente digital. Como tal a adaptação das “antigas ferramentas” sobre uma “nova implementação” consiste numa combinação do “velho e do novo” que integrados de forma homogénea pode contribuir ara a construção de produtos digitais cativantes (Miller, 2004, p.72).

Deste modo Caires (2007, p. 2) defende que a gramática da narrativa interativa parte precisamente deste preceito, a segmentação da “narrativa e os seus dogmas (Não linearidade, bifurcação, supressão…), a receção temporal, o novo papel do utilizador em relação ao conteúdo e a integração de processos computacionais entre o utilizador e o conteúdo.

Os artistas e *designers* que operem sobre os media interativos devem ter a noção da transformação motivada pela integração da interatividade sobre as relações estabelecidas entre o autor e a audiência (Polaine, 2005, p.152).

Assim os criadores precisarão de uma “forma concreta de estruturação de uma história coerente” ou seja, uma história não apenas como “uma simples sequência de eventos mas como um “enredo multiplataforma” permeável, ou “aberto”, à participação ativa daquele que é caracterizado como o “interator”, termo alternativo face ao conceito de utilizador (Murray, 2001, p. 185).

Nesse âmbito já Barthes (1977, p. 148) declarava que para garantir o futuro à narrativa é “necessário ultrapassar o mito que dita o “nascimento do leitor” à custa da “morte do autor”.

Torna-se clara a noção de Crawford (2013, p. 50, 52) e Verdugo et al (2011, p. 5) que como visto anteriormente consideravam a interatividade total um elemento inverso à narrativa, existindo "tantas oportunidades" à inclusão da interatividade, sendo que a sua "frequência, escala ou forma" atingem neste contexto o seu pico dificultando a elaboração de um produto sobre estas premissas (Meadows, 2002, p. 65).

5.2.1. MODELOS INTERATIVOS

Assim se a histórias se encontram circunscritas a um conjunto limitado de enredos que cobrem “99% de toda à literatura alguma vez escrita”, também os produtos multimédia possuem um “conjunto de estruturas básicas” aplicáveis e que dão cobertura `maior parte dos projetos (Vaughan, 2011, p. 296).

Nesse contexto são destacados por Ribeiro (2012, p. 289) e Vaughan (2011, p. 296, 297), a navegação ou estrutura “linear”; “hierárquica”; “Não linear”; “estrutura de navegação composta”. Deste modo a linearidade estrutural pode ser distinguida em função da sua utilização, assim, o utilizador “navega ao longo dos ramos de uma árvore” de um ecrã para o seguinte ou anterior (Ribeiro, 2012, p. 289). Da mesma forma Vaughan (2011, p. 296) distingue a “navegação linear” como a estrutura através da qual o utilizador “navega de um frame, ou pedaço de informação, para outro”.

Por seu turno a navegação hierárquica igualmente denominado como “linear com ramificação” ópera sobre uma navegação baseada numa desfragmentação condicionada pela “lógica natural do conteúdo” (Vaughan, 2011, p. 296, 297). De forma convergente Ribeiro (2012, p. 289) estabelece que através da estrutura hierárquica o utilizador, tal como na “estrutura linear”, navega ao longo dos ”ramos de uma árvore”; no entanto essa navegação “reflete uma organização lógica do conteúdo”.

Adicionalmente na abordagem “não linear” o utilizador pode navegar “livremente” sobre o contudo do projeto, “desprendido de quaisquer rotas pré-determinadas” (Vaughan, 2011, p. 296, 297), ou seja, sem a imposição de qualquer tipo de restrição, partindo do mesmo a escolha do “percurso” a qualquer instante da sua utilização (Ribeiro, 2012, p. 289).

Sob o âmbito estrutural do multimédia é ainda exposta a “navegação composta” sobre a qual o utilizador pode, à semelhança da navegação “não linear”, navegar livremente pelo projeto excetuando determinados momentos (“ocasionalmente”) constrangidos a uma “apresentação linear” (Vaughan, 2011, p.296,297), isto é, “existem ocasiões nas quais o utilizador encontra restrições”, por exemplo através de “sequências vídeo” entre outras (Ribeiro, 2012, p. 289).

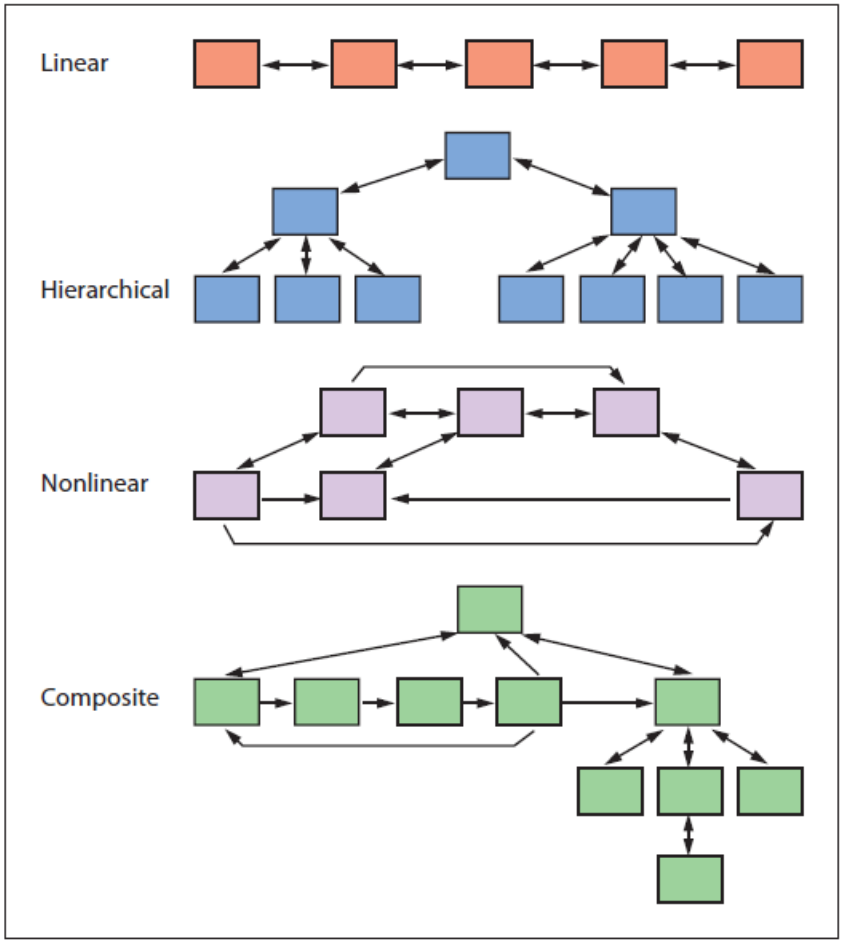

Ilustração 17 – Formas primárias de navegação utilizadas no contexto multimédia, (Vaughan, 2011, p. 297)

No âmbito concreto do “enredo interativo” e considerando, como visto anteriormente, o “desafio” referente à integração do vídeo e dos processos computacionais num produto multimédia consistente apontado por Crawford (2013, p. 50, 52), Verdugo et al. (2011,

p. 5) defendem que a interatividade deve ser limitada de forma que a narrativa possa ser mantida. Assim, são apresentados um conjunto de soluções à representação do enredo interativo, a primeira delas respetivamente referente à “Narrativa Ramificada” (“branching narrative”). Esta consiste num tipo narrativa de carácter fragmentado, neste caso a desfragmentação desta narrativa cabe ao utilizador final do produto, ou seja é um tipo de interatividade baseado nos processos cognitivos do mesmo.

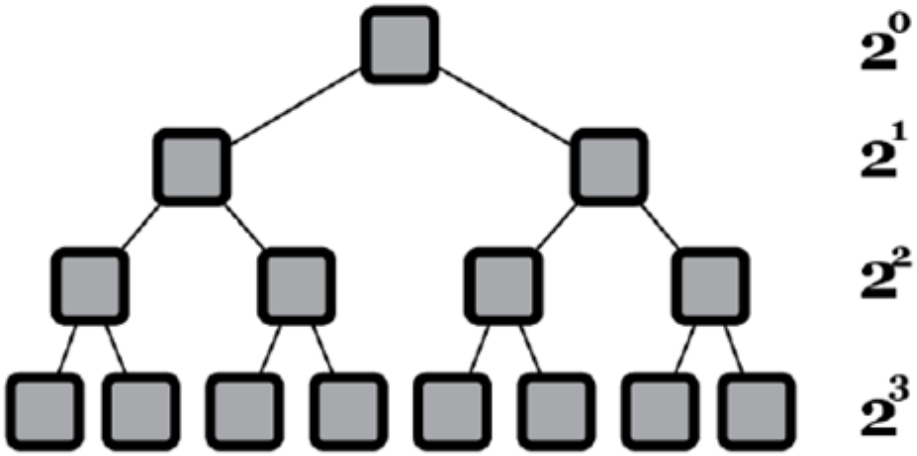

Ilustração 18 - Narrativa “Ramificada”. (Verdugo et al., 2011, p. 5)

Por sua vez é apresentado por Meadows (2002, p. 65) a concepção de "enredos modulados" que apresentam relativas analogias face à narrativa ramificada. Estes mantêm a capacidade de representação ou "suporte" do arco dramático da história mas, no presente caso, sobre um grau consideravelmente "inferior" não ditando de forma rígida os eventos sucessivos. Como resultado dessa representação narrativa, as transições podem ser remetidas a um ponto anterior da história podendo o tempo ser repetido. Talqualmente a abordagem "modulada" baseia-se de forma superior no enredo em detrimento dos nós (nodes) sendo que "idealmente" permite, a escolha sobre a corrente narrativa mais direta, "evitando interações" ou mais intrincada, explorando a

detalhe o enredo. Dado o seu caráter o enredo torna-se "difícil de desenvolver" (Meadows, 2002, p. 65).

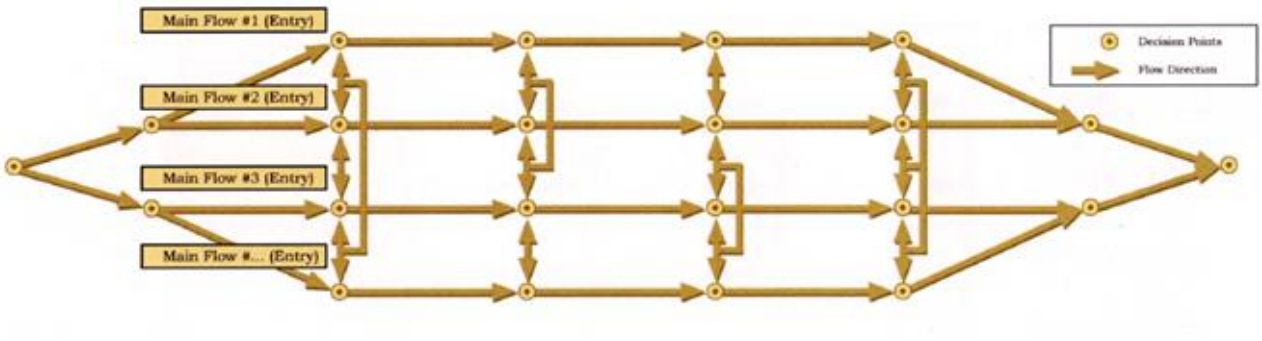

Ilustração 19 - Narrativa "Modulada" (Meadows, 2002, p. 65).

A segunda solução apresentada por Verdugo, et al (2011, p. 5) é inerente ao conceito "Fio de Pérolas" ("string of perls"), característico dos videojogos, a liberdade do utilizador/jogador é maior no entanto este não detém o controlo sobre a estrutura narrativa, apesar da interatividade possibilitada em cada elemento da cadeia de eventos narrativos segue de forma controlada (Verdugo et al., 2011, p. 5*)*.

No mesmo sentido, ainda que através de uma perspetiva distinta, também Meadows (2002, p. 64), propõe a nomenclatura "fio de pérolas" ou "estrutura de enredo nodal" ("Nodal Plot Structure") destacando o seu potêncial no suporte interativo a "arco dramático clássico". Dadas as suas características esta estrutura, ou "tipo de enredo", permite o desenvolvimento consistente da história bem como a "clara definição das personagens". Porém esta fórmula pode "comprometer a extensão e a forma da interatividade". Esta tipologia "nodal" possui "habitualmente" um único início e "pelo menos dois fins" sendo que estes normalmente possuem um objetivo.

Ilustração 20 – Narrativa "Fio de Pérolas" (Verdugo et al., 2011, p. 5)

Adicionalmente e a partir das estruturas "Fio de Pérolas" e "Narrativa Ramificada" Verdugo et al (2011, p. 6) formulam uma terceira. Esta, intégra e funde as características de ambas tendo sido denominada como "detour narrative" ou "desvio de narrativa".

Assim o processo narrativo em questão aproveita a noção de narrativa “ramificada” de forma a inserir uma estrutura fragmentada na narrativa, porém frui simultaneamente do progresso de uma cadeia de eventos controlada, inerente à estrutura “Fio de Pérolas”. Assim existe uma desfragmentação da narrativa, no entanto qualquer das histórias procedentes da desfragmentação do “elo” anterior interligar-se com o sequente.

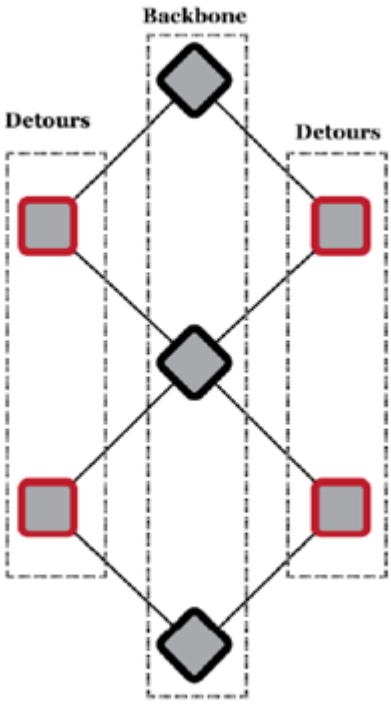

Ilustração 21– Narrativa “Desvio de Narrativa”. (Verdugo et al., 2011, p. 6)

Nesse sentido também Meadows (2002, p. 65) apresentam um enredo de representação alternativo sobre a lógica interativa. Posto isto os "enredos de estrutura aberta" assemelhando-se a um género de "mapa" representam um conjunto de "pontos de decisão" que por sua vez conduzem o utilizador a um outro ponto de decisão. Estes devido à sua "estrutura aberta" tratam-se dos enredos interativos mais expressivos por parte do utilizador ou "leitor" e, por conseguinte, menos expressivo para o autor. Neste caso o "arco dramático é completamente abandonado" em função dos "interesses de exploração, modificação e investimento".

Caracteristicamente o "enredo aberto" não possui um início definido não existindo um evento fundador da história, baseia-se alternativamente no "desenvolvimento da personagem" ou no "desenvolvimento do ambiente". Deste modo o objetivo da interação é a interação em si mesma sendo que parte apenas do autor permitir uma "viagem suave" do espetador ao longo do enredo (Meadows, 2002, p. 65).

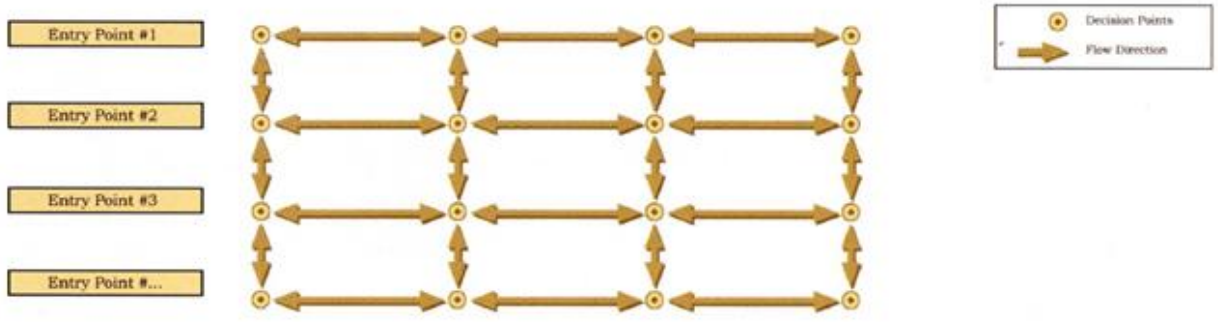

Ilustração 22 - Narrativa em "enredos de estrutura aberta" (Meadows, 2002, p. 66).

5.3. O Software – A WEB APP AO SERVIÇO DA NARRATIVA INTERATIVA

Apesar de tanto a computação digital como a noção de *software* apenas terem sido articuladas no período compreendido entre as décadas de 1930 e 1940 (Jones, 2014, p. 1) torna-se difícil negar o seu caráter revolucionário (Ceruzzi, 2003, p. 3). Nesse sentido Jones (2014, p. 23) defende que o impacto do computador bem como *software* a nível individual ou social, na presente conjuntura, é equiparável à invenção da "imprensa escrita, avião, televisão e dos automóveis".

Este facto é de tal forma manifesto que Sommerville (2011, p. 4) afirma ser "impossível operar o mundo moderno sem *software*" sendo que transversalmente ao entretenimento (indústria musical, os videojogos, o filme e a televisão), o "fabrico indstrial", a "distribuição", os "serviços financeiros", entre outros, são controlados por "sistemas computacionalmente baseados".

Assim transcendendo a concepção de Jones (2014, p. 23), Ceruzzi (2003, p. 3) defende que uma "simples medida" da "habilidade computacional das máquinas modernas" demonstra um progresso "incomparável a qualquer tipo de tecnologia, ancestral ou moderno".

Como tal os computadores, bem como as contíguas lógicas *software*, perpetuam um conjunto de "de alterações profundas em todos os aspetos da vida humana" não só nas lógicas de "entretenimento mas similarmente na "educação, trabalho, guerra, medicina, lei e tudo o resto" (Jones, 2014, p. 32).

Contiguamente à revolução apontada por Ceruzzi (2003, p. 3) vários fatores contribuíram para o desenvolvimento daquilo que contemporaneamente é entendido como *software*.

Entre eles são destacados por Jones (2014, p. 21, 23) a “linguagem alfabética” que possibilita uma maior eficácia de escrita; a “numeração binária, decimal e o zero” Sendo que os *software*s conseguem processar qualquer numeração com base binária, octal, decimal ou hexadecimal; “os computadores digitais” pois sem computador não poderia existir o *software*; as “linguagens de programação de alto nível” uma vez que permitem a redução do tempo e probabilidade de erro na codificação; e o “armazenamento de acesso aleatório” pois permite um rápido processamento, e um sofisticado conjunto de algoritmos de pesquisa.

O *software* pode ser então observado como abstrato (Sommerville, 2011, p. 4) não possuindo uma “forma tangível” (Ceruzzi, 2003, p. 4). Encontra-se no entanto, como referido anteriormente, intrínseco à lógica computacional podendo ser definido como um “programa de computador” (Campbell-Kelly, et al., 2014, p. 168).

Transversalmente pode ainda ser analisado como um “conjunto de instruções que direcionam o computador na execução de uma determinada tarefa”. No entanto um sistema computacional opera sobre uma lógica de camadas, ou seja, existe um “conjunto de *layers* de *software* sobre um núcleo de hardware” (Ceruzzi, 2003, p. 80).

Deste modo e sendo que o *software* não se encontra constringido sobre “propriedades materiais” ou “leis físicas” não havendo “limites naturais ao potêncial do mesmo”. Deste modo existem “várias tipologias distintas de sistemas de *software*” (Sommerville, 2011, p. 4).

Uma das mencionadas tipologias diz respeito às “aplicações web” ou “web applications”. Estas tratam-se por seu turno de aplicações sobre as quais “todo ou apenas parte do *software* é descarregado da internet” a cada momento de utilização (The Computer Language Company Inc., 2014).

Inicialmente a informação partilhada no meio em questão “consistia maioritariamente em informação estática” porém, os serviços de informação dinâmicos, “desde os motores de busca, guiões CGI ou pacotes que associam a internet a bases de dados”, viriam a alterar o estabelecido (Shklar, Rosen, 2003, p. 5). Logo, a partir da emergência da internet dinâmica tornava-se necessário o *design* de aplicações web (Shklar, Rosen, 2003, p. 5).

A nível convergente também Al-Hertz e Ahmed (2011, p. 25) defendem um ambiente mais complexo em torno das aplicações web sendo que além dos guiões CGI ou das bases de dados interagem com os vários *browsers*, servidores proxy entre outros.

Dado o exposto as aplicações web podem ser definidas como "algo mais do que um web site". Neste caso uma "aplicação cliente/servidor que utiliza o *browser* da internet como um programa" que por seu turno "executa um serviço interativo conectando-se a servidores" na inter ou intranet (Shklar, Rosen, 2003, p. 5).

Sobre esse prisma a informação não possui um consumo passivo sendo que "os utilizadores interagem com a informação enquanto operam sobre a aplicação" através da introdução de dados e do estabelecimento de "seleções e decisões" (Lior, 2013, p. 3).

Estas características são intrínsecas à aplicação (Web App) Interlude[1], que nos serviu de *software* proprietário para o desenvolvimento do estudo de caso. Este baseia-se na linguagem HTML5 que permite uma concepção criativa ao possibilitar o *design* e posterior publicação de vídeos interativos por parte dos utilizadores da ferramenta.

Entretanto a Reuters (2014) apresenta o Interlude como uma "companhia que desenha, desenvolve e comercializa tecnologias e plataformas que possibilitam a criação e distribuição de vídeo interativo através de vários mercados e dispositivos".

Assim permite aos utilizadores, ou "consumidores", a criação em "tempo real de uma versão única e dinâmica de um vídeo baseado em segmentos áudio/vídeo pré-gravados". Uma tipologia de vídeo "única" concebida a partir de uma multiplicidade de possibilidades (Interlude, 2014).

De referir ainda que o desenvolvimento destas aplicações *online* ("web apps") está intrinsecamente ligado às bases de dados (Trivedi, 2014, p. 37).

[1] Disponível em http://interlude.fm/.

5.3.1. AS BASES DE DADOS E OS METADADOS

A base de dados segundo Sharma (2010, p. 23) é entendida como uma das áreas de conhecimento mais estudados no âmbito da ciência computacional parte integrante do multimédia.

Assim segundo Manovich (2001, p. 208), a dominância das bases de dados sobre o *software* bem como o papel chave que estas (bases de dados) desempenham no âmbito dos "processos de *design* baseados no computador" podem conduzir à formação de novos tipos de narrativa. Sendo que esta formulação pode estar dependente da relação entre as bases de dados e a narrativa.

Estas (bases de dados) pode ser entendidas como uma coleção de dados interligados e passiveis de serem manipulados como uma "unidade singular" Oppel (2004, p. 1). Este conceito é desenvolvido e alargado por Sharma, et al. (2010, p. 23) que em detrimento de uma caracterização baseada unicamente na manipulação que apresentam o conceito como um "repositório de dados designado para suportar o armazenamento, obtenção e manutenção de dados".

Paralelamente o conceito de base de dados pode ser visto como "uma estrutura computacional" partilhada e integrada que armazena uma coleção de dados dos utilizadores finais, ou "metadata" que representa/ estabelece um conjunto de relações (ligações) entre as informações dos objetos e os dados armazenados na sua base (Coronel, Morris, Rob, 2011, p. 7).

No mesmo sentido e adaptando a concepção de "dado" e "metadado" Powell (2006, p. 4) apresenta as bases de dados como uma "coleção de informação" preferivelmente relacionada e organizada, tratando-se assim de um "objeto estruturado" que no caso do "mundo moderno" se estabelece sob uma base computacional.

O "objeto estruturado" no âmbito computacional é formado pela junção entre dois conceitos, os dados referentes ao "objeto" e os metadados referentes à "estrutura". Assim, os dados representam a "informação descritiva armazenada" enquanto os metadados representam a estrutura aplicada pelas bases de dados ao objeto (dado), ou seja os metadados implementam a estrutura e organização aos dados em bruto ("raw data") (Powell, 2006, p. 4).

Nesse âmbito Coronel, Morris, Rob, (2011, p. 7) afirmam que um tipo de gestão de dados capaz requer, tipicamente, bases de dados computacionais. Estas bases de dados são por seu turno construídas através de uma coleção de dados e metadados através dos quais os dados são integrados e geridos.

Desta forma a concepção de metadados prende-se de forma intrincada com o conteúdo armazenado nas bases de dados. Estes descrevem os dados contidos na mesma bem como as relações desses dados entre si (Oppel, 2004, p. 7).

Segundo Gilliand (2008, p. 2) uma forma de perceber os metadados pode passar pela sua análise numa ótica da "soma total do que alguém pode dizer sobre um objeto informacional ("informational object") em qualquer nível de agregação. Esse facto retrata a origem dos metadados como um ato de organização de dados.

Como tal, as bases de dados existem a partir do momento que este tipo de organização de dados se processa. Contemporaneamente este tipo de organização é processada de, uma forma crescente, através de "formas digitais" (criação e interação) (Gilliand, 2008, p. 2).

Assim os metadados podem ser caracterizados como um "modelo de base de dados" ("database model"), isto é uma "coleção de conceitos usados para descrever os dados, relações, dados semânticos e limitações dos dados" (Sharma, et al., 2010, p. 67).

Deste modo uma conceptualização recorrente apresenta os metadados como "dados sobre dados" (Sharma, et al., 2010, p. 67 ; Gilliand, 2008, p. 1 ; Silberschatz, 2011, p. 12; Oppel, 2004, p. 7 ; Powell, 2006, p. 413 ; Coreonel, 2011, p. 7).

Existe segundo Sharma, et al. (2010, p. 23) uma grande variedade de ofertas no que se refere aos sistemas de base de dados. Este facto é caracterizado pela aplicabilidade das mesmas sobre diversas áreas. Estas podem ser especializadas e servir para armazenar "ficheiros binários, documentos, imagens, vídeos, dados relacionais, dados multidimensionais, dados transacionais, dados analíticos ou dados geográficos" entre outros (Sharma, et.al, 2010, p. 23).

As bases de dados podem ainda ser diferenciadas e classificadas consoante o seu número de utilizadores ("sigle user" ou "multiuser"), "localização" ("location"), "tipo esperado" ("expected use") e "uso" ("extent use") (Coronel, Morris, Rob, 2011, p. 7). No mesmo sentido pode ser diferenciada de acordo com a sua configuração, pode assumir

uma forma de armazenamento tabular (base de dados relacional), hierárquica ou gráfica (Sharma, et al., 2010, p. 23).

Assim atualmente novas aplicações de suporte em bases de dado exigem uma crescente capacidade uma vez que lidam com dados de grande tamanho ou que exigem grande capacidade como textos imagens e vídeo (Silberschatz, 2011, p. 1198).

Este facto pode ser traduzido pelo papel central que as bases de dados adquiriram na "era computacional". Assim a criação de um trabalho no âmbito dos novos media pode "ser entendido como a construção de um interface para uma base de dados (Manovich, 2001, p. 200).

Poderá mesmo segundo Brooks, (1996, p. 327) ser possível uma "ligação natural e com significado" entre a ferramenta computacional (responsável por contar a história) e a audiência. Deste modo uma narrativa interativa pode ser entendida como o somatório de "múltiplas trajetórias ao longo das bases de dados" (Manovich, 2001, p. 200).

Se o autor de um determinado projeto pretende atribuir ao espetador/utilizador um caráter participativo face ao produto final este deve atentar que não é suficiente "pré definir as bases de dados de descrições a cada nível". Sobre elas o autor deve agregar "regras de código e modelos de simulação que irão permitir controlar o comportamento autónomo e adaptativo dos agentes virtuais a cada nível de participação para com os participantes (Spierling, 2005, p. 8).

Uma nova concepção de narrativa é apresentada por Manovich, Kratky (2005, p. 1) que destaca a importância da mesma no âmbito de uma relação com as bases de dados. Para isso mostra a concepção de um novo paradigma baseado numa vasta base de dados com diversos ficheiros media através do qual um conjunto "potêncial ilimitado" de narrativas pode ter origem.

Nesse âmbito é estabelecida uma concepção de narrativa generativa com suporte nas bases de dados. Estas pode ser consideradas "bases de dados narrativas" ("database narrative"), ou um tipo de narrativa que "utiliza muitas características da organização de dados numa base de dados" (Manovich, 2001, p. 267, 268).

5.4. O UTILIZADOR

Naturalmente, muita da convergência tecnológica multimédia, tanto comunicacional como computacional, acarreta um superior controlo por parte do utilizador, ou seja, torna a comunicação "mais interativa" (Burnett, Brunston, Nilsson, 2003, p. XV, XVI). Assim, a "flexibilidade do consumidor" através do uso das novas fórmulas digitais, "medias digitais", tornou-se contemporaneamente na forma dominante" de consumo media (Brown, 2012, p. 21). O consumidor de produtos multimédia permuta assim o seu caráter "passivo" pelo caráter "ativo" (Furht, 2008, p. 475).

Deste modo, ao longo da experiência de uma dada "forma interativa de conteúdo" o interveniente encontra-se "diretamente envolvido com o material". Torna-se então "participante" pois adquire o poder de "manipulação, exploração ou influenciação" do conteúdo sobre um "variado número de formas" (Miller, 2004, p. 56). O próprio termo interatividade encerra em si, o amago do conceito "utilizador" sendo que o seu prefixo "inter" significa "entre". Esse facto indicia a "relação ativa" estabelecida entre o utilizador e o conteúdo, sugerindo que se trata de uma experiência ativa" baseada na troca e reação mutua" (Miller, 2004, p. 56).

Por sua vez, Laurel (2014, p. 8) resiste à utilização do termo "utilizador" pois alegadamente pode sugerir algo exterior à conjuntura em questão. Assim, e tendo a noção que no contexto da interação homem máquina o conceito indica uma "uma relação poderosa" ou um "tipo de experiência que tende a descaracterizar ambos, as pessoas e a tecnologia ", é sugerido um conceito alternativo.

Isto posto se o "utilizador" de um jogo de computador pode ser definido como "jogador", ou o "utilizador" de um livro como "leitor" é apresentada por Laurel (2014, p. 8) a nomenclatura "interactor" como forma de descrever o "utilizador" no âmbito das interações homem máquina.

No entanto através do advento das tecnologias no âmbito comunicacional multimédia, várias formas de comunicação encetam uma fusão entre si. Nesse sentido, pesar das transformações relativas aos dogmas tradicionais, um "esforço central" deve ser estabelecido em relação a um "desenvolvimento, aplicação e análise" à luz da realidade humana fazendo assim intervir fatores "históricos, simbólicos, sociais, políticos, pedagógicos e tecnológicos" (Burnett, Brunston, Nilsson, 2003, p. XV, XVI).

5.4.1. A INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR

Um dos termos associados ao conceito da relação entre o utilizador, isto é, o ser humano e o computador é segundo Noble (2009, p. 5) o "HCI" ("Human-Computer Interface") ou "IHC" ("Interação Humano-Computador).

O conceito de IHC é apresentado como um termo sem uma definição concretamente estabelecida (Dix, et al., 2004, p. 5) facto motivado pelo seu "vasto domínio de investigação que inclui todos os aspetos relacionais entre a interação e as aplicações digitais" (Zaphiris e Ang, 2009, p. 1017) entre eles os aspetos relacionados às "ciências computacionais", "psicologia", "sociologia/antropologia" e "*design* industrial" (Rusu, Rusu, 2006, p. 1).

Deste modo Interface é definido por Chalmers (2003, p. 583) como um "ponto de contacto entre o computador e o utilizador", por sua vez Guan e Muneesawang (2006, p. 11) baseiam a sua conceptualização sobre os IHC no sistema, considerando-a como a forma de reforçar a capacidade de resposta do sistema perante tarefas a par com as capacidades do utilizador ("capacidades humanas").

No mesmo âmbito Zaphiris e Ang (2009, p. 62) destacam a importância do fator humano nas lógicas dos IHC definindo-os como a "procura de maneiras de tornar os computadores bem como serviços de informação complexos acessíveis, utilizáveis e aceitáveis" para utilizadores sejam eles especialistas ou não.

O conceito de IHC pode ainda ser, na ótica de Dewdney e Ride (2006, p. 187) desfragmentado em "três *layers*" referentes ao significado e à forma como este é controlado nas lógicas da relação do utilizador para com a máquina. Assim são divididas em "aparelho físico" através do qual o utilizador pode "operar o sistema"; o "*software*" que organiza a navegação e o acesso à base de dados; os "códigos e convenções culturais", a parcela humana da divisão que define a forma como os utilizadores "percebem os dados" bem como a forma de navegar e aceder aos mesmos.

A interação humano-computador em tempo real consiste numa "colaboração mediada entre *designers* e interatores (utilizadores) ". Esta mediação ocorre, por seu turno, de forma simultânea ao longo do "desdobramento da experiência em si própria". Esta pode operar em termos de uma "colaboração deslocada" ou uma "intervenção em tempo real" por parte dos *designers*. Desta forma o enredo pode ser descrito com a "história da

totalidade da ação que o espetador conta a sí próprio", isto é, os *designers* em conjunto com os utilizadores, "criam conjuntamente" toda a ação de forma "intrincada" mesmo que esses *designers* não se encontrem literalmente "presentes" (Laurel, 2014, p. 110).

A "interação humano-computador" ou "interação homem-máquina" pode ser assumida como uma forma de arte uma vez que, à semelhança de outras, posssui "requerimentos artísticos que apenas podem ser originados pela imaginação humana". Assim o processo artístico deve ser "implementado dentro das limitações do meio" bem como de acordo com as "ferramentas, estruturas formais e características estruturais" inerentes ao propósito criativo, ou "daquilo que alguém tenta criar" (Laurel, 2014, p. 109).

Por sua vez outro fenómeno a ser considerado no momento da criação dos IHC consiste na "psicologia cognitiva". Esta, assumindo como propósito " a compreensão do comportamento humano" tem vido a revelar-se, no contexto digital, como "o maior contributo" ao desenvolvimento da teoria referente à relação ou Interação Humano-Computador (O'Neill, 2005, p. 36).

Nesse âmbito, Fonseca, Campos, Gonçalves (2012, p. 30) declaram que uma noção dos "processos e modelos cognitivos" ajudam o criador a compreender a natureza da "interação entre o utilizador e a máquina (IHC)".

Assim, o modelo de "processamento humano" de Newell e Card (1985, p.215, 216) propõe "discutir o prospeto da psicologia no progresso da interação humano-computador" considerando-a a "chave" à melhoria da interação entre ambos. O modelo baseia a sua premissa num conjunto de elementos esquematizados constituídos pela "memória, processadores e constantes usados para a criação de computações simples". Para tal, o modelo de processamento humano "comprime três subsistemas relacionados entre si" neste caso o "sistema de perceção", o "sistema motor" e o "sistema cognitivo". Assim, traduz um "modelo cognitivo aproximado do utilizador" que pode ser utilizado pelo autor ou "*design*er" como guia de pensamento face à interação humana para com o interface computacional. Deste modo o modelo procura "refinar os diagramas de processamento de informação que têm sido a base da psicologia cognitiva" tornando-os uma "ferramenta de cálculo".

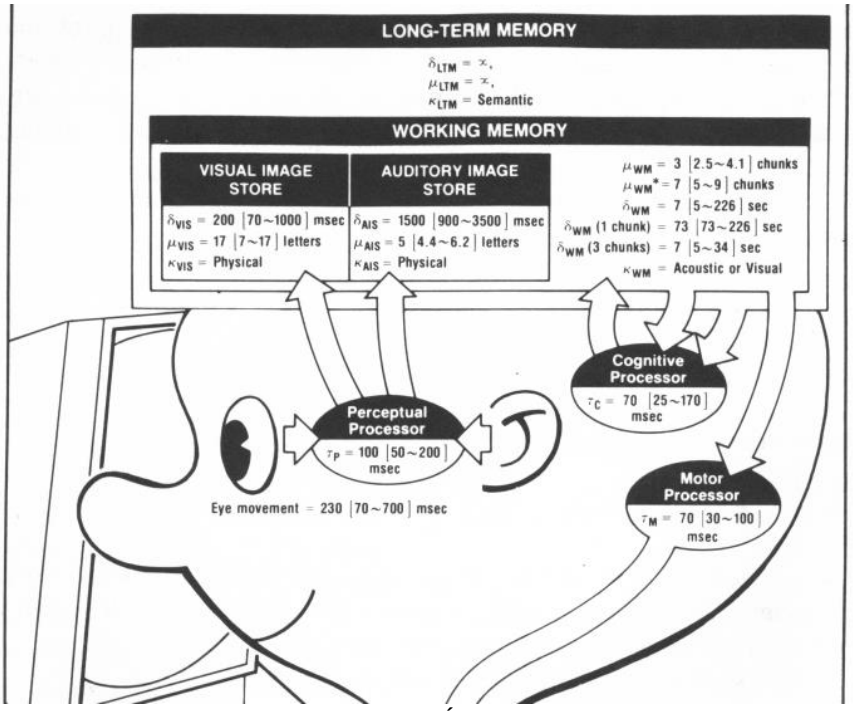

Ilustração 23 – Modelo "Processamento Humano" ([adaptado a partir de:] Newell e Card, 1985, p. 216)

5.5. OS INTERFACES

No entanto o conceito "Interface" é vago uma vez que pode ser intrínseco a várias realidades mesmo no âmbito do *software* (Shedroff, Noessel, 2012, p. 3).

Assim o interface pode ser entendido como uma ponte de convergência entre duas entidades (Zaphiris, Ang, 2009, p. 26) ou como o local de encontro entre "dois corpos ou sistemas" (Gane, Beer, 2008, p. 55) podendo estas ser seres humanos, duas máquinas (networks e computadores), ou entre humanos e computadores (Zaphiris, Ang, 2009, p. 2626 ; Gane, Beer, 2008, p. 55).

A natureza do interface pode no entanto não estar relacionada com a tecnologia digital e assim com os novos media (Gane, Beer, 2008, p. 55), no entanto quando integrado num contexto de "interação e programação" significa que "um dos elementos da interação é um sistema computacional de qualquer espécie" que uma pessoa procura manipular (Noble, 2009, p. 5).

Por seu turno Manovich (2001, p. 80) apresenta um novo conceito no âmbito dos interfaces, o "interface cultural", justificando a sua concepção afirmando que o computador na sua concepção mais primitiva funcionava como uma ferramenta de

criação media, sendo que através do desenvolvimento tecnológico o seu foi alterado e que a ferramenta que outrora apenas servia para criar torna-se meio de armazenar e distribuir (máquina media universal).

Esse facto é fundamental para a nova conceptualização computacional que pode ser visto como um "interface cultural", o utilizador já não estabelece ligações de interface "com o computador mas sim com a cultura em forma digital", assim é proposto o novo conceito de Interface cultural" para descrever o computador enquanto forma de interação entre o utilizador e dados culturais (Manovich, 2001, p. 80).

Estas formas de interação ou "interfaces culturais" são fruto da herança de outras formas culturais das quais se apropriaram de características basilares, neste caso "cinema, texto impresso (ou palavra impressa) e HCI (na sua forma geral) ", cada um com a sua própria forma de organização, representação e apresentação da informação ou dados, caráter desenvolvido ao longo da história de cada um deles. Não só existe uma apropriação das características como também servem como matéria-prima do "interface cultural", assim está baseados nas estratégias e metáforas de organização de informações (cinema, texto impresso, HCI) das quais o próprio se nutre" (Manovich, 2001, p. 94).

5.6. DESIGN DE INTERAÇÃO

Assim o conhecimento ou habilidade de um artista baseia-se no conhecimento implícito do meio e das características em que trabalha. Os próprios materiais influênciam a obra artística uma vez que ditam as possibilidades e as fronteiras do exequível num determinado meio e com determinada "matéria-prima (O'Neil 2005, p. 25). Em relação à criação de ferramentas computacionais surge o conceito de "adquabilidade" que demonstra que tudo o produzido é concebido tendo em conta a utilização por parte do utilizador (Norman, 2002, p. 9).

O computador não se assemelha a qualquer tipo de meio artístico dito "tradicional", funciona através de uma lógica distinta na qual a sua "matéria-prima" é o código binário e o ato artístico consiste na computação ou manipulação de ferramentas computacionais baseadas na mesma lógica. Assim os novos media possuem um potêncial artístico em permanente evolução, as fronteiras são quebradas e as perspetivas de exequibilidade alargadas a par com o desenvolvimento tecnológico num paralelismo indissociável motivado pela intenção humana (O'Neil 2005, p. 25).

Assim a visão do produto deve ser uma constante na mente do criador, este deve assegurar que o seu *design* "está de encontro às necessidades do utilizador" (Vaughan, 2011, p. 242). Nesse âmbito, a integração de princípios de *design*, processos e padrões é a chave para conceber ou desenhar de forma eficiente interação de produtos "product interaction" e interfaces (Cooper, Reimann, Cronin, 2007, p. xxxiii).

Nos últimos anos bastantes termos têm surgido para tentar definir esse tipo de *design* (Cooper, Reimann, Cronin, 2007, p. xxx). Nesse sentido o conceito de *design* de interação tem-se vindo a manter. No entanto, a sua prática encontra-se em "constante desenvolvimento", sendo suficientemente recente e variável para "gerar uma multiplicidade de opiniões (Cooper, Reimann, Cronin, 2007, p. xxxv; Smith, 2007, p. 659).

A fase de desenvolvimento do conceito (de *design* de interação) pode mesmo ser segundo Cooper, Reimann, Cronin (2007, p. XVII) equiparada, às "primeiras etapas (primórdios) do cinema". Assim, a variabilidade defendida por Cooper, Reimann, Cronin (2007, p. xxx), pode ser justificada pelo numeroso conjunto de disciplinas que devem ser abordadas no seu estudo (Preece, Rogers, Sharp, 2002, p. 6). A nível ilustrativo podem estar envolvidos no processo "cientistas computacionais, engenheiros de *software*, psicólogos do cognitivo, sociólogos, antropólogos e *designers*" (Smith, 2007, p. 660).

Deste modo e adaptando o conceito "adqubilidade" (Norman, 2002, p. 9) o *design* de interação é um tipo de *design* assente em produtos e sistemas computacionais de cujo foco é o utilizador (Hallnäs e Redström, 2006, p. 9). No mesmo sentido Cooper, et al. (2007, p. xxvii) defende que para além da forma, fator essencial do *design*, no caso do design de interação este deve basear-se numa outra área, o desenho do "comportamento".

Este facto é motivado em parte pela mudança de paradigma sobre "o que as coisas fazem quando as usamos" para "o que nós fazemos na nossa atuação que define o seu uso". Logo o *design* de interação é a forma de perceber e entregar ao utilizador aquilo que este deseja (Cooper et al., 2007, p.xxxiii).

Como tal, a questão chave do *design* de interação está relacionada com a forma como é possível otimizar a interação do utilizador com "um sistema, ambiente ou produto" de forma a criar uma "relação" mais eficaz (Preece, Rogers, Sharp, 2002, p. 5). Nesse

âmbito Löwgren e Stolterman (2004, p. 5) definem esse tipo de *design* (de interação) como “o processo conciliado dentro dos limites dos recursos existentes de forma a criar, moldar, e decidir todas as qualidades orientadas ao utilizador (estruturais, funcionais, éticas e estéticas)” por parte de um artefacto digital.

Para tal o *designer* trabalha sobre um “contexto artificial de bits, pixéis, dispositivos de entrada, modelos conceptuais de utilizador bem como metáforas organizacionais (Smith, 2007, p. 659).

Uma definição “limitada” de *design* interação poderá ser segundo Smith (2007, p. 659) “o *design* dos aspetos subjetivos e qualitativos de tudo o que é tanto digital como interativo e que cria *design*s que são uteis, desejáveis e acessíveis. No mesmo sentido Preece, Rogers, Sharp (2002, p. 2) apresentam o *design* de interação sobre o desenvolvimento de produtos interativos "fáceis, eficazes e aprazíveis" para os utilizadores.

No entanto Smith (2007, p. 660) avança uma outra definição mais alargada que partindo da premissa anterior define o tipo de *design* de interação como “o *design* de tudo o que é digital e interativo”, incluindo-se segundo esta perspetiva todas as interações possibilitadas pela “tecnologia digital, seja por computador, chips embutidos em produtos, ambientes, serviços ou internet”.

Assim o *design* de interação não está unicamente direcionado à forma estética, ou a escolha dessa mesma forma, mas também as questões cognitivas do utilizador. Nesse âmbito os princípios cognitivos são parte constituinte deste tipo de *design* (Cooper et al., 2007, p. xxxv). Paralelamente Hallnäs e Redström (2006, p. 22) suportando a sua concepção na crescente “maturidade tecnológica” (nomeadamente das tecnologias de informação), defende que irá existir uma crescente preocupação pela “criação de *design* com significado (meaningful *design*), referente não só à usabilidade no sentido da ergonomia cognitiva mas também aos aspetos estéticos.

Podem ser destacadas segundo Preece, Rogers, Sharp (2002, p. 13) três características inerentes ao desenvolvimento do processo do *design* de interação, a saber; o foco na envolvência do utilizador ao longo do desenvolvimento do projeto; a distinção, a documentação e estabelecimento de objetivos específicos sobre a usabilidade e a experiência do utilizador no inicio do projeto; interação de todas as atividades de *design*.

Um dos valores basilares do *design* de interação recai sobre o conceito de usabilidade (Preece, Rogers, Sharp, 2002, p. 20) sendo que este tipo de *design* se "apropria da teoria e técnica do *design* tradicional, usabilidade e das disciplinas de engenharia".

5.6.1. USABILIDADE

Nesse âmbito, usabilidade pode ser entendida como uma propriedade do *design* que caracteriza a forma como o utilizador faz "algo específico, através de qualquer coisa, sistema, ou ferramenta, etc" (Hallnäs e Redström, 2006, p. 53).

A usabilidade é portanto um conceito difícil de precisar uma vez que se trata de um noção subjetiva, que segundo Tullis e Albert (2008, p. 4) pode chegar a ser pessoal, ou seja, "pode mesmo existir uma (definição) por cada pessoa envolvida" no processo de estudo da dsignação em questão.

Assim a definição de usabilidade está estritamente ligado com o bom funcionamento de "algo", ou com o "assegurar que algo funciona bem", sendo dessa forma passível de ser utilizado por um dado utilizador com "habilidade e experiência media" (ou "abaixo da media") sem criar frustração (Krug, 2006, p. 5).

Para alem do "bom funcionamento de algo (Krug, 2006, p. 5), a usabilidade prende-se segundo Reiss (2012, p. xvii) com o utilizador em si mesmo e a "capacidade que este dispõe para realizar determinadas tarefas" ou "outros objetivos" utilizando qualquer "coisa" ou serviço como a internet. Assim o uso significa que "os utilizadores fazem algo com determinada coisa" sendo que nesse processo existe a intenção específica, um fim para a ação.

No mesmo sentido encontra-se patente nas normas ISO (ISO 9241-11, 1998, p. 2) a noção de usabilidade através da qual podem ser identificáveis três aspetos basilares do conceito, assim usabilidade pode ser considerada "a extensão sobre a qual um produto pode ser utilizado por utilizadores específicos de modo a alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação num determinado contexto de uso".

Desta forma e sendo o utilizador uma componente essencial no âmbito da usabilidade, esta pode por sua vez ser entendida, no âmbito do *software*, como "qualidade de uso" compreendida pela "qualidade de interação entre um utilizador e um sistema" (Macleod, 1994, p. 2). Deste modo muitos profissionais dedicam o seu tempo de trabalho na

“tentativa de eliminar problemas de *design*, tentando minimizar a frustração do utilizador”.

Como tal destaca-se uma nova abordagem à usabilidade conceptualizando-se o termo sobre as lógicas dos princípios de *design*. Segundo Preece, Rogers, Sharp (2002, p. 51) estes princípios (*design* de usabilidade) traduzem-se num “conjunto de abstrações generalizadas com o objetivo de guiar o *design*er a pensar em diferentes aspetos do *design*” sendo as mais comuns a visibilidade, o feedback, restrições, mapeamento e affordance”.

Adicionalmente Rubin e Chisnell (2008, p. 6) defendem a invisibilidade da usabilidade na sua relação para com o utilizador. Esta forma de passar despercebida pode passar pela máxima de Krug (2006, p. 11), a sua “lei principal”, não fazer o utilizador pensar.

Consequentemente os objetivos da usabilidade estão “diretamente ligados com o encontro de critérios de usabilidade específicos”. Assim podem ser segundo Preece, Rogers, Sharp (2002, p. 45) a eficácia, eficiência, segurança, utilidade, memorabilidade e a capacidade de aprendizagem.

No entanto Reiss (2012, p. xviii) defende que a usabilidade tem duas faces, por um lado o “uso” ou “facilidade de uso”, relacionado com as propriedades físicas” e por outro a “elegância e a clareza”, relacionadas com as propriedades psicológicas.

Deste modo e segundo Norman (2002, p. xiv) deve-se atentar que um *design* apropriado não deve depender unicamente da usabilidade mas de um cuidado balanceado entre a “harmonia da beleza estética, confiança, segurança, usabilidade, custo e funcionalidade”; assim não é necessário descurar a estética pela usabilidade ou vice-versa.

Deste modo e no mesmo sentido do conceito de Noran (2002, p. xiv), Preece, Rogers, Sharp (2002, p. 45) defendem uma conceptualização da usabilidade baseada na "facilidade de aprendizagem, eficazes no seu uso e aprazíveis sob o ponto de vista do utilizador".

Nesse âmbito Preece, Rogers, Sharp (2002, p. 45) estabelece um conjunto de objetivos sobre a definição de usabilidade. Estes relacionam-se com as características de eficiência, segurança (sob o ponto de vista do seu uso), utilidade, facilidade de aprendizagem e memorabilidade.

Apesar de todas as definições existe segundo Tullis e Albert (2008, p. 4) um conjunto de pontos comuns entre as diversas conceções de usabilidade. Em todas elas o utilizador está envolvido, desempenha um papel (faz algo), utilizando um “produto, sistema ou outra coisa”.

No mesmo sentido Garrett (2011, p. 48) apresenta outra concordância na abordagem ao termo, “todas as abordagens procuram á usabilidade procuram tornar o produto mais fácil de usar”.

Deste modo o termo em questão aflui em si as características importantes da interação sendo elas a “eficiência” relativa aos recursos “necessários e consumidos para atingir o objetivo”, a “eficácia” relativa à qualidade face à forma como o utilizador atinge os objetivos e a “Satidsfação”, ou seja como o utilizador “se sente” ao longo da utilização do sistema (Fonseca, Campos, Gonçalves, 2012, p. 57).

5.6.2. A Experiência de Utilizador – UX User Experience

Não obstante há quem distinga o termo “usabilidade” e o termo “user experience” ou experiência do utilizador (Tullis e Albert, 2008, p. 4). Sendo que a usabilidade, como visto anteriormente, *design*a a “habilidade de um utilizador para usar algo de forma a levar a cabo uma tarefa com sucesso”, por sua vez o *design* de interação expande a noção de usabilidade abordando igualmente as questões psicológicas do utilizador “pensamentos, sentimentos e perceções” resultantes da interação (Tullis e Albert, 2008, p. 4).

Paralelamente as normas ISO (ISO 9241-210, 1998, p. 2) mostram que “UX” (“user experience” ou “experiência de utilizador”) “inclui todas as emoções dos utilizadores, crenças, preferências, perceções, respostas físicas e psicológicas, comportamentos e realizações ocorridas durante e após o uso”. De igual forma Kraft (2012, p. xv) apresenta “user experience” como o conjunto do fluxo dos sentimentos que o utilizador vivencia ao longo da utilização do dispositivo, serviço ou sistema.

No entanto Kraft (2012, p. 1) reformula o conceito de acordo com uma visão mais pessoal, desta forma define experiência do utilizador como "a mudança de de sentimentos" vivenciada pelo utilizador" ao longo do uso do "dispositivo, serviço ou sistema", sendo que uma boa experiêcia é definida quando o utilizador se sente "feliz, satisfeito, orgulhoso ou mesmo apaixonado".

Desta forma UX na sua relação com o produto não é mais do que a forma como este trabalha na sua relação com o utilizador em detrimento do seu funcionamento interno (Garrett, 2011, p. 6).No caso de um sistema poder-se relacionar com a descrição do comportamento previsto (possível) e na definição de como o sistema se vai moldar e responder a esse comportamento (Garrett, 2011, p. 81).

Pode ser efetuada sobre a noção de “user experience” uma divisão entre três áreas que se sobrepõe e interligam, nomeadamente, a forma, o comportamento e o conteúdo. (Cooper, Reimann, Cronin, 2007, p. xxxi).

Se as normas de usabilidade se referem ao “encontro com critérios de usabilidade específicos”, os objetivos da “experiência do utilizador” prendem-se sobretudo com a “explicação da qualidade da experiência do utilizador” (Preece, Rogers, Sharp, 2002, p. 14).

Esses objetivos surgem da emergência tecnológica e da relação do utilizador com as mesmas, desta forma recai sobre o *design* de interação, a responsabilidade crescente de criação de sistemas, “satisfatórios, agradáveis, divertidos, que entretenham, úteis, motivadores, esteticamente agradáveis, com suporte criativo (favoráveis à criatividade), recompensantes e emocionalmente gratificantes”, características ligadas à “experiência do utilizador” (UX) (Preece, Rogers, Sharp, 2002, p. 2002, p. 14).

6. ESTUDO DE CASO

6.1. CONCEPTUALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento da construção prática em questão tem como premissa a construção de uma comunicação publicitária interativa baseada no vídeo digital, ou, alternativamente, na construção de um vídeo digital interativo sobre uma abordagem publicitária. Para tal esta baseia-se numa marca fictícia criada de raiz como forma de ilustrar o caso prático em questão. Assim, sobre a mesma foi desenvolvido conteúdo narrativo através do qual a marca é incutida assumindo nesse âmbito o principal destaque.

6.1.1. JUSTIFICAÇÃO CRIATIVA DA MARCA

Assim a uma marca de “bebida energética” denominada “KO/OK”, nome referente à diferença de estados energéticos do pré e pós consumo do produto publicitado, foram associadas a características de vigor e vitalidade,

Como alvo da campanha publicitária foi apontado um foco populacional jovem. Assim e de modo a retratar essa fração populacional foram distinguidas duas principais categorias sobre as quais os indivíduos integrantes dessa fração se podem identificar, os “intelectuais” e os “desportistas”.

Assim a escolha da tipologia ou caráter das latas bem como das personagens “humanas” enconta-se inerente ao caráter do público-alvo. Essa dicotomia traçada torna-se importante no primeiro momento de escolha por parte do utilizador que deve optar por uma das equipas “KO/OK”, o “Intelectual ou o desportista”.

Deste modo a comunicação publicitária em questão tem como base uma narrativa multi-linear sobre a qual as opções pré-definidas, selecionadas pelo utilizador, alteram o desenrolar da trama dando origem a múltiplas terminações adaptando-se deste modo aos seus desígnios.

Tecnicamente esta narrativa interativa procura basear-se num conjunto de princípios estando o principal alicerçado numa lógica de continuidade constante e interrupta do fluxo vídeo. Assim, o utilizador de forma expectável irá perceber a história sem quebras facto que conduzirá a um incremento do grau de imersão, ou, no pior dos cenários a não perda desse mesmo grau.

Para tal o respetivo produto foi constituído sobre a abordagem de "*branding entertainment*" ou "entretenimento de marca", isto é, num tipo de comunicação comercial que traduz gratificação paralelamente à informação.

O conteudo do presente projeto é por seu turno moldado pelas características da marca, os desígnios da mensagem publicitária bem como pelas características do utilizador.

Para tal foram consideradas a totalidade das investigações teóricas bem como a experiência prática adquirida através da produção de um conjunto de projetos de preparação.

6.2. PRÉ-PRODUÇÃO

6.2.1. O MODELO CONSTRUTIVO DO VÍDEO DIGITAL INTERATIVO – KO/OK

O modelo construtivo do vídeo digital interativo, enquanto guião adaptado à componente multimédia, tem como premissa um conjunto de diretrizes, a saber: a marca e o seu caráter, as características do público-alvo e sobretudo o contexto da comunicação comercial, isto é, do veículo publicitário. Nesse âmbito foi formulada a seguinte estrutura narrativa interativa:

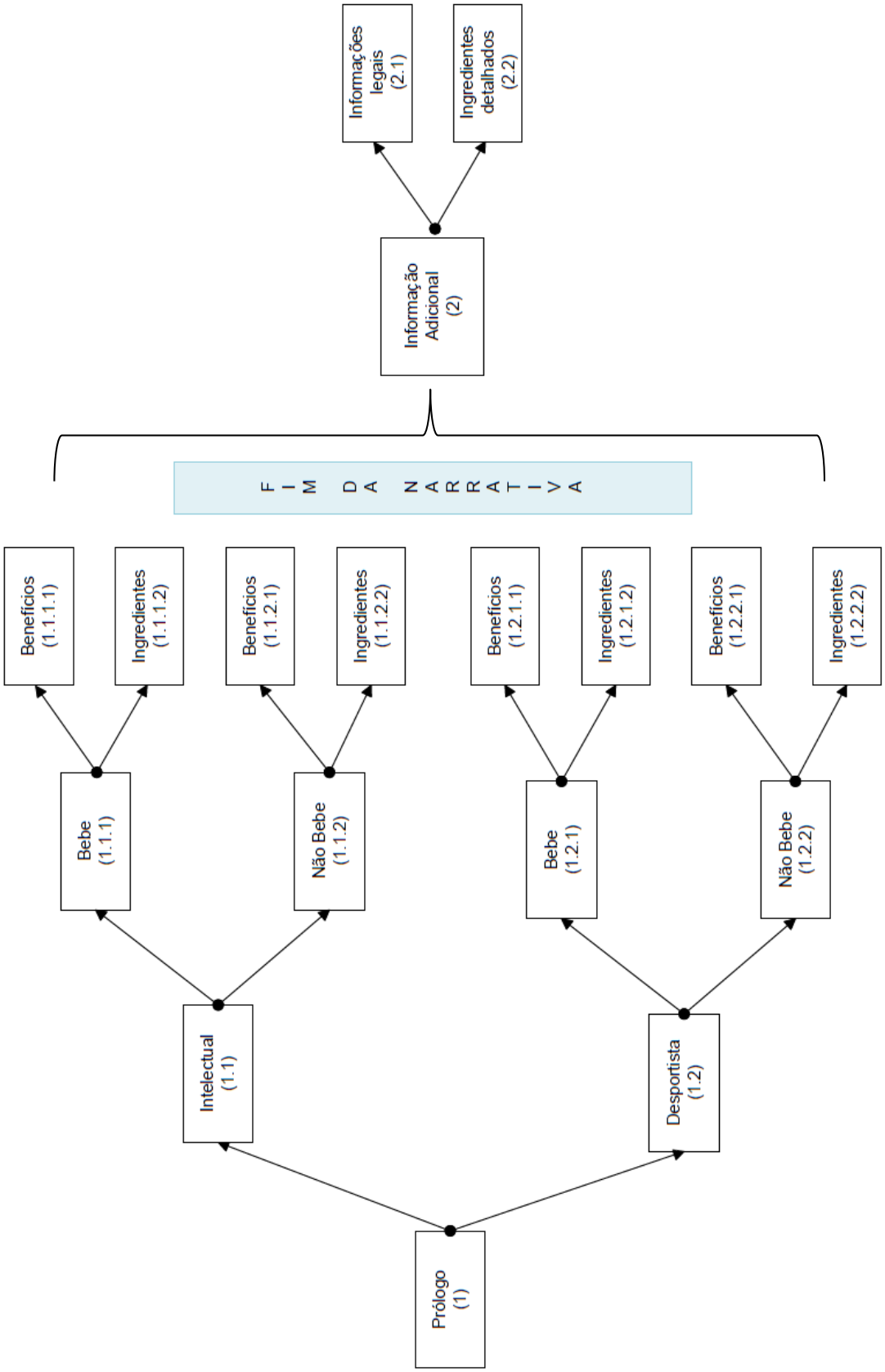

Ilustração 24 - Estrutura Narrativa Interativa do Protótipo vídeo interativo (Ilustração nossa, 2014)

A narrativa interativa desenvolvida baseia-se numa abordagem de desdobramento ramificado, assente nos pressupostos de criação e edição atás enunciados e inerentes à plataforma Interlude. Essa opção justifica-se pela necessidade de contenção da interatividade de forma à possível expressão da mensagem publicitária não permitindo uma divagação interativa excessiva potencialmente adversa à mesma. Por seu turno é conservado um nível de interatividade que permite convergir de forma controlada os desígnios do utilizador.

A abordagem adotada face ao conteúdo assume ao longo da sua desfragmentação um conjunto de géneros distintos, entre eles a aventura, a fantasia ou a comédia cerrada num ambiente dramático caricatural. Assim procura-se a passagem de uma imagem forte fazendo representar as mais-valias de cada género.

A história fundamenta o seu conceito na convergência entre o mundo real, e um hipotético mundo paralelo no qual as latas, respetivas à bebida publicitada, assumem um papel principal protagonizando a sua própria aventura. Através da comunicação publicitária procura-se criar no espetador uma empatia para com a imagem da marca. Assim, essa imagem representada sob a forma da lata é humanizada estabelecendo uma ligação para com o utilizador envolvendo-o emocionalmente.

Assim a narrativa tem início numa sequência base através da qual é contada a história das latas e do legado “KO/OK”. Esta representação foca-se em ambos; a introdução de um mundo paralelo no qual as latas treinam com o propósito de ajudar o consumidor no momento de necessidade; e fazer convergir a ideia de que existe “um KO/OK para cada um”.

Desta forma torna-se percetível, ao longo do bloco de vídeo referente ao prólogo (1), uma divisão da imagem da lata bem como das personagens “humanas” em duas vertentes distintas. Por um lado são apresentadas as latas desportistas que desempenhando atividades físicas vão moldando implicitamente o seu caráter ao longo da narrativa; por outro lado as latas de cariz intelectual, apresentadas em sessões de estudo, vêm igualmente o seu caráter moldado neste ponto da narrativa. Paralelamente são ainda apresentadas as personagens “reais” correspondentes a essas mesmas latas.

A presente dicotomia permite uma triagem ou uma primeira adaptação do conteúdo publicitário face ao utilizador perpetuador da escolha no momento da interação. Esta escolha da “equipa KO/OK” pode resultar em uma de duas abordagens narrativas.

A primeira apresenta o ponto de vista de um “intelectual” (1.1) e a segunda o ponto de vista de um “desportista” (1.2). Ambas as sequências são desenrodas sobre a mesma lógica, isto é, através da apresentação do paralelismo entre o mundo “real” do “intelectual” (1.1) ou do “desportista” (1.2) e o mundo fictício das latas “KO/OK” que, personificadas, desempenham atividades análogas às personagens reais.

A narrativa desenvolve-se em torno do esforço e vontade que moldam a ação de cada uma das personagens. Contúdo, no fim dos blocos vídeo (1.1) e (1.2) é apresentada uma sequência na qual tanto o intelectual como o desportista surgem exaustos, uma imagem negativa que retrata a necessidade de consumo do produto (bebida energética “KO/OK”).

Nesse âmbito surge a opção de escolha “bebe” ou “não bebe” que condiciona o desenvolvimento da narrativa interativa face aos posteriores blocos vídeo (1.1.1) “bebe” ou (1.1.2) “não bebe” no caso da personagem intelectual; e (1.2.1) “bebe” e (1.2.2) “não bebe” no caso do desportista.

Se a personagem consome o produto, é apresentado um conjunto de sequências, ao longo do bloco vídeo (1.1.1) ou (1.2.1) que demonstram a energia conferida pelo mesmo. Nesse âmbito o desportista corre com mais energia, o intelectual estuda com mais afinco acabando por beijar a lata.

Por sua vez, como uma das opções do utilizador seria a de não consumir (beber) o produto em (1.1.2) no caso do intelectual ou (1.2.2) no caso do desportista, procurou-se criar uma ficção negativa sobre a não utilização da bebida “KO/OK”.

Porém, e tendo em conta que o objetivo da criação é a condução do utilizador ao consumo do produto, a narrativa foi condicionada de modo a que ambas as personagens (intelectual e desportista) no fim do respetivo bloco (1.1.2) ou (1.2.2) acabassem por consumir a bebida.

Assim o final dos blocos de vídeo (1.1.1), (1.1.2) no caso da personagem intelectual e, (1.2.1), (1.2.2) no caso da personagem desportista, dão lugar à escolha de um conjunto de elementos indutores ao consumo. Por um lado os “benefícios” em (1.1.1.1), (1.1.2.1)

por outro os “ingredientes” em (1.1.1.2), (1.1.2.2) no caso da personagem intelectual. No caso da personagem desportista os “benefícios” encontram-se representados nos blocos vídeo (1.2.1.1), (1.2.2.1) e os “ingredientes” em (1.2.1.2), (1.2.2.2).

Os blocos vídeo inerentes aos “benefícios” representam, ao longo de sequências vídeo ilustrativas, um conjunto de informações gráficas (dinâmicas) representativas das vantagens de consumo do produto “KO/OK”. Nesse âmbito a informação gráfica em questão é desfragmentada em “Energia”, “Fadiga” (redução da mesma), “Recuperação”, “Concentração” e “Rendimento Metabólico”. Assim o movimento do gráfico, a informação estatística, bem como a sua coloração indiciam os respetivos benefícios.

Por seu turno a representação dos ingredientes é efetuada sobre uma lógica gráfica textual que se sobrepõe às sequências vídeo especificamente criadas para albergar tal componente. Assim subdividiu-se a informação em questão sobre o conjunto de ingredientes “Cafeina”, “Taurina”, “Vitaminas B”, “Sacarose e Glicose” especificando-se os principais atributos e qualidades conferidos por cada um.

Subsequentemente e considerando que este vídeo interativo é um documento multimédia, a utilização de médias estáticos como textos informativos sobre as características do produto tornam-se opções determinantes.

Assim após o termino dos blocos vídeo (1.1.1.1), (1.1.1.2), (1.1.2.1), (1.1.2.2), (1.2.1.1), (1.2.1.2), (1.2.2.1), (1.2.2.2) insere-se um conjunto de informações sobre as características do produto procurando preencher os requisitos legais que em termos de informação ao consumidor a legislação obriga.

6.2.2. O STORYBOARD

O *storyboard* foi criado sobre uma lógica inerente aos processos de pré-produção vídeo tradicionais aos quais foi incorporada uma estrutura interativa. O mesmo será dizer que o planeamento do vídeo digital interativo teve como premissa e base fundadora o *storyboard* vídeo adaptado em conformidade às exigências da estruturação narrativa interativa. Assim através da estrutura narrativa interativa é criado um novo modelo de representação da filmagem no âmbito do vídeo interativo

Dado o exposto, e Sendo o *storyboard* uma ferramenta de pré-visualização do projeto, a abordagem representacional do vídeo digital interativo deve estar igualmente

intrínseca a uma tipologia não linear de pré-visualização característica do *storyboard* presente no *design* de interação.

6.2.2.1. A PONTE

No âmbito específico do presente estudo de caso foi concebida e utilizada uma abordagem original adaptada aos seus desígnios conjugando ambas as tipologias de *storyboard*. Deste modo é proposta uma nova abordagem ao conceito do *storyboard* na extensão do vídeo interativo sobre a forma do modelo exposto.

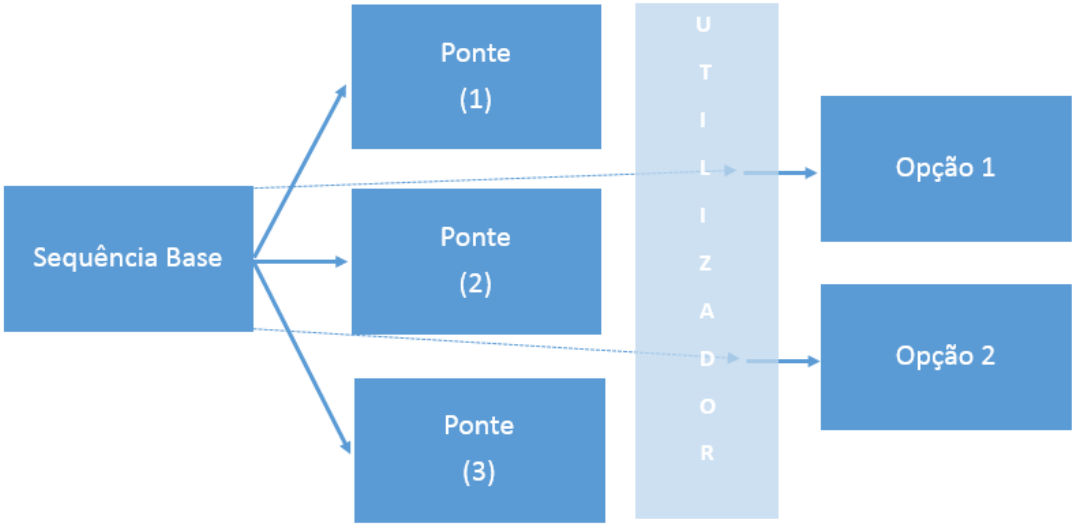

Ilustração 25 – Estrutura base do *storyboard* aplicado ao vídeo interativo (Ilustração nossa, 2014).

Deste modo a cada sequência ou plano foi atribuída uma categorização baseada na fase sobre a qual a mesma se insere no âmbito da desfragmentação do *storyboard*. Assim a nomenclatura proposta consiste na “Sequência Base”, “Ponte” e “Opção”.

A “sequência base” comporta a componente introdutória da narrativa, ou seja é composta, como visto anteriormente, pelos eventos que conduzem à dicotomia condicionada no momento de opção.

Constitui deste modo a sequência que serve de base à desfragmentação narrativa conferindo através do se conteúdo um contexto sobre o qual o utilizador pode basear a sua opção no momento em que é confrontado com um ponto de decisão. Ao longo da construção do vídeo interativo em questão existe apenas uma “sequência base” que serve de suporte a toda a narrativa.

Aqui surge a introdução da figura de “ponte” como forma de anular ou minimizar, o atrito causado no momento de transição entre sequências vídeo. Este momento assume dessa forma um caráter capital no escape à quebra de imersão provocada pela rutura presente no momento de progresso entre *frames* de diferentes elementos vídeo.

Esta característica criativa pode ser justificada de duas formas; a primeira delas encontra-se indexada a uma lógica temporal tratando-se de um elemento que permite ao utilizador ponderar a sua decisão sem que para isso careça existir um momento de quebra. Por outro lado permite uma continuidade narrativa ao longo do processo de decisão do utilizador. Neste âmbito a narrativa não é interrompida sendo prolongada por um conjunto de planos que podem ainda contribuir para o aumento da carga dramática no momento de decisão.

Deste modo a “Ponte” tal como a nomenclatura indica, serve como uma ligação entre ramificações. O presente momento consiste no suporte atribuído pelo conteúdo vídeo ao interface sendo que ao longo do seu desenrolar são apresentados o conjunto de opções ao desenrolar interativo da narrativa. Deste modo a “ponte” serve não só como uma ligação entre ramificações mas como suporte ao momento de interação do utilizador.

As opções podem por sua vez suceder à “Sequência Base” ou a um conjunto de outras “Opções”. Porém no contexto do vídeo digital interativo em questão existe em todos os momentos de seleção uma opção rejeitada e uma escolhida.

Posto isto a sequência vídeo respetiva à opção rejeitada é descartada. Por seu turno a opção escolhida assume um caráter semelhante à “Sequência Base” anteriormente referida podendo desdobrar-se sobre um novo conjunto de opções. No que diz respeito à sua transição a mesma seriam igualmente conjugada com base na noção de “Pontes” defragmentando-se progressivamente em subopções.

Da mesma forma o presente conceito de ponte pode ser utilizado com base numa divisão de ecrã sendo que nesse caso a progressão da narrativa, ao longo do período de escolha, é representado de forma dual apresentando-se o ponto de vista de ambas as vertentes de potêncial progressão da história (como no caso da sequência que procede à transição entre (1) e (1.1) ou (1.2)).

6.3. PRODUÇÃO

6.3.1. A CONSTRUÇÃO GRÁFICA

A construção gráfica relativa à imagem da marca foi criada através da preposição estabelecida pelo caráter do produto conjuntamente às características dos consumidores alvo do mesmo.

Nesse sentido e tratando-se o produto de uma bebida energética procurou-se instituir um impacto visual destacável. Para tal foram consideradas as características energéticas, bem como as características de poder e paixão, deste modo conjugando a pigmentação amarela e vermelha foi designada a coloração laranja (saturada) representativa da vitalidade e alegria.

Ilustração 26 – Logotipo Marca “KO/OK”. (Ilustração nossa, 2014)

O logo foi construído sobre o conceito de simplicidade e diferenciação. A fonte textual apurada possui um caráter moderno e dinâmico.

Paralelamente o presente logotipo foi desenhado de forma a carregar um simbolismo intrínseco. Este é representado pelas formas triangulares que ilustram implicitamente o nome da marca reforçando o contraste. Deste modo a abreviação “KO” é representada através de uma seta descendente e o “OK” representado através de uma seta ascendente.

Por sua vez a forma retangular que serve de enquadramento a ambos os elementos referidos possui uma função contrastante. Se todos os elementos constituintes do logotipo (cor, forma, fonte) possuem um cariz dinâmico, o retângulo transmite,

alternativamente, uma relativa sensação de conforto e ordem que concentra a energia no seu interior acrescentando adicionalmente um elemento de simetria.

O design da lata foi amplamente baseada na concepção do logotipo sendo que as personagens são distinguidas por um elemento próprio instituído com base nas características da personificação que visam compreender, neste caso a lata "intelectual" é caracterizada por um par óculos, e a lata "desportista" é caracterizada por uma fita branca.

Ilustração 27 – Personagens "KO/OK" (Ilustração nossa, 2014)

6.3.2. A REALIZAÇÃO DO VÍDEO DIGITAL

A filmagem é efetuada tendo em consideração todas as características intrínsecas ao vídeo digital interativo. Assim especial atenção foi atribuído ao *storyboard* como elemento guia de todo o processo de captação da imagem vídeo. Nesse âmbito foram desenvolvidas sequências de vídeo que ilustraram a história conceptualizada tendo sido atribuída especial atenção às fases de transição entre sequências nomeadamente no momento da ponte, o momento mais sensível de toda a captura de imagens.

Assim, no que diz respeito à estratégia de captura do vídeo, esta foi efetuada sobre uma lógica linear de progressão. Por seu turno foram captadas todas as sequências necessárias de forma a satisfazer todas as contingências impostas pela característica interativa. Assim a cobertura vídeo deve ser suficiente para a construção de um determinado bloco.

Adicionalmente foram ainda tomadas como princípio as características do dispositivo através do qual o produto publicitário em questão será reproduzido. Logo, e sendo que

a reprodução do produto assenta nomeadamente em ecrãs de reduzidas dimensões (ecrãs de computador ou dispositivos móveis), a construção dos planos foi fundamentada numa tipologia de enquadramento mais próximo da cena.

Para tal recorreu-se sobretudo ao plano completo, plano médio, plano próximo e ao plano de pormenor sendo que permitem uma visão mais compreensível e pormenorizada da ação. Dado o exposto uma vertente mais próxima do plano permite focalizar a atenção do utilizador em determinados pontos da narrativa evitando distrações. Adicionalmente a tipologia de plano em questão origina um efeito dramático da imagem facto profícuo num contexto publicitário.

Por sua vez procedeu-se à integração de planos mais afastados nos momentos correspondesntes à representação gráfica dos “Benefícios” e “Ingredientes” de forma a conferir o principal destaque aos elementos gráficos em questão.

Assim torna-se perceptivel a subordinação do vídeo perante os restantes elementos presentes num contexto de construção multimédia sendo que tanto o enquandramento como a disposição da mise-en-scène devem respeitar o conjunto de elementos gráficos presentes no plano.

Adicionalmente, a conceptualização das sequências constituintes da “ponte” teve como premissa a noção do enfase dramático incitado pelas particulares dos planos em questão. Assim o fluxo de imagens constituído através dos planos captados na fase de transição entre blocos vídeo (“ponte”) revela uma progressiva aproximação da câmara face à personagem.

Assim a decisão de representação em causa pode ser fundamentada de três formas; a aproximação da imagem limita o campo visual do plano facto que pode destacar o interface (botão) no âmbito vídeo; o referido incremento da carga dramática ou força expressiva que pode ser benéfica à transmissão de mensagens; as imagens próximas causam inquietação, uma necessidade de afastamento, um desejo de libertação por parte do utilizador facto que poderá motivar o seu desejo de interação.

6.4. PÓS-PRODUÇÃO

6.4.1. A EDIÇÃO

A edição do projeto em questão foi desenvolvida sobre uma abordagem não linear caracteristicamente digital. Esta teve como objetivo a criação de um conjunto de blocos ou sequências vídeo individuais respetivos às diferentes fases do modelo narrativo.

Neste âmbito a observação da estrutura permite distinguir um conjunto de sete blocos independentes de vídeo digital que apesar de montados sobre uma lógica não linear assumem a configuração de narrativas lineares.

Todo o processo de edição foi desenvolvido tendo em vista a posterior combinação entre os diferentes blocos na fase de montagem interativa. Porém e sendo que a edição pode ser perspetivada como a coordenação entre um plano e o sucessor, deve-se atentar que apesar da referida construção em blocos, a ligação entre o conteúdo dos mesmos é estabelecido na presente fase.

Ou seja, apesar da separação entre as sequências do vídeo, as margens ou fronteiras de ambos, nomeadamente no que se refere ao último e primeiro plano das sequências congregadas, devem ser amplamente trabalhados de forma a conseguir a transição suave e discreta necessária.

A nível ilustrativo, na primeira desfragmentação referente ao víde interativo em questão, a transição é formada através do plano final da “ponte” que deve estabelecer a ligação entre ambas as opções, por exemplo entre o final da “Sequência Base” ou “prólogo (1)” e o primeiro plano da opção (1.1) ou (1.2).

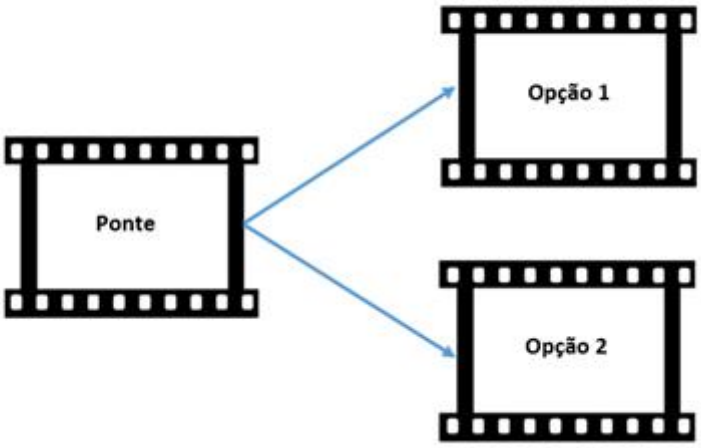

Ilustração 28 – Representação da transição entre blocos vídeo no momento de interação (Ilustração nossa, 2014).

O processo de edição não linear é então adaptado ao contexto de edição para conteúdo interativo, não apenas na gestão competente do conteúdo do vídeo mas como na transição entre os diferentes planos.

6.4.1.1. O ÁUDIO

A faixa áudio em questão foi escolhida e editada com base nas caraterísticas pretendidas do produto. Assim se a componente vídeo procura retratar, através de representações e transições, um ambiente épico quase caricatural, a componente áudio deve respeitar a respetiva premissa. Deste modo adaptou-se um estilo musical "épico".

Da mesma forma, a escolha da componente áudio em questão foi adicionalmente baseada nas exigências rítmicas da componente vídeo, tendo sido consideradas as características de aceleração e desaceleração da mesma que pudessem ser por sua vez adaptadas a pontos específicos da narrativa.

Assim a componente musical do presente estudo de caso surge como elemento potencializador das qualidades da componente vídeo. Neste caso e estando inerente a uma lógica de ritmos, procurou-se a adequação da faixa áudio em questão aos determinados pontos de crescente ou decrescente intensidade dos momentos narrativos vídeo.

Para tal foram criados e aplicados efeitos especiais áudio que sobretudo permitiram secudar os pontos altos do ritmo vídeo como atrás descrito.

Logo, um momento de escolha (da parte do utilizador) é precedido pelo condicionamento do áudio à intensificação rítmica de forma gradual. Da mesma forma e quando a intensidade rítmica do vídeo reduz de forma observável (como no caso particular das escolhas “não bebe”) a faixa musical é condicionada a uma proporcional redução dos seus picos rítmicos.

6.4.2. A MONTAGEM INTERATIVA E O DESIGN DE INTERFACE

Na presente fase torna-se percetível não só a importância do planeamento narrativo mas também a relevância de uma eficiente cobertura vídeo no momento da realização. Paralelamente à construção narrativa e a materialização da mesma sob a componente visual, a edição como derradeira fase de qualquer produção vídeo digital, assume igualmente um papel capital e influente sendo que molda todos os blocos vídeo necessários à montagem interativa.

Logo a aplicação web Interlude (Interlude, 2014), (como ferramenta de montagem interativa), descrita no capítulo 5.3, assume apenas um caráter agregador sendo que toda a construção e montagem do produto se encontra inerente às fases precedentes.

Isto é, apesar de o programa Interlude (Interlude, 2014) permitir a conjugação dos vídeos sobre a forma interativa, depende da construção narrativa, realização vídeo e, a edição a formação de uma estrutura corpórea vídeo capaz de integrar a componente interativa.

Porém a componente interativa não exerce influência apenas na presente fase de montagem interativa tendo por sua vez moldado toda a produção de construção vídeo, desde a pré-produção à fase de edição.

Logo, se a montagem conjuga os planos de vídeo digital, a fase de montagem interativa conjuga todos os blocos de forma a criar o todo do produto.

No que se refere à criação de interfaces estes foram posicionados nas referidas fronteiras estabelecidas entre blocos, ou sequências vídeo. Deste modo situam-se ao longo da “ponte” que suporta a fase prévia à transição entre blocos vídeo na qual surge a possibilidade de interação e assim os interfaces sob a forma de botão.

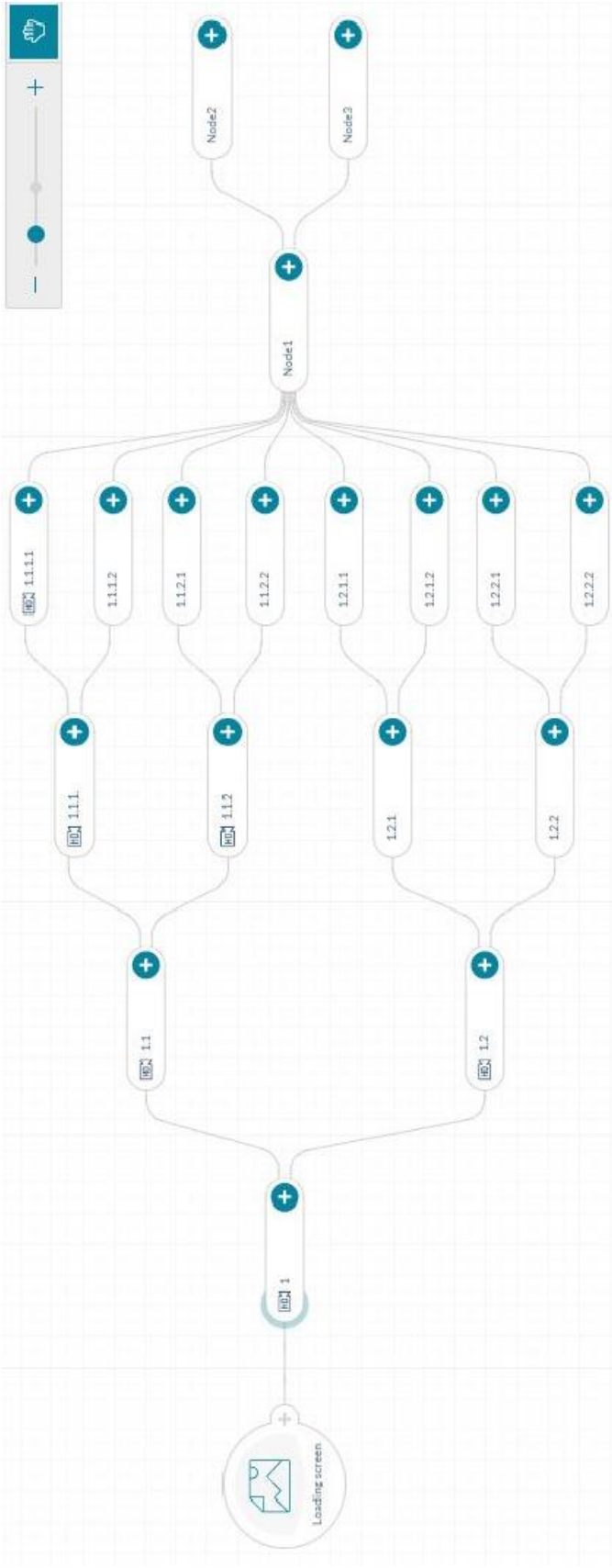

Ilustração 29 – Montagem Interativa, Design de interação. ([Adaptado a partir de:] Interlude, 2014)

7. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

7.1. CONCLUSÕES

Cumpridas as premissas investigativas propostas no modelo de investigação foram constatados, através das várias etapas constitutivas do projeto, a confirmação do conjunto de proposições à partida colocadas.

Nesse sentido o realizador, pilar de todo o processo artístico e de gestão de um projeto vídeo, estando direta o indiretamente envolvido em todos os processos de construção do mesmo, assume um papel preponderante no contexto da investigação em causa operando como um líder, um "storyteller", por excelência, que utiliza a câmara como forma de comunicar ou de se expressar sem esquecer o seu papel na edição enquanto agregador dos media dinâmicos e estáticos que constituem o seu produto multimédia.

Porém a emergência dos processos computacionais permitiu a integração do vídeo na construção de novos produtos. Nesse contexto a interatividade, característica pilar do multimédia, exerce uma profunda influência transformando o vídeo, alterando consequentemente as conceções tradicionais do media, desde a sua construção à adaptação das funções dos seus criadores.

Logo, se o vídeo digital sem a componente multimédia interativa não passa da duplicação do entretenimento tradicional, a sua agregação ou integração às tecnologias computacionais possibilitam a formulação de um novo produto, o vídeo interativo.

Surge desta forma um novo conceito narrativo bem como como uma novo meio de transmissão de histórias paralelo aos "media tradicionais". O computador emerge como uma ferramenta criativa permitindo a agregação de interatividade a essas mesmas narrativas.

Ao proporcionar aos seus utilizadores uma nova forma de conexão ativa para com o produto através de uma personalização do seu conteúdo, são viabilizadas formas e hipóteses de navegação que tendencialmente se devem manifestar sobre a forma de um produto final atrativo.

Assim o papel do realizador é demasiado preponderante para não poder ser alheado de uma produção multimédia "assente em vídeo" como é naturalmente o caso do vídeo interativo.

No entanto este, enquanto profissional inserido no contexto de produção em multimédia deve assimila-lo encontrando-se totalmente ambientado, integrado e familiarizado com as lógicas do meio em questão nomeadamente face às envolventes interativas.

Apenas através de um domínio e mestria competente nos dois campos, interativo e vídeo, o realizador consegue produzir vídeos interativos também eles competentes. Dado o exposto, se um realizador apenas domina a componente vídeo dificilmente conseguirá criar um produto multimédia consistente. Impõe-se deste modo uma adaptação da função do realizador perante o novo contexto multimédia.

Deste modo, e sobre a conjuntura em questão, é exigido ao realizador a aprendizagem das técnicas multimédia, um processo de adaptação e evolução que lhe permita relacionar o cariz multimédia às técnicas cinematográficas tradicionais.

À vista de tal facto, a inovação tecnológica não é o único agente promotor do vídeo interativo, sendo que a busca de novas formas de contar histórias, perpetuam o desenvolvimento de produtos com as supraditas características.

Logo, quando o realizador constrói ou aceita a realização de uma narrativa com os aludidos atributos é porque nela vê à partida um determinado potêncial e caráter interativo. Como tal se o realizador decide produzir um vídeo interativo é porque, em princípio, considera a agregação da interatividade como uma mais-valia na construção do produto. Nesse sentido a interatividade traduz-se, perante o autor, como a forma mais adequada de contar uma história específica, para um público específico através de um meio também ele específico.

Assim, e mantendo o seu cariz de liderança, o realizador adquire uma maior responsabilidade uma vez que lhe é exigida uma visão mais alargada sobre o projeto vídeo sustentado sobre uma lógica interativa. Este facto traduz-se na necessidade de criação de sequências alternativas e uma maior capacidade de sequenciação. Deste modo toda a criação de múltiplos caminhos obriga a uma mais alargada concepção autoral incrementando-se a sua mais-valia.

Em detrimento do tradicional projeto de construção linear, a construção de vertente multilinear força deste modo o realizador a um conjunto mais alargado de considerações e preposições. Este deve atentar nos vários fluxos narrativos, estruturando-os de forma coerente sobre aquela que será uma visualização/ consumo, personalizada/

personalizado por cada utilizador. Como tal, um maior desdobramento da narrativa vídeo impõe, igualmente, um maior processo de captação enraizado numa concepção narrativa também ela mais extensa.

Naturalmente a narrativa multilinear no âmbito do vídeo interativo é representada sobre a forma de imagens em movimento. Este facto implica a desagregação da produção num mais alargado processo de captação. Esta necessidade prende-se à imperativa captação de conteúdo que permita, por seu turno, colmatar as necessidades impostas no momento de edição.

Encontra-se, portanto, particularmente inerente à necessidade de criação de sequências vídeo que permitam a formação de uma transição suave entre blocos ao longo do processo de interação. O realizador deve assim integrar na sua função uma nova tarefa relacionada com a premissa específica de produção de vídeo interativo, ou seja, o “minimizar” do atrito causado pelos momentos de decisão, através de uma transição subtil, não evidenciada e suave.

Pode-se então perceber que tal como uma quebra na componente vídeo, por erro de montagem ou planeamento, que condiciona a confusão e perda de imersão, a quebra do mesmo num ambiente interativo origina um similar desfecho contraproducente.

Para tal a presente investigação propôs o estabelecimento de uma “ponte”, ou seja um conjunto determinado de sequências vídeo com características específicas desenvolvidas especificamente para servir como plataforma ao momento de transição entre blocos vídeo.

Deste modo a linguagem vídeo pode configurar um precioso auxiliar para as eventuais quebras de imersão que a interatividade possa criar.

Adicionalmente a narrativa interativa depende de alguma contenção sobre um número finito e prudente de opções interativas. Este cuidado prende-se com a necessidade de equilibrar a componente narrativa com a componente interativa, face a eventuais atritos entre ambas.

Assim parte do realizador a manutenção de uma estrutura narrativa passível de transmitir uma mensagem, ou conjunto de mensagens específicas e coerentes ao longo do processo de interação do utilizador. Naturalmente este facto é intrínseco à pretendida comunicação comercial.

Nesse âmbito o realizador não perde responsabilidade ou a autoria do produto face à decisão do utilizador pelo que todas as opções de desfecho são previstas e construídas de acordo com os seus desígnios.

Como tal apesar da mensagem assumir um caráter distinto com base nas escolhas de cada utilizador, esse conjunto de escolhas encontra-se pré determinado sendo que as opções são estabelecidas pelo realizador através dos seus critérios ao longo das diversas fazes de produção vídeo.

Assim apesar de o utilizador deter a capacidade de "manipular o produto "adaptando o mesmo as suas escolhas e determinando o seu desfecho, todas essas variantes são estabelecidas sob a ação autoral do realizador. Este pode inclusivamente fazer impor a sua intenção através da condução do produto vídeo interativo. Assim, o utilizador pode sentir uma impressão de influência quando na verdade aquilo que se impõe no fim de cada trecho, resultante das suas decisões, apenas reflete a visão do realizador (isto se existir uma intenção no condicionamento da perceção do utilizador como no caso da comunicação publicitária).

Tal como num processo de construção de um produto vídeo linear, o realizador cria todos os trechos montando-os de forma a comunicar algo. Nesse sentido, se o vídeo possui uma capacidade expressiva poderosa, a sua agregação num produto vídeo multimédia interativo pode sublimar as características do mesmo criando um produto altamente imersivo e impactante, fator fundamental a uma comunicação comercial que pode fazer uso do mesmo como uma mais-valia na divulgação de produtos ou serviços.

Por fim, o realizador surge como o elemento que agrega os papéis de criador, produtor, de técnico, ou mesmo de figura paternal e portanto líder de grupo. A estes papéis junta-se agora o de ser em parte "*design*er de interação". Esse é o caminho que o realizador deve traçar de forma a integrar e exercer a sua função no âmbito do panorama multimédia. A adaptação do seu estatuto de autor tendo em vista a crescente envolvente tecnológica.

7.2. RECOMENDAÇÕES

Face às novas funções que são atribuídas ao realizador de vídeo digital interativo, torna-se evidente a necessidade de os estudar com mais profundidade e de desenvolver formação específica nestas áreas.

Considerado o papel fulcral do utilizador em toda a cadeia de valor do vídeo interativo digital, torna-se relevante o estudo e a otimização da interação do mesmo com os sistemas, os ambientes e/ou produtos/serviços de modo a garantir relações de comunicação o mais eficazes possível.

Para que isto se verifique e tendo sempre em atenção a figura do utilizador e nomeadamente os seus cognitivos, recomenda-se o desenvolvimento de investigação científica que permita conduzir ao aprimoramento das regras e procedimentos de produção de vídeo interativo que deem satisfação aos desiderandos atrás mencionados.

Sendo que as necessidades do utilizador condicionam o *design*, os processos, e os padrões das formas de comunicar, estes estão assentes numa permanente inovação essencial a todo este processo. Daí o apelo à referida permanente inovação, nomeadamente pelo que esta implica de criação de mais-valia para os sistemas multimédia e para os próprios criadores.

REFERÊNCIAS

ABLAN, Dan (2002) - Digital cinematography and directing. Indianapolis : New Riders.

ABRAMS, Nathan ; BELL, Ian ; UDRIS, Jan (2001) - Studying film. London : Arnold.

AL-HERZ, Ahmed ; AHMED, Moataz (2011) - Model-based web components testing: a prioritization approach. Software engineering and computer systems communications in computer and information science. 6:181 (2011) 25-40.

ALMEIDA, André ; SANTOS, Beatriz ; FERREIRA, Carlos (2005) – Integração de vídeo e multimédia In Livro de Actas – 4º SOPCOM : Repensar os Media: novos contextos da comunicação e da informação [Em linha]. [S.l. : s.n.]. [Consult. 17 Nov. 2014]. P. 1519-1528. Disponível em WWW:<URL: http://www.bocc.ubi.pt/pag/almeida-santos-ferreira-integracao-video-multimedia.pdf>.

ANDREW, Dudley (1984) - Concepts in film theory. Oxford : Oxford University Press.

ARNHEIM, Rudolf (1957) - Film as art. Los Angeles : University of California Press.

ASTRUC, Alexandre (s.d.) - The Birth of a New Avant-Barde: La Camera-Stylo. [S.l. : s.n.]. [Consult. 10 Nov. 2014]. Originally published in "L'Écran française" onMarch 30, 1948, as an article entitled "Du Stylo à la caméra et de la caméra au stylo". Disponível em WWW:<URL: https://soma.sbcc.edu/users/davega/FILMST_113/FILMST_113_0ld/GENERALTHEORY/CameraStylo_Astruc_1928.pdf>.

AUMONT, Jaques ; MARIE, Michel (2003) - Dicionário teórico e crítico de cinema. Campinas : Papirus Editora.

AUNDERSS, Dave ; HOWELL, Rupert (1999) - 20th century advertising. London : Carlton.

BARAN, Stanley ; DAVIS, Dennis (2012) - Mass communication theory : foundations, ferment, and future. 6.ª ed. Boston : Wadsworth, Cengage Learning.

BARSAM, Richard ; MONAHAN Dave (2010) - Looking at movies : an introduction to film. 3.ª ed. New York : W. W. Norton & Company, Inc.

BARTHES, Roland (1977) - Image music text. London : Fontana Press.

BERGAN, Ronald (2006) - Eyewitness companions : film. London : Dorling Kindersley Limited.

BIAGI, Shirley (2013) - Media/Impact : An Introduction to Mass Media. 10.ª ed. Boston : Wadsworth Cengage Learning.

BOGGS, Joseph ; PETRIE, Dennis (2008) - The art of watching films. 7.ª ed. New York : McGraw Hill.

BOLTER, David ; Richard, GRUSIN (1999) - Remediation : understanding new media. Cambridge : MIT Press.

BORDWELL, David (1989) – Making meaning: Inference and rhetoric in the interpretation of Cinema. Cambridge : Harvard University Press.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin (2009) - Film art: an introduction. 8ª ed. New York : McGraw-Hill.

BOYD, David ; PALMER, Barton (2006) - After hitchcook : influence, imitation, and intertextuality. Austin : University of Texas Press.

BRANIGAN, Edward (1992) - Narrative comprehension and film. London : Routledge.

BRESSON, Robert (1977) - Notes on cinematography. New York : Urizen Books.

BROCK, Timothy; STRANGE, Jeffrey; Melanie, GREEN (2002) - Narrative impact: social and cognitive foundations. Mahwah : L. Erlbaum Associates.

BROOKS, Kevin (1996) - Do story agents use rocking chairs? the theory and implementation of one model for computational narrative. [S.l. : s.n.]. [Consult. 18 Jul. 2014]. P. 317-328. Disponível em WWW:<URL: http://ic.media.mit.edu/Publications/Conferences/RockingChairs/PDF/RockingChairs.pdf>.

BROWN, Abbie; GREEN Tim; ZATZ, Dave (2001) - Guidelines for multimédia: veterans of the process explain how to manage multimédia production projects. Educause Quarterly. 4 (2001) 26-29.

BROWN, Blain (2012) – Cinematography : Theory and practice, imagemaking for cinematographers & directors. 2.ª ed. Waltham : Focal Press.

BROWN, Dan (2012) - A history of communication technology. In GRANT, August; MEADOWS, Jennifer - Communication Technology Update and Fundamentals. 13ª ed. New York: Focal Press.

BRUCK, Peter; BOUMANS, Jak (2008) - High performance multimédia: a reader on the technological, cultural and economic dynamics of multimédia. Amesterdam : IOS Press.

BUCKLAND, Warren (2004) - The cognitive semiotics of film. Cambridge : Cambridge University Press.

BURNETT, Robert; BRUNSTROM, Anna; NILSSON, Anders G (2003) - Perspectives on Multimédia: Communication, Media and Information Technology. Chichester : John Wiley & Sons Ltd.

BUTLER, Andrew (2005) - Film studies. Harpenden : Pocket Essentials.

CAIRES, Carlos (2007) - Towards the interactive filmic narrative - ‘‘Transparency’’ : An experimental approach. In Computers & Graphics. 31:6 (2007) 800-808.

CAIRES, Cena (2014) – Entrevista a Carlos Cena Caires. Entrevista realizada por Pedro Santos. Porto : [s.n.]. Entrevista ao Prof. Doutor Carlos Caires na Universidade Católica do Porto a 13 de Fevereiro de 2014.

CAMPBELL, Richard ; MARTIN, Christopher R ; FABOS, Bettina (2012) - Media & culture an introduction to mass communication. 8.ª ed. Boston : Bedford/St. Martin’s.

CAMPBELL-KELLY, Martin [et al.] (2014) - Computer: a history of the information machine. 3ª ed. Boulder : Westview Press.

CARLI Digital Collections Users’ Group (2014) - Guidelines for the creation of digital collections [Em linha]. Illinois : CARLI Digital Collections Users’ Group. [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: http://www.carli.illinois.edu/sites/files/digital_collections/documentation/guidelines_for_video.pdf>.

CARROL, Noël (1996) - Theorizing the moving image. Cambridge : Cambridge University Pres.

CARROL, Noel (2008) - The philosophy of motion pictures. Maiden : Blackwell Publishing.

CARTELLI, Antonio ; PALMA, Marco (2009) - Encyclopedia of Information communication technology. Hershey PA: IGI Global.

CAWKELL, Tony (2005) - The Multimédia Handbook. London : Routledge.

CELEBIC, Gorana; RENDULIC, Dario (2011) - Basic Concepts of Information and Communication Technology Handbook. Zagreb : ODRAZI.

CERUZZI, Paul (2003) - A history of modern computing. 2.ª ed. Cambridge : The MIT Press.

CHALMERS, Patricia A. (2003) - The role of cognitive theory in human–computer interface. Computers in Human Behavior. 19:25 (2003) 593-607.

CHATMAN, Seymour (1978) - Story and discourse : narrative structure in fiction and film. Ithaca : Cornell University Press.

CIANCI, Philip (2007) - HDTV, and the transition to digital broadcasting : understanding new television technologies. Burlington : Focal Press.

COMPARATO, Doc (1992) - Da criação ao guião : a arte de escrever para cinema e televisão. Lisboa : Pergaminho.

COOPER, Alan ; REIMANN, Robert ; CRONIN, Dave (2007) - About face 3 : the essentials of interaction design. Indianopolis : Wiley Publishing, Inc.

CORONEL, Carlos ; MORRIS, Steven ; ROB, Peter (2011) - Database systems : design, implementation, and management. 9.ª ed. Boston : Course Technology Cengage Learning.

CORRIGAN, Timothy ; WHITE, Patricia (2012) - The film experience - an introduction. 3.ª ed. Boston : Bedford/St. Martin's.

COUSINS, Mark (2004) - Biografia do filme. Lisboa : Platano Editora.

CRAWFORD, Chris (2013) - Chris Crawford on interactive storytelling. 2.ª ed. Berkeley, Calif : Pearson.

DANCYGER, Ken (2006) - The director's idea: the path to great directing. Burlington : Focal press.

DANCYGER, Ken (2007) - The technique of film and video editing: history, theory, and practice. 4.ª ed. Burlington : Focal Press.

DEWDNEY, Adrew; RIDE, Peter (2006) - The new media handbook. 1.ª ed. New York : Routledge.

DICK, Bernard (1998) - Anatomy of film. 3.ª ed. New York : St.Martin's Press.

DIX, Alan [et al.] (2004) - Human–computer interaction. 3.ª ed. England : Pearson Education Limited.

DIXON, Wheller ; FOSTER, Gwendolyn (2008) - A short history of film. New Brunswick : Rutgers University Press.

DOUGLAS, Yellowlees ; HARGADON, Andrew (2000) - The pleasure principle : immersion, engagement, flow. [S.l. : s.n.]. [Consult. 14 Nov. 2014]. P. 153-160. Disponível WWW: <URL: http://ftp.cse.buffalo.edu/users/azhang/disc/disc01/cd1/out/papers/hypertext/p153-douglas.pdf>.

DOWNING, John (2004) – Narrative and genre. In NEWCOMB, Horace – The sage handbook of media studies. London : Sage Publications.

DREWNIANY, Bonnie; JEWLER, Jerome (2008) - Creative strategy in advertising. 9.ª ed. Boston : Thomson Wadsworth.

DUARTE, Nancy (2010) – Resonate : present visual stories that transform audiences. New Jersey : Wiley.

DYER, Gillian (1982) - Advertising as communication : studies in culture and communication. London : Methuen.

ECO, Umberto (1977) - Como se faz uma tese em ciências humanas. 3.ª ed. Lisboa : Editorial Presença.

ECO, Umberto (1989) - The open work. Cambridge : Harvard University Press.

EISENSTEIN, Sergei (2002) – A forma do filme. Rio de Janeiro : Jorge Zahar.

EKENEL, Hazım ; SEMELA, Tomas ; STIEFELHAGEN, Rainer (2010) - Content-based video genre classification using multiple cues. [S.l. : s.n.]. [Consult. 14 Nov. 2014]. P. 21-26. Disponível WWW: <URL: http://face.anthropomatik.kit.edu/download/publications/ekenel_TV_genre.pdf>.

EMERY, Robert J (2003) - The directors: take four. New York : Allworth Press.

FABE, Marilyn (2004) - Closely watched films: an introduction to the art of narrative film technique. Los Angeles : University of California Press.

FANG, Irving (1997) - A history of mass communication : six information revolutions. Boston : Focal Press.

FERGUSON, Glen (2013) - Video and business : how to use video to increase profits and productivity in business and institutions. [S.l.] : CreateSpace Independent Publishing Platform.

FERGUSON, Glenn (2013) - Video and business : how to use video to increase profits and productivity in business and institutions: create space independent publishing platform. [S.l.] : CreateSpace Independent Publishing Platform.

FIELD SYD (1995) - El manual del guionista : ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso. Madrid : Plot.

FLUDERNIK, Monica (2009) - An introduction to narratology. New York : Routledge.

FOG, Klaus [et al.] (2010) – Storytelling : branding in practice. 2.ª ed. Copenhagen : Springer.

FONSECA, Manuel ; CAMPOS, Pedro ; GONÇALVES, Daniel (2012) - Introdução ao design de interfaces. Lisboa : FCA - Editora de Informática.

FRUIN, Noah (2009) - Expressive processing digital fictions, computer games, and software studies. Cambridge : MIT Press.

FULTON, Helen [et al.] (2005) - Narrative and media. Cambridge : Cambridge University.

FURHT, Borko (2008) - Encyclopedia of multimédia. New York : Springer.

GANE, Nicholas ; BEER, David (2008) - New media the key concepts. Oxford : Berg.

GARRETT, Jesse (2011) - The elements of user experience : user-centered design for the web and beyond. 2.ª ed. Berkeley : New Riders.

GILLIAND, Anne (2008) - Setting the Stage. In BACA, Murtha - Introduction to metadata. Los Angeles : Getty Information Institute.

GITELMAN, Lisa (2006) - Always already new : media, history, and the data of culture. Cambridge : The MIT Press.

GLEBAS, Francis (2009) - Directing the story : professional storytelling and storyboarding techniques for live action and animation. Burlington : Focal Press.

GRANT, August ; MEADOWS, Jennifer (2012) - Communication Technology Update and Fundamentals. 13.ª ed. New York : Focal Press.

GRANT, Barry (2006) - Schirmer Encyclopedia of Film. Farmington Hills : Schirmer G Books.

GRIFFIN, Em (2012) - A First look at communication theory. 5.ª Ed. New York : McGraw-Hill.

GUAN, Ling ; MUNEESAWANG, Paisarn (2006) - Multimédia database retrieval : a human-centered approach. New York : Springer Scicnce+Businciss Media, LLC.

HALLANÄS, Lars ; REDSTRÖM, Johan (2006) - Interaction design - foundations, experiments. Borås : The Interactive Institute, the Swedish School of Textiles University College of Borås.

HAMMERSLEY, Martyn (2013) - What is qualitative research?. London : Bloomsbury.

HAMMOUND, Riad (2006) - Introduction to interactive video. In HAMMOUND, Riad - Interactive video algorithms and technologies. Berlin : Springer.

HAMPE, Barry (1998) - Making videos for money : planning and producing information videos, commercials, and infomercials. New York : H.Holt.

HANDLEY, Ann; CHAPMAN, C.C (2011) - Content rules: how to create killer blogs, podcasts, videos, ebooks, webinars (and more) that engage customers and ignite your business. Hoboken : Wiley.

HANZO Lajos; CHERRIMAN, Peter; STREIT, Jurgen (2007) - Video compression and communications - from basics to h.261, h.263, H.264, mpeg4 for dvb and hsdpa-style adaptive turbo-transceivers. 2.ª ed. Sussex : IEEE Press.

HAYWARD, Susan (2001) - Cinema studies: the key concepts. 2ª ed. New York : Routledge.

HEART, John (2008). The art of the storyboard: a filmmaker's introduction. 2nd ed. Burlington : Focal Press.

HEATH, Robert (2012) - Seducing the subconscious: the psychology of emotional influence in advertising. Chichester : Wiley-Blackwell.

HERMAN, David (2007) – The Cambridge companion to narrative. Cambridge : Cambridge University Press.

HERMAN, David; PHELAN, James; RABINOWITZ, Peter; RICHARDSON, Brian; WARHOL, Robyn (2012) - Narrative theory : core concepts and critical debates. Columbus : The Ohio State University Press.

HILL, John; GIBSON, Pamela (1998) - The oxford guide to film studies. Oxford : Oxford University press.

HILLIER, Jim (1985) - Cahiers du cinema : the 1950s : neo-realism, Hollywood, new wave. Cambridge : Harvard University Press.

HUGHES, Michael (2012) - Digital filmmaking for beginners : a pratical guide to video production. New York : McGraw-Hill.

HWANGH, Jenq-Neng (2009) - Multimédia networking : from theory to practice. Cambrige : Cambridge University Press.

INTERLUDE (2014) – Interlude [Em linha]. [S.l.] : Interlude. [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: https://interlude.fm/>.

ISO 9241-11. 1998 - Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) - Part 11 : Guidance on usability [Em linha]. Geneve : International Organization for Standardization [Consult. 23 Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL http://www.inf.ufsc.br/~cybis/pg2003/iso9241-11F2.pdf: >.

JENKINS, Henry (2006) - Convergence culture : where old and new media collide. New York : University Press.

JONES, Adrien (2003) - Object-Oriented Interactive Cinema. Burnaby : Simon Fraser University. Dissertação.

JONES, Capers (2014) - The technical and social history of software engineering. New Jersey : Addison-Wesley.

KINDEM, Gorham ; MUSBURGER, Roberts (2005) - Introduction to media production : The Path to Digital Media Production. 3.ª ed. Oxford : Elsevier.

KOTHARI, C (2004) - Research methodology : methods & techniques. 2.ª ed. New Delhi : New Age International Ltd.

KRAFT, Christian (2012) - User experience innovation. New York : Apress.

KRAMER, William ; JENKINS, Beth ; KATZ, Robert (2007) - The Role of the information and communications technology sector in expanding economic opportunity. Cambridge : CSRI Publications.

KRUG, Steve (2006) - Don’t make me think! a common sense approach to web usability. 2ª. Berkeley : New Riders.

LAWSON-BORDERS, Gracie (2003) - Integrating new media and old media: seven observations of convergence as a strategy for best practices in media organizations. JMM – The international journal on media management. 5:25 (2003) 91-99.

LEATHERS, David (2002) - Tools and the trade. In RICE, John - Creating digital content. New York : McGraw-Hill

LEWIS, Jon (2014) - Essential cinema : an introduction to film analysis. Boston : Wadsworth, Cengage Learning.

LIOR, Linda (2013) - Writing for interaction: crafting the information experience for web and *software* apps. Waltham : Elsvier.

LISTER, Martin; DOVEY, Jon; GIDDINGS, Seth; KELLY, Kieran (2009) - New media : a critical introduction. 2.ª ed. New York : Routledge.

LIVINGSTON, Paisley ; PLATINGA, Plantinga (2010) - The Routledge companion to philosophy and film. Oxon : Routledge.

LOTHE, Jacob (2000) - Narrative in fiction and film an introduction. Oxford : Oxford University Press.

LÖWGREN, Jonas ; STOLTERMANS, Erik (2004) - Thoughtful interaction design : a design perspective on information technology. Cambridge : The MIT Press.

M.A.C. (2014?) – MAC. In INTERLUDE – Interlude [Em linha]. [S.l.] : Interlude. [Consult. 10 Nov. 2014]. Vídeo interactivo. Disponível em WWW:<URL: https://interlude.fm/home/videos#advertisement>.

MACLEOD, Miles (1994) - Usability : Practical Methods for Testing and Improvement. In Proceedings of the Norwegian Computer Society Software 94 Conference. [S.l. : s.n.]. [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: http://www.usabilitynet.org/papers/mm-us94.pdf>.

MADHOW, Upamanyu (2008) - Fundamentals of digital communication. 1.ª Ed. Cambridge : Cambridge University Press.

MAMER, Bruce (2009) - Film production Technique: creating the accomplished image. 5ª ed. Belmont : Wadsworth/Thomson Learning.

MANOVICH, Lev (2001) - The language of new media. Cambridge : MIT Press.

MANOVICH, Lev; KRATKY, Andreas (2005) - Soft Cinema: Navigating the Database. Cambridge : MIT Press.

MARNER, Terence (2007) - A realização cinematográfica. 2ªa Ed. Lisboa : Edições 70.

MARTIN, Marcel (2005) – A linguagem cinematográfica. Lisboa : Dinalivro.

MCELHANEY, Joe (2006) - The death of classical cinema. Albany : State University of New York Press

MCKERNAN (2005) - Digital cinema the revolution in cinematography. New York : McGraw-Hill.

MCKERNAN, Brian; CATES, Randy (2002) - Cgi and digital content creation. In RICE, John - Creating digital content. New York : McGraw-Hill.

MCQUAIL, Denis (2003) - Teoria da Comunicação de Massas. Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian.

MEADOWS, Mark (2002) - Pause & effect: the art of interactive narrative. Indianopolis : New Riders.

METZ, Christian (1980) - O significante imaginário: psicanálise e cinema. Lisboa : Livros Horizonte.

MILLER, Carolyn (2004) – Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment. Burlington, Massachusetts: Elsevier.

MILLER, Toby; STAM, Robert (2004) - A companion to film theory. Malden : Blackwell Publishing.

MILLER, Toby; STAM, Robert (2004) - A Companion to Film Theory. Oxford : Blackwell.

MONACO, James (2000) - How to read a film: movies, media, multimédia. 3ed. New York : Oxford University Press.

MURCH, Walter (2001) - In the blink of an eye. 2ª ed. London : Silman-James Pr.

MURRAY, Janet J (2001) – Hamlet on the holodeck. New York : Free Press.

NAPOLITANO, Adam (2014) - Video Business Blueprint: How to Create High-Quality Videos that Engage Your Audience and Get More Customers for Your Business. [S.l] : CreateSpace.

NEUPERT, Richard (2007) - A history of the french new wave cinema. 2ª ed. Madison : The University of Wisconsin Press.

NEWELL, Allen; CARD, Stuart (1985) - The prospects for psychological science in human-computer interaction. Human computer interaction. 1 (1985) 209-242

Noble, Joshua (2009) - Programming interactivity. Sebastopol : O'Reilly Media, Inc.

NORMAN, Don (2002) - The design of everyday things. New York : Basic Books

O'NEILL, Shaleph (2005) - Exploring a semiotics of new media. Edinburgh : School of Computing Napier University. Tese.

OPPEL, Andy (2004) - Databases Demystified: A self teaching guide. New York : McGraw-Hill Osborne Media.

PAGANI, Margherita (2009) - Encyclopedia of multimédia technology and networking. 2ª ed. Hershey: Information Science Reference.

PEARLMAN, Karen (2009) - Cutting rhythms: shaping the film edit. Burlington : Focal Press.

PEARSON, Roberta; SIMPSON, Philip (2001) - Critical dictionary of film and television theory. London : Routledge.

PEREIRA, Jorge (2007) - A comunicação multimédia e a construção mediada da mensagem. Porto: Faculdade de Belas Artes, Faculdade do Porto. Dissertação.

POLAINE, Andrew (2005) - The Flow Principle in Interactivity. In IE '05 Proceedings of the second Australasian conference on interactive entertainment. Sydney : Creativity & Cognition Studios Press. p. 151-158.

POOL, Ithiel (1983) - Technologies of freedom. Cambridge : Belknap Press.

PORTUGAL. Leis, decretos, etc. (2008) - Código do direito de autor e dos direitos conexos [Em linha]. [S.l. : s.n.]. [Consult. 23 Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.spautores.pt/assets_live/165/codigododireitodeautorcdadclei162008.pdf >.

POWELL, Gavin (2006) - Beginning database design. Indianopolis : Wiley Publishing, Inc.

POYNTON, Charles (2012) - Digital video and HD: algorithms and interface. 2nd ed. Waltham, MA : Morgan Kaufmann

PRAMAGGIORE, Maria; WALLIS, Tom (2008) - Film: a critical introduction. 2.ª ed. Boston : Pearson

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen (2002) - Interaction design: beyond human-computer interaction. New York : John Wiley & Sons, Inc.

PROFERES, Nicholas T (2008) - Film directingfundamentals: see your film before shooting. 3ª Ed. Oxford : Focal Press.

PUDOVKIN, Vsevolod (1954) - Film technique and film acting. London : Vision Press.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van (2008) – Manual de Investigação em Ciências Socias. 5ª Ed. Lisboa : Gradiva.

R. Y. D. Xu (2006?) - Media Streaming Synchronisation and Video Interaction: a Survey [Em linha]. [S.l. : s.n.]. [Consult. 23 Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://crpit.com/confpapers/CRPITV22Xu.pdf>.

RABIGER, Michael (2008) - Directing Film Techniques and Asthetics. 4ª ed. London : Elsevier.

REISS, Eric. (2012) - Usable usability: simple steps for making stuff better. Indianapolis : John Wiley & Sons.

REISZ, Karel; MILLAR, Gavin (2010) - The technique of film editing. 2ª ed. Burlington : Focal Press.

REUTERS (2014) - Interlude Names Silicon Valley Veteran Jim Spare as President and Chief Operating Officer. Reuters [Em linha]. (30 Sept. 2014). [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: http://uk.reuters.com/article/2014/09/30/ny-interlude-idUKnBw305269a+100+BSW20140930>.

RIBEIRO, Nuno (2012) – Multimédia e tecnologias interativas. Lisboa : FCA – Editora de Informática.

Richard, MAXWELL; Robert, DICKMAN (2007) - The elements of persuasion: use storytelling to pitch better, sell faster & win more business. New York : Collins.

RIEDL, Mark O (2009) - Incorporating authorial intent into Generative Narrative Systems. AAAI Spring Symposium: Intelligent Narrative Technologies. 2 (2009) 91-94.

RIO, Olga ; VELÁSQUEZ, Teresa (2005) – Planificación de la investigación en comunicación: fases del proceso. In CONDE, Maria - Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. Madrid : McGraw-Hill.

ROBERTSON, Robert (2009) - Eisenstein on the audiovisual: the montage of music, image, and sound in cinema. London : Tauris Academic Studies.

RUBIN, Jeff; CHISNELL, Dana (2008) - Handbook of usability testing: how to plan, design, and conduct effective tests. 2.ª ed. Indianapolis : Wiley Publishing, Inc.

RUSU, Cristian ; RUSU, Virginia (2006?) - Human Computer Interaction From Theory to human computer interaction from theory to practice [Em linha]. [S.l. : s.n.]. [Consult. 12 Mar. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.ufrgs.br/niee/eventos/RIBIE/2006/ponencias/art005.pdf >.

SARMENTO, Manuela (2013) - Guia prático sobre a metodologia científica para a elaboração, escrita e apresentação de teses de doutoramento, dissertações de mestrado e trabalhos de investigação aplicada. 3ª ed. Lisboa : Universidade Lusíada de Lisboa.

SCHEER, Laurie (2002) - Creative careers in Hollywood. New York : Allworth Press.

SCHENK, Sonja; LONG, Ben (2012) - The digital filmmaking handbook. 4.ª ed. Boston : Course Technology PTR: Stacy L. Hiquet.

SCHUBIN, Mark (2002) - A digital premier, schubin-style. In RICE, John - Creating digital content. New York: McGraw-Hill.

SHARMA, Neeraj [et al.] (2010) - Database fundamentals. 1ª ed. Markham : IBM.

SHEDROFF, Nathan; Noessel, Christopher (2012) - Make it so: interaction design lessons from science fiction. New York : Louis Rosenfeld.

SHELL (2014?) - Sound of Energy. In INTERLUDE – Interlude [Em linha]. [S.l.] : Interlude. [Consult. 10 Nov. 2014]. Vídeo interactivo. Disponível em WWW:<URL: http://video.interlude.fm/shell_music/>.

SHI, Yun; SUN, Huifanf (2008) - Image and video compression for multimédia engineering: fundamentals, algorithms, and standards. 2ª ed. Boca Raton: CRC Press

SHKLAR, Leon; ROSEN, Richard (2003) - Web Application Architecture: Principles, protocols and practices. Chichester : Wiley & Sons Ltd.

SIJLL, Jennifer (2005) - Cinematic storytelling: the 100 most powerful film conventions every filmmaker must know. Studio City : Michael Wiese Productions.

SILBERSCHATZ, Abraham; KORTH, Henry; SUDARSHAN, S (2011) - Database system concepts. 6ª ed. New York : McGraw-Hill.

SIMON, Mark (2007) - Storyboards: motion in art. 3 ed. Burlington : Focal Press.

SIMPSON, Wes (2008) - Video over IP IPTV, Internet video, H.264, P2P, web RV, and streaming: a complete guide to understanding the technology. Burlington : Focal Press.

SINGER, Irving (2004) - Three philosophical filmmakers: Hitchcock, Welles, Renoir. Cambridge : MIT Press.

SMITH, Gillian (2007) - What is interaction design. In MOGGRIDGE, Bill - Designing interactions. Massachusetts : The MIT Press.

SOMMERVILLE, Ian (2011) - Software engineering. 9ª ed. Boston : Addison-Wesley.

SOUSA, Maria; BAPTISTA, Cristina (2011) – Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios segundo Bolonha. Lisboa : Pactor.

SPEIDEL, Susan (2012) - Film form and narrative. In NELMES, Jill - Introduction to film studies. Oxon : Routledge.

SPIERLING, Ulrike (2005) - Interactive digital storytelling: towards a hybrid conceptual approach. In Proceedings, digital games research association's 2nd international conference "Changing Views: Worlds in Play. [S.l. : s.n.]. [Consult 9 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: file:///C:/Users/cgraca/Downloads/6b58b91e512ee8df9e50b6caaf73.pdf>.

STADLER, Jane; MCWILLIAM, Kelly (2009) - Screen media: analyzing film and television. Crows Nest : Allen & Unwin.

STAM, Robert; BURGOYNE Robert; FLITTERMAN-LEWIS, Sandy (2005) - New vocabularies in film semiotics: Structuralism, post structuralism and beyond. New York : Routledge.

STANFORD UNIVERSITY (2007) - Film/video genre basic list [Em linha]. Stanford : Stanford University. [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: https://lib.stanford.edu/metadata-department/filmvideo-genre-basic-list>.

SUBARU (2013) – The big night. In INTERLUDE – Interlude [Em linha]. [S.l.] : Interlude. [Consult. 10 Nov. 2014]. Vídeo interactivo. Disponível em WWW:<URL: https://interlude.fm/home/videos#entertainment>.

SUTHERLAND, Max; SYLVESTER, Alice (2000) - Advertising and the mind of the consumer: what works, what doesn't, and why. 2ªa ed. St. Leonards : Allen & Unwin.

SWARTJES, Ivo (2007) - Using narrative cases to author interactive story content. In Entertainment Computing – ICEC 2007 Lecture Notes in Computer Science. 4740 (2007) 205-210

TARKOVSKY, Andrey (1987) - Sculpting in Time. Austin: University of Texas Press.

THE COMPUTER LANGUAGE COMPANY INC. (2014) - Web application. In THE COMPUTER LANGUAGE COMPANY INC. - Enclyclopedia. [Em linha]. Point Pleasant : The Computer Language Company Inc. [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/54272/web-application>.

The Web project (2000) - A Rough Guide to Multimedia [Em linha]. [S.l.]: The web Project. [Consult. 13 Mai. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.webproject.org/pdf/rguide42.pdf >.

THOMPSON, Kristin; BORDWELL, David (2002) - Film history: an introduction. 2ª ed. New York : McGraw-Hill.

THOMPSON, Roy; BOWEN, Christopher (2009) - Grammar of the edit. 2ª ed. Oxford : Focal Press

THOMPSON, Roy; BOWEN, Christopher (2009) - Grammar of the shot. Oxford : Focal Press.

TOMARIC, Jason (2008) - The power filmmaking kit: make your professional movie on a next-to-nothing budget. Burlington : Focal Press.

TRIVEDI, Vinay (2014) - How to speak tech: the non-techie's guide to technology in business. New York : Apress.

TRONCY, Raphael; HUET, Benoit; SCHENK, Simon (2011) - Multimedia semantics: metadata, analysis and interaction. Chichester : Wiley & Sons.

TRUFFAUTT, François (1985) - The Films in My Life. New York: Simon & Schuster.

TUBEMOGUL (2013) – Video advertising playbook [Em linha]. [S.l.] : TubeMogul. . [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: http://www.tubemogul.com/marketing/TubeMogul_Video_Ad_Playbook.pdf>.

TULLIS, Tom; ALBERT, Bill (2010) - Measuring the User Experience: collecting analyzing and presenting usability. Burlington : Morgan Kaufmann.

TULLY, Tim (2002) - Audio: More than half the picture. In RICE, John - Creating digital content. New York : McGraw-Hill.

TUNGATE, Mark (2007) - Adland: a global history of advertising. London : Kogan Page

TURNER, Graeme (1999) - Film as Social Practice. 3ª ed. Londres : Taylor & Francis Group.

VAUGHAN, Tay (2011) – Multimédia making it work. 8ª Ed. Osborne : McGraw-Hill.

VERDUGO, R. [et al.] (2011) - Interactive films and coconstruction. ACM Transactions on Multimédia Computing, Communications, and Applications. 7:4 (2011) 1-24

VILLAREJO, Amy (2007) - Film studies: the basics. New York : Routledge.

WATKINSON, John (2001) - The art of digital audio. 3ª ed. Oxford : Focal Press

WATSON, James; HILL, Anne (2012) - Dictionary of media and communication studies. 8.ª ed. London: Bloomsbury Academic

WELLS, Peter (2007) - Digital video editing: a user's guide. Wiltshire : Crowood Press.

WEST, Richard ; TURNER, Lynn (2010) - Introducing Communication Theory Analysis and Application. 4.ª ed. New York : McGraw-Hill.

WESTON, Judith (1996) - Directing actors: creating memorable performances for film and television. Studio City : Michael Wiese Productions.

WU, Ping-How; PURUSHOTHAM, Sanjay; KUO, Jay (2010) - Video Genre Inference Based on Camera Capturing Models. In SCHONFELD, Dan; SHAN, Caifeng; TAO, Dacheng; WANG, Laiang - Video Search and Mining. Chicago : Springe.

YOUTUBE (2014) – YouTube [Em linha]. San Bruno : YouTube. [Consult. 10 Nov. 2014]. Disponível em WWW:<URL: https://www.youtube.com/>.

ZAPHIRIS, Panayiotis; ANG, Chee (2009) – Human computer interaction: concepts, methodologies, tools, and applications. Hershey PA : IGI Global.

APÊNDICES

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A - Entrevista exploratória ao Professor Doutor Carlos Sena Caires.

Apêndice B - Entrevista exploratória ao Doutor Leonel Vieira

Apêndice C - Storyboard relativo às 16 entradas sequenciais da produção multimédia para o vídeo digital interativo da bebida energética KO/OK

Apêndice D - Estudo de caso – Trabalho prático em vídeo digital interativo para bebida energética KO/OK

APÊNDICE A

Entrevista exploratória ao Professor Doutor Carlos Sena Caires

Entrevista exploratória ao Professor Doutor Carlos Sena Caires

Questão 1: Consta no texto "Open Work" de Humberto Eco que (no caso concreto da literatura) existe sempre um género de interpretação do leitor em relação ao texto. Considera que um filme tradicional pode ser considerado interativo?

Resposta:

Sim. No sentido em que é necessário distinguir o interativo da interatividade, ou interação de interatividade.

É preciso distinguir o facto de o espetador tradicional de cinema ser um espetador ativo mentalmente, em relação ao seu cognitivo é um ser ativo, nesse ponto de vista há uma interação entre o que é visto e quem vê.

Nessa perspetiva sim penso que pode ser considerado interativo, defendo que existe potêncial de interação no cinema tradicional ou pós moderno (potêncial interativo do cinema pós moderno). Nesse ponto de vista acho que sim, mas é diferente do cinema e interatividade.

Exato, a obra aberta. Essa vertente cognitiva da interpretação e da identificação do espetador enquanto personagem faz com que haja uma ação reação, digamos assim, entre aquilo que é visto e quem vê.

Mas eu diferencio então "interação" de "interatividade", para mim isso é muito claro porque "interação" pode ser estudada do ponto de vista sociológico (e portanto sobre os estudos da sociologia), da comunicação. Quando ingressamos no panorama da interatividade propriamente dita, estamos a entrar no domínio da digitalização, da numerização, da informatização da informação e nesse âmbito defendo que a interatividade não é a mesma coisa que interação.

Questão 2. Quais os benefícios ou mais-valias da integração da interatividade no vídeo?

Resposta:

Talvez um dos grandes benefícios seja criar ou tentar trazer ao espetador comum novas formas de entender a narrativa fílmica. Novas formas e fórmulas de entender uma história contada através da imagem em movimento.

Outra vantagem poderá consistir no desafio conferido ao criador, o desafio de construção de novas ferramentas, novas fórmulas, novos modos de entender uma nova abordagem ao vídeo.

Questão 2.1: Por exemplo na mão do realizador?

Exatamente.

Questão 3: Quais os problemas/falhas/lacunas conceptuais do vídeo interativo? Considera que possa existir um tipo de cinema interativo?

Resposta:

Não considero que exista. Há boas tentativas de traduzir a interatividade através da imagem em movimento, mas não são todas as bem conseguidas, são poucas as bem conseguidas.

Quais são os problemas/falhas e lacunas? É preciso distinguir uma delas. Os trabalhos a que eu refiro têm em consideração uma narrativa aristotélica com início, meio e fim. Como tal estão relacionadas com uma noção de continuidade em relação as ações anteriores.

Nessa perspetiva quem fabrica este tipo de novos projetos deve ter consciência da construção da narrativa, saber quais são os desafios de construção de uma narrativa fílmica para um dispositivo que é participativo. No entanto nem toda a gente tem essa consciência, não existe um cuidado na construção narrativa.

A grande dificuldade e o portanto o maior desafio é para mim arranjar momentos na narrativa fílmica que sejam passiveis de interatividade sem quebrar a continuidade da narrativa.

Esse é o grande desafio. A partir do momento em que se pede a um “interator” ou participante para interagir com uma história estamos a dizer para este perder a atenção cognitiva face a essa história e prestar atenção à tua relação física com o objeto.

Conseguir conjugar estas duas coisas é a grande dificuldade.

É difícil conseguir uma boa interação, uma boa participação e uma boa identificação com a história que é contada. Isto é, é difícil manter o espetador participante preso à história ao mesmo tempo que ele influência os caminhos da mesma.

Por isso é que eu digo que o cinema é uma experiência falhada, não sou só eu a dizer, porque é difícil ter durante uma hora e meia as pessoas não só preocupadas com a história que está a ser contada mas também com as suas próprias ações, o seu próprio envolvimento nessa história.

Questão 4: Disse-me anteriormente que o filme tradicional poderia gerar interação no âmbito cognitivo. Então o que se entende por narrativa interativa no verdadeiro sentido do conceito?

Resposta:

Eu aqui fazia um parenteses para distinguir a questão do utilizador. É ai que se encontra a diferença, em todos os meus textos eu nunca falo de utilizador.

Do ponto de vista da criação artística temos dificuldade em aplicar essa nomenclatura (utilizador) às pessoas que vão ver as nossas obras porque eu considero que não se tratam de utilizadores, não são apenas utilizadores. Da mesma forma que público de cinema não é utilizador, é mais do que isso. O público de uma galeria de arte não é um utilizador, é mais do que isso, é um “fruído”.

Falo em vários termos menos “utilizador” pois este vem da tradução literal do “user” de base etimológica inglesa e que não é aquilo que eu pretendo ou ache que sejam os participantes da narrativa fílmica interativas ou de instalações interativas. Outros autores utilizam ainda o “espetador”, o “participante” ou o “leitor”.

Nesse sentido aproprio-me do neologismo de “Brenda Laurel” que designa o termo “Interator” que advém da interatividade, da interação e como tal daquele que interage. Utilizo ainda e paralelamente o termo “espetador-participante”.

Assim a diferença entre a narrativa tradicional e a narrativa interativa implica um outro tipo de espetador, um espetador ator, um espetador ativo.

O espetador participante, pode-se tornar ator para quem está a assistir à sua interação. Assim o espetador participante pode-se igualmente tornar personagem para si próprio,

uma vez que ele enquanto ator é personagem dentro da construção do dispositivo narrativo.

A inclusão da interatividade na narrativa fílmica depende deste fator. Pensar o espetador com um novo perfil, formar um novo conceito de espetador.

Questão 5: Qual o processo de construção de uma narrativa interativa?

Resposta:

Eu baseei-me muito no estudo da narrativa. Nesse sentido suportei em grande parte as minhas obras nos estruturalistas franceses Roland Barthes, Genette, a fase pós-estruturalista de Genette, Bordwell, ou o próprio Gilles Deleuze (na área do cinema), depende da abordagem.

Eu tenho trabalhado de várias formas. Há sempre uma ideia subjacente, podemos distinguir três fases; a narrativa em si (a construção da narrativa e adaptação dessa narrativa para se poder tornar interativa; o estudo do dispositivo, do interface (o estudo do interface); e o dispositivo da instalação (onde instalar, de que forma o dispositivo é colocado).

Assim para se construir uma narrativa interativa é fulcral pensar nestas três questões basilares. Ter uma ideia, ter uma história e saber que tipos de adaptação que essa história deve sofrer para poder ser atuante, permitir a atuação de outrem. Ou seja, pensar essa história para um determinado interface tangível, perceber onde é que esse interface e essa história vão ser percecionados e desta forma definir o dispositivo no seu todo.

Questão 6: Até que ponto as interações podem ser planeadas no momento de construção de uma narrativa interativa?

Resposta:

Devem ser planeadas. Somos nós enquanto criadores que temos a responsabilidade de definir todas as possibilidades de interação.

Questão 6.1: Não há então espaço para a co-criação?

Resposta:

Não acredito. Acredito na cocriação se em causa estiver a construção de narrativas literárias participativas de forma colaborativa. Por exemplo quando um autor escreve o início de um trecho literário e pede a várias pessoas para dar continuidade ao texto, cabendo ao autor inicial a gestão das entradas.Jean Pierre Balpe aborda (entre outras obras) esse conceito em "Trajectoires".

Portanto eu não sou apologista da cocriação. Nos meus trabalhos e nos vários que eu tenho visto e estudado não creio que haja cocriação porque as componentes já existem, já existem em potência, as coisas estão lá, só precisam de ser atualizadas.

Esta é a diferença abordada por Duleuse, a diferença entre o "atual" e o "virtual". O virtual é real, só não está é atualizado.

Questão 7: Qual será a forma de zelar pela coerência neste tipo de estrutura múltipla da narrativa?

Resposta:

Eu tenho dedicado alguma da minha investigação na tentativa de criação de estratégias que permitam essa relação entre fragmentos vídeo utilizando estratégias próprias ao cinema, próprias ao meio em utilização.

Isto é, a partir das próprias estratégias que o cinema já dispõe, que já construiu, que já desenvolveu e com as quais o espetador está familiarizado, tirar partido dessas estratégias para poder incutir nelas um determinado nível de interação.

Por exemplo qualquer pessoa que veja um "Split Screen" ou ecrã dividido numa projeção à partida não estranha e percebe que há ali uma escolha. É dessas estratégias narrativas cinematográficas que eu me aproprio para através delas tentar incutir interatividade na peça.

Assim trata-se da apropriação das estratégias narrativas do cinema em uso da interatividade. Genette (um estruturalista do ponto de vista da literatura) apresenta uma sugestão muito interessante, afirmando que há alguns momentos da narrativa que não sejam a narração, que a narrativa pode ser dividida em narração (os diálogos das personagens, dos atores) e descrição.

O momento da descrição pode ser um momento interessante de pausa da narrativa, um momento de pausa da história, um momento de pausa da ação, digamos assim, para

incutir um determinado nível de interação. É possível fruir desse momento de descrição para efetuar a passagem de um determinado fragmento de vídeo para outro.

Questão 8: Tem sido discutida a ideia da interatividade como oposição à narrativa (Polaine, Flow Principle in Interactivity). A interatividade elimina (anula) a narrativa?

Resposta:

Sim, pode criar problemas. A interatividade não anula a narrativa, não diria que anula, mas dificulta determinados processos próprios da narrativa fílmica.

Por exemplo a ideia proposta por Coleridge em "Willing Suspension of Disbelief", a ideia de que o espetador, mesmo sabendo que aquilo que se passa à sua frente não é tangível passa a acreditar nele. Este ideia é retratada por Christian Metz que definia o como o "passado" em contraste com o teatro, "presente".

A introdução da interatividade na narrativa fílmica pode quebrar essa "vontade de acreditar", a interação pode justamente traz-nos de volta para a nossa realidade e quebra-se esse sentido de imersão com a história.

Daí por exemplo no meu caso particular em tentar utilizar dispositivos ou interfaces que não precisem de manual de instruções, são intuitivos, é uma interação intuitiva, uma interação fácil, facilmente percetível.

Questão 8.1: Como o caso do "Carrossel" ou "Transparency".

Resposta:

Exatamente. Em "Carrossel" o movimento do espetador participante é refletido naquilo que se passa na frente do ecrã, e portanto há uma relação lógica, daí uma aproximação entre os dois, uma fusão e uma espécie de vidro opaco que se torna transparente e portanto é isso que eu procuro sempre. A aproximação da ação do espetador participante tem que ser refletida na ação da narrativa.

Questão 9: Até que ponto a narrativa dita tradicional é então alterada pela inclusão da interatividade?

Resposta:

É alterada porque devemos pensar a narrativa tradicional com outro formato, numa outra abordagem, numa outra estrutura. Apesar de haver muitos filmes que são potencialmente interativos per se. Têm uma estrutura que permitiria perfeitamente e sem alterar sequer a sequências narrativas a integração da interatividade.

Questão 9.1: Por exemplo em Elephant ou Rashomon de Akira Kurosawa?

Resposta:

Sim, o "Magnólia" por exemplo. Têm todos essa potencialidade, não é preciso mudar muito, mas a estrutura narrativa desses filmes pois não é uma estrutura clássica, é uma construção pós moderna, uma nova abordagem da narrativa. Tratam-se de estruturas modulares como fala Allan Cameron ("Modular Narratives in Contemporary Cinema") narrativas modulares no cinema contemporâneo.

Portanto essa estruturação da narrativa nestes formatos mais arrojados. Outros exemplos são "Irreversible", "Memento", "Inception", todos esses filmes têm uma estrutura que não é a tradicional e que portanto poderiam ser estudados sob o ponto de vista da compreensão da interatividade.

Questão 9.2: Seria apenas necessário introduzir o interface?

Resposta:

Sim, construir uma interface que permitisse determinadas escolhas em determinados momentos.

Questão 10: Nesse âmbito qual a importância do interface para a narrativa interativa?

Resposta:

A importância do interface é total e eu estou cada vez mais convencido que o interface deve ser intuitivo e como referi anteriormente deve refletir no ecrã as ações do participante.

É essa ligação, aquele sentido de identificação que no caso do cinema ocorre quando os espetadores se identificam com uma personagem na narrativa clássica. O mesmo tem que acontecer com o interface, o interface tem que ser um meio de identificação do

participante com a narrativa e portanto se o interface tiver isso é meio caminho andado para conseguir um resultado satisfatório.

Questão 10.1: Assim o interface aliado a uma boa produção fílmica através da linguagem cinematográfica tradicional pode contribuir para a transmissão de uma mensagem mais forte?

Resposta:

Sim.

Questão 11: Qual será então o papel do realizador vídeo neste processo de construção de narrativa ao longo do processo de realização do vídeo interativo?

Resposta:

Eu não lhe chamaria realizador, a não ser que se trate de uma encomenda. Eu falo sempre do "autor". O autor tem que ter consciência que deverá passar por variadas etapas e conhecer minimamente todas as áreas de produção deste tipo de projetos.

E portanto o autor tem que construir uma história, produzi-la, filma-la e depois implementa-la. Tem que conseguir passar por essas três fases. Pode-me dizer "eu tive uma ideia e depois vou encomendar ao realizador" eu penso que aí o realizador poderá desempenhar um papel de tarefeiro, pode dar o seu cunho pessoal mas produz uma obra cinematográfica como produziria outra.

Numa narrativa interativa que se quer participativa é possível criar vários caminhos, várias possibilidades que o realizador terá que filmar as duas, mesmo sabendo que o espetador só vai ver uma. Portanto o papel do realizador aqui é cumprir com o plano de produção, não vejo que haja assim uma grande diferença.

Questão 11.1: Sendo assim o realizador perde responsabilidade no âmbito do vídeo interativo?

Resposta:

Não sei dizer, eu nunca trabalhei dessa forma, eu sempre produzi, menos neste último projeto a "Viagem", nesse último trabalho a narrativa, a história contada era uma

narrativa fílmicas em voz-off, e as imagens utilizadas foram apropriadas de um colega meu portanto nem sequer fui eu que filmei.

Noutros projetos que eu tenho, aproprio-me de trechos cinematográficos de obras, de filmes, filmo eu também, e portanto eu nunca trabalhei no sentido de "eu trabalho uma história e agora vou trabalhar com um realizador" nunca fiz isso, e assim é difícil se o realizador perde ou não responsabilidade, porque eu acho que somos nós enquanto autores e criadores e artistas a passar por esse processo.

Questão 11.2: Nesse âmbito o "autor" personifica todos os integrantes de uma produção, por exemplo realizador, argumentista.

Resposta:

Sim, eu tento sempre escrever os meus argumentos, as ideias partem de mim, por exemplo as transparências foi um argumento que escrevemos em colaboração com outro colega, o Paulo da Rosária, ele ajudou-me, repare, o Paulo da Rosária é um argumentista de cinema puro e duro e ele teve sempre muita dificuldade em entender os esquemas que eu lhe pedia.

Questão 11.3: Então não se fala já de realizador mas de um "autor" que se apropria de várias características de outros.

Resposta:

No meu caso sim, a "concepção", a "ideia", a "concepção artística" do projeto é feita por mim.

Uma coisa que é importante realçar é que eu enquanto autor destes trabalhos, tenho consciência que é preciso os autores conhecerem ou ter conhecimento de todas as áreas que implicadas na construção de este tipo de projetos.

Nesse ponto de vista o realizador deve fazer aquilo que lhe mandam, no caso do cinema Hollywood são os produtores que detêm o poder, no cinema independente é o realizador quem decide, neste caso é o "autor", o "artista", o "criador".

Questão 11.4: Que assume o papel de argumentista, realizador, *designer* de interação.

Resposta:

Sim, sim, sim, nós pensamos as ideias, eu faço os meus esquemas.

Questão 12: Qual o processo de criação de um Vídeo interativo?

Resposta:

(Resumidamente uma vez que foi abordado anteriormente) Ter uma ideia, passar para o papel essa ideia, fazer a produção, criar o interface, adaptar o interface para a interatividade, pensar no dispositivo cénico e a participação do público.

Questão 13: É possível traçar o perfil do utilizador/espetador participante/interator/ leitor.

Resposta:

Não. Mas das várias experiências que eu tive é preciso diferenciar o seguinte, quando uma peça é posta numa galeria ou museu de arte, há uma disponibilidade maior do espetador ou participante para a interação.

Por exemplo quando eu expus o meu trabalho "transparências" no edifício transparente na altura da sua inauguração houve muito pouca recetividade porque as pessoas não estavam à espera daquele tipo de trabalho naquele tipo de espaços. Inversamente quando é uma galeria de arte o público já está mais ou menos avisado de que ali se passa qualquer coisa e que se calhar "eu posso tocar".

Depende, por exemplo eu instalei o carrossel em Serralves a aceitação também foi difícil.

Há uma coisa que é preciso distinguir, se há autores que pensam as suas peças em relação aos espetadores e aos participantes, e outros não se importam, constroem os seus trabalhos e depois se há interação ou não. Talvez seja essa a diferença.

Questão 13.1: De acordo com os seus projetos sabe-me dizer até que ponto o "interator" pode desejar a responsabilidade da modelação da narrativa?

Resposta:

Sim, sim, querem alterar, querem experimentar coisas que muitas vezes o dispositivo não permite e isso é muito interessante. Em vários projetos fiz inquéritos, passei questionários e conclui isso, há determinados objetos que são construídos e pensados

para determinadas funções e o espetador quer experimentar outro tipo de ações com ele. É sempre uma surpresa.

Eu costumo dizer que a melhor forma de testar uma ideia do interface é através da apresentação do produto a crianças. Não só testam a resistência dos objetos como também experimentam tudo aquilo que é possível.

Questão 13.2: Como será possível evitar a frustração do espetado/interator? Por exemplo a repetição poderá levar à frustração do interator?

Resposta:

A repetição pode ser um motor de interação como dizia Lev Manovich, e às vezes pode ser uma técnica narrativa interessante para levar justamente à interação. Pode transmitir a sensação de desejo de continuação da história. Assim a repetição pode ser um motor narrativo, e portanto depende dos trabalhos, são escolhas que temos que fazer, são decisões que temos que tomar, porque é que pintamos um quadro de azul?

É a ideia do artista. É claro que se o filme for mau saem todos frustrados. Mas à semelhança do cinema e de um realizador que acredita no seu filme o autor de projetos em vídeo interativo também deve acreditar.

Eu não estou muito preocupado com a frustração do espetador, eu não penso muito nas minhas peças desse ponto de vista, eu penso-as no ponto de vista de conseguir um trabalho que seja conseguido, um trabalho inteligente, inovador, é isso que eu procuro.

Questão 13.3: O vídeo interativo pode ser uma experiência partilhada?

Resposta:

Sim, é partilhada porque é uma forma de experiência conjunta, neste tipo de trabalhos há sempre mais que uma pessoa, pode haver interação conjunta, pode haver interação individual mas há sempre uma relação com os outros. Há sempre uma relação com as outras pessoas que estão no mesmo espaço, então se for uma interação conjunta ainda mais.

Recordo-me de um trabalho do Samuel Bianchini, que construiu um dispositivo com uma mesa, dez ratos do computador e uma projeção. Um espetador participante de forma individual conseguia interagir com o rato e ir para os espaços do ecrã que desejasse

através da movimentação do meu rato. Se mais pessoas tivessem inseridas na experiência era o somatório das suas orientações que transmitia a direção do rato.

Assim era preciso jogar em equipa, é como se fosse um jogo em equipa, portanto há sempre esta relação.

Questão 13.4: É a ideia do interator como ator?

Resposta:

Exatamente, como um ator para os outros, eu tento que seja sempre alguém que se implique, que se implique na ação de jogar esta instalação, de interagir e de se rever também na sua interação, através do movimento que faz, através da sua colocação e de entrar na narrativa através disso, através dessa participação.

Questão 14: É impossível ver o vídeo interativo como uma forma de media de massas?

Resposta:

Há várias experiências por exemplo as presentes no Youtube, é uma experiência se quisermos coletiva, não sei se é uma experiência de massas no sentido em que não estão todos ao mesmo tempo a interagir no mesmo vídeo.

Não é uma experiência de audiências de massa no sentido do Marshall Mcluhan. Não creio que o cinema interativo ou o vídeo interativo tenha chegado aos níveis do que era na altura para Marshall Mcluhan a televisão, a rádio e o cinema.

Portanto eu não sei se podemos dizer que exista o cinema interativo como meio per se, existem experiências interessantes, umas mais bem conseguidas do que outras sobre formas de contar histórias inovadoras, formas inovadoras de contar uma história com recurso à imagem em movimento.

Questão 15: O vídeo só deve estar ligado a uma lógica de previsibilidade de comportamentos?

Resposta:

Não, o vídeo tem que estar ligado do meu ponto de vista ao criar algo de novo, original, porque se é só para pensar no espetador não interessa.

Faço porque eu acho que é interessante, inovador, porque eu acho que traz desafios novos e depois é que vou pensar como é que o participante/espetador pode interagir, mas isso é posterior, faz parte do processo descobrir a interface que se vai adaptar

Pergunta 16: Quais os potenciais usos do vídeo interativo?

Resposta:

Numa perspetiva que não seja meramente artística, o uso pedagógico (o uso para fins pedagógicos) do ensino, o uso para fins medicinais, o uso para fins de comunicação à distância, há muitas coisas que se podem fazer através da interatividade em vídeo, não tem que ser só contar histórias ou de criar obras artísticas.

Pergunta 16.1: Também no sentido comercial por exemplo?

Resposta:

Ou isso. Pode ser utilizado para promover determinadas marcas, nesse ponto de vista o Youtube já tem feito através dessa plataforma já têm surgido algumas coisas interessantes. Sim há vários potenciais.

Questão 17: Num processo interativo ligado ao interface é necessário limitar aquilo que o espetador é, até que ponto é possível limitar o seu comportamento?

Resposta:

É como o cinema, limita o comportamento do público, senta o público, é a forma mais tradicional para ver um filme durante uma hora e meia. A forma de interação mais ajustada para o cinema interativo tem que ser também uma forma comoda, uma forma interessante e nesse âmbito eu realizei várias experiências.

Na maior parte dos meus projetos os participante estão de pé. No “Transparências” eu coloquei as pessoas sentadas porque era uma experiência que requeria mais tempo de visionamento. Há vários modelos. Os outros projetos que eu tenho são mais curtos, implicam menos tempo de interação logo menos tempo de funcionamento.

A presente entrevista foi realizada nas instalações da Escola das Artes da Universidade Católica do Porto, no dia 13 de Fevereiro de 2014 pelas 15h30.

APÊNDICE B

Entrevista exploratória ao Dr. Leonel Vieira

Apêndice B – Entrevista exploratória ao Dr. Leonel Vieira

Questão 1: Qual o papel do realizador?

Resposta:

O realizador cinema ou realizador vídeo inspiram-se na mesma função, na mesma prática.

A responsabilidade de um realizador está assente em toda a criação. O realizador é responsável por toda a concretização artística do projeto, desde a fase de leitura do guião até às misturas finais, até à cópia 5, até ter um produto acabado. Portanto toda a responsabilidade que passa pelas fases de pré-produção, filmagem (rodagem) e pós produção é da responsabilidade máxima do realizador a nível artístico.

Questão 1.1:

Resposta:

Questão 1.2: Em relação ao processo de gestão, o realizador encontra-se alheado dessa responsabilidade?

Resposta:

O realizador não interfere absolutamente nada nem sabe o que se passa a nível de logística e do ponto de vista financeiro.

Questão 1.3: Assim o realizador é encarregue apenas da área artística?

Resposta:

É o responsável por toda a componente artística do filme.

Questão 2: Em que fases da elaboração fílmica está o realizador inserido? (Pré-Produção; Produção; Pós-Produção…).

Resposta:

O realizador é o responsável por toda a concretização artística do projeto, ou seja desde o início da pré-produção, rodagem ate ao fim, até ser aprovada a cópia final. Assim o realizador está inserido em todas as fases. Quando o realizador quando tem apenas a

função de realização (e não a agrega à função de guionista) recebe o guião e a partir desse momento é o responsável máximo a nível artístico e técnico de um projeto, mas acima de tudo artístico. Ele tem que desenvolver toda a visão artística do projeto.

Questão 3: O que é um bom realizador?

Resposta:

Um bom realizador é aquele que faz filmes bons, filmes que unanimemente as pessoas gostem de ver. O realizador é aquela pessoa, aquele profissional que consegue transformar as suas ideias ou palavras escritas em imagens, isto é um bom realizador. Essa distância entre o que são os textos escritos, pensamentos ou ideias e uma imagem final, é tão menor quanto melhor for o realizador.

Os grandes realizadores conseguem exatamente plasmar aquilo que sonharam, no suporte ou na imagem que for. Não existe uma fórmula para ser um bom realizador como não existe uma fórmula para se ser um bom pintor, nem um bom arquiteto.

Questão 4: Poder-me-á indicar um conjunto de boas práticas para a realização de um "bom" filme? Quais são para si os procedimentos/processos fundamentais?

Resposta:

Hoje eu levo sempre em conta todos os processos, para mim todos eles são muito importantes mas talvez hoje um dos que eu levo mais em conta é o encontrar um bom guião. É trabalhar muito, é ter um bom guião nas mãos. Esse deve ser o processo, o realizador deve ser muito exigente até a história estar muito bem contada no guião.

É muito difícil fazer um bom filme se não existir um bom guião, mesmo com um realizador talentoso. Com um mau guião é impossível fazer um bom filme, agora com um bom guião nunca se terá um mau filme, pode não se ter um filme genial mas nunca será um mau filme.

Portanto hoje acho que uma das práticas mais importantes, sendo que tudo conta e sendo que todos os processos são exigentes (desde a escolha do elenco que é a construção dos personagens, aos decores que também são como uma personagem como dizia Hitchcock) hoje dou uma importância extrema à escolha do guião, à elaboração do guião.

Questão 5: Quais as maiores dificuldades no processo de realização de um filme?

Resposta:

O processo de filmagens, o processo de rodagem, é um processo duro, cada filme é um protótipo, nunca se fez antes, aquela cena em particular é a primeira vez que vai ser feita e portanto aquilo que é mais difícil é aquele processo de filmagens que é curto.

Já foi tudo preparado meses antes, depois das filmagens vai-se para um estúdio com calma e faz-se o acabamento. No entanto aquele período, de filmagens, não tem desculpas (com o clima, com as adversidades) tem que se conseguir fazer as cenas.

O grande desafio do realizador é esse, esse combate do período das filmagens que é sempre curto. O bom realizador é aquele que consegue gerir o tempo e em pouco tempo criar imagens boas.

Questão 6: Dessa forma como se deve proceder a uma boa ordenação de cenas de modo a aproveitar melhor o tempo?

Resposta:

Isso diz respeito ao trabalho de preparação feito anteriormente, com o assistente de realização. É parte de uma boa elaboração de um bom plano de filmagens, aí conta muito ter um bom primeiro assistente de realização bem como um bom diretor de produção, deles depende a boa organização (de um plano de filmagens), deles e de um bom diretor de fotografia para me ajudar a captar aquilo que eu quero.

Questão 7: Qual o impacto da tecnologia digital na realização fílmica?

Resposta:

Ainda não se consegue verificar porque ela é recente, nós só podemos verificar no que os processos de transformação técnicos vão resultar de transformação artística anos depois, a história só se faz com a distância.

Mas está a ser uma grande mudança, o mundo digital, as câmaras digitais, o acabar com a pelicula. Eu assisti ao desaparecimento da fita, hoje filmamos tudo com câmaras digitais, hoje o processo do filme está todo dominado por computadores.

O que é que está a trazer? Em dois aspetos rápidos, primeiro traz liberdade, muito mais liberdade, o processo democratizou-se, o processo embrandeceu, mais gente jovem pode contar histórias, tudo se tornou mais barato e portanto torna-se mais acessível fazer filmes. Portanto considero que democratizou a chegada porque embrandeceu os custos.

Em segundo, artisticamente está a trazer também um requinte a nível plástico. Eu ainda não sei se a nível narrativo tem alguma influência vamos ver daqui a mais alguns anos.

Mas o mundo digital trouxe uma enorme vantagem, deixaram de se ter limites agora, a imaginação pode crescer muito.

Questão 7.1: Apesar de ser um realizador formado no contexto da "fita" considera então que a tecnologia foi uma grande mais-valia para o filme.

Resposta:

Agora sim, acho que sim, estou a ver, estou no processo de aprendizagem experiência e feitura mas gosto do processo.

Questão 8: Existe interatividade ao longo da visualização de um filme tradicional (na relação entre o espetador e o filme)?

Um espetador quando assiste a um filme ou vídeo, seja no cinema ou em casa necessariamente interpreta o filme. De acordo com o estudo desenvolvido ate agora esse facto torna-se evidente e desta forma o estabelecimento de uma relação de interatividade entre aquilo que está a ser visto e quem o vê.

Nesse aspeto gostaria de conhecer também a sua opinião em relação a esta questão, ou seja, se existe alguma forma de interatividade ao longo da visualização de um filme.

A esta pergunta só posso responder como espetador, eu contemplo como espetador e o que acontece comigo quando vejo os filmes.

É um tipo de interação em que eu não provoco nada no filme, apenas o filme provoca em mim, o filme altera alguma coisa no nosso pensamento e nas nossas emoções, o nosso sistema cognitivo é afetado pelo filme. Mas nós não afetamos absolutamente o filme, não há uma interação absoluta.

Questão 9: Como vê a evolução do vídeo na sua relação com o paradigma interativo? O vídeo tem sido aproveitado como ferramenta por exemplo na divulgação de conteúdos (produtos) *online*.

Resposta:

Uma coisa provocou a outra, eu acho que a internet caminhou no sentido que caminhou porque existia o sinal de vídeo, se não houvesse o processo de captação de imagem pelo menos a nível de vídeo se calhar as coisas não seriam iguais e acho que o vídeo também evoluiu devido a tudo que foi sendo descoberto a nível das plataformas de internet, uma coisa estimula a outra.

Questão 10: Considera aliciante a inclusão de interatividade "participativa" no vídeo? Porquê?

Resposta:

Não faço ideia, isso é pouco "obra de arte". Quando saímos da escola de cinema somos realizadores, o cinema é a sétima arte, contamos histórias, nós somos os autores, quando o autor passa a ser todo mundo isso passa a ser outra coisa. Irá haver pessoas a trabalhar nisso, há pessoas que trabalham na internet eu trabalho em filmes.

Mas eu não sou a melhor pessoa para responder a essa questão, eu vejo do meu ponto de vista e o meu ponto de vista é de uma pessoa que gosta de contar histórias. Provavelmente um dia posso produzir um projeto interativo de vídeo mas não é a minha filosofia, aquilo que me apaixona é contar histórias, nós pensamos as histórias criamos as histórias e contamos aos outros. Os outros veem e contemplam e faz-se o ciclo da criação e contemplação.

Questão 11: Poderá haver uma alteração no papel do realizador, poderá passar a haver uma nova forma de contar a história, nomeadamente de forma interativa?

Resposta:

Está a acontecer e vai acontecer muito isso. Isso é um caminho que vai acontecer, é um caminho que vai existir, mas isso já vai para além do filme enquanto obra de arte. O filme enquanto forma de arte, enquanto história criada por mim, pensada por mim e colocada no mundo fechada é minha, é do criador.

No caso do vídeo interativo não é isso, aí há a participação de um criativo responsável por criar esses caminhos que depois de tudo são colocado ao serviço de uma democracia da contemplação. Nesse aspeto o espetador tem o poder de opção.

Isto vai existir. Se me pergunta se acho bem ou não, não acho nada, eu gosto de fazer filmes, é o que hoje me dá prazer.

Hoje não estou a pensar fazer isso mas quem sabe daqui a uns anos não estou a produzir uma coisa assim. Mas atualmente o que me ocupa a cabeça ainda não é esse tipo de projetos, ainda tenho muitos projetos para contar com princípio, meio e fim.

Embora já tenha sido desafiado e já tenha colocado equipas minhas a pensar num projeto para internet. Até agora não conseguimos chegar a nenhum que nos aliciasse.

A presente entrevista foi realizada na sede da produtora Stopline Films, em Lisboa, no dia 12 de Maio de 2014 pelas 15h.

APÊNDICE C

Storyboard relativo às 16 entradas sequenciais da produção multimédia para o vídeo digital interativo da bebida energética KO/OK[2]

[2] Inserto no ficheiro 1 do DVD anexo.

APÊNDICE D

Estudo de caso – Trabalho prático em vídeo digital interativo para bebida energética KO/OK[3]

[3] Inserto no ficheiro 2 do DVD anexo.