



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SARA CASOLI

REALIZAÇÃO DE FILMES PARA COMUNICAR QUESTÕES AMBIENTAIS

GUIA PRÁTICO PARA PRINCIPIANTES

2022



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DELLE ARTI

Índice

Introdução

1. A linguagem cinematográfica e a sua relevância para as mensagens ambientais
 - 1.1 Uma gramática para muitas línguas
 - 1.2 Trazer o cinema para a sala de aula: O cinema como ferramenta educativa
 - 1.2.1 O conceito de desenvolvimento sustentável
 - 1.2.2 Educação para o desenvolvimento sustentável
 - 1.2.3 Narrativas e canais de comunicação
 - 1.3 Filmes participativos e conselhos para ativar a prática cinematográfica

Bibliografia e outras leituras

2. Contar histórias
 - 2.1 Acender uma lâmpada: a importância de uma ideia
 - 2.2 Pela toca do coelho: entrar no enredo do filme
 - 2.2.1 Estrutura dos três actos
 - 2.2.2 Apresentando o herói da viagem
 - 2.3 As coisas estão a melhorar: da história ao guião
 - 2.3.1 Investigação e desenvolvimento
 - 2.3.2 Narrativa visual
 - 2.3.3 Concretizar a história: Rumo à escrita de guiões
3. Filmagem
 - 3.1 Do guião ao argumento
 - 3.2 Hora de sujar as mãos: preparar o cenário
 - 3.3 Luzes, câmara, ação! Realização do filme
 - 3.3.1 Imagem
 - 3.3.2 Planos de enquadramento e de tiro
 - 3.3.3 Movimentos da câmara
 - 3.3.4 Filmar com telefones
 - 3.3.5 Som (mesmo o silêncio)
 - 3.3.6 Direção de actores
4. Edição e pós-produção
 - 4.1 Combine o material e corte-o!
 - 4.1.1 Gosta de puzzles? Montagem de sentido
 - 4.1.2 Criar uma montagem: Cortes e transições
 - 4.2 Editar música e sons
 - 4.3 Uma vida colorida! Correção de cor e gradação
5. Organização do trabalho
 - 5.1 Funções
 - 5.1.1 Funções criativas e técnicas
 - 5.1.2 Algo para todos
 - 5.2 Como criar um laboratório de cinema

Bibliografia

Introdução

Fazer filmes pode parecer assustador quando se está a começar e muitas perguntas podem vir à mente: como se escreve um guião (assumindo que se sabe o que isso significa)? Como organizar a cenografia? Ou como conceber um bom plano e preparar a câmara? E quanto à edição? Que técnicas e software devo utilizar? Quando se pensa em cinema, pode imaginar-se grandes produções de Hollywood, com muitas pessoas a trabalhar em todos os aspectos do filme. No entanto, como veremos, o equipamento caro e uma equipa cheia de especialistas não são assim tão importantes. Em vez de se perguntar "o que é que eu preciso para fazer o meu filme perfeito?", deve perguntar-se "que tipo de filme posso fazer de forma *sustentável* para transmitir os meus pensamentos utilizando os recursos que posso pagar"? Por outras palavras, o que importa é ter uma boa ideia e uma boa mensagem para transmitir e ser capaz de a transformar num filme utilizando os recursos de que dispõe. Este guia tem como objetivo ajudá-lo a adquirir as competências práticas de que necessita!

O processo de realização do filme pode ser resumido nas seguintes etapas:

- 1) **Ter uma ideia e transformá-la numa história**
De que trata o filme? Que mensagem queres transmitir com o teu filme?
- 2) **Realizar o cenário**
Como é que uma simples sequência de palavras pode ser transformada numa sequência coerente de imagens e sons?
- 3) **Organizar o processo de filmagem**
O que, quando e onde está a filmar? Que equipamento, técnicas e quantas pessoas são necessárias?
- 4) **Gravar imagens (faixas de áudio e vídeo)**
Certifique-se de que tem uma ideia clara do que vai filmar e de como o vai fazer (ângulos, luz, posições da câmara, sons, etc.) e não abandone o cenário/exterior até ter todas as filmagens de que necessita.
- 5) **Montar o material**
Escolha e justaponha os planos cuidadosamente para criar o seu filme.
- 6) **Partilhar o seu vídeo**
Quando o filme estiver concluído, publicá-lo em linha (blogues, redes sociais, sítios Web, etc.) ou organizar projecções e distribuição.

Vamos lá começar!

1.

A linguagem cinematográfica e a sua relevância para as mensagens ambientais

1.1 Uma gramática para muitas línguas

O que é que o cinema, as séries de televisão e até o vídeo têm em comum com o TikTok? Todos eles funcionam de acordo com as regras da linguagem cinematográfica. Estes produtos audiovisuais utilizam certas convenções comuns para transmitir um significado através de técnicas específicas utilizadas no guião, no trabalho de câmara e na edição. É claro que cada meio tem as suas próprias particularidades: fazer um filme é diferente de fazer um vídeo no TikTok, no Youtube ou uma série de televisão. No entanto, todos os meios audiovisuais se baseiam, em maior ou menor grau, no mesmo conjunto de convenções linguísticas, que são modificações da linguagem cinematográfica. Cada filme ou vídeo baseia-se na mesma gramática visual, e os realizadores utilizam esta gramática para criar um estilo linguístico particular com o qual contam a história. Assim, se conheceres a gramática básica da língua, podes criar os teus próprios filmes e utilizá-los para contar uma história, dar significados específicos e comunicar o teu ponto de vista sobre um assunto.

Antes de passarmos à prática desta linguagem, podem ser úteis alguns comentários gerais sobre as especificidades da linguagem cinematográfica:

- 1) A linguagem audiovisual tenta imitar a forma como as pessoas percebem a realidade através dos seus sentidos (visão e audição). Por ter um baixo grau de convencionalidade, é imediata, universal e facilmente compreendida por pessoas de diferentes culturas.
- 2) A linguagem audiovisual constrói a realidade, em vez de a refletir simplesmente, e, através do processo de filmagem e edição de imagens, transmite um ponto de vista particular.
- 3) A linguagem audiovisual baseia-se num processo de seleção e síntese de material narrativo e visual. Estas duas operações são realizadas pelo(s) autor(es) (realizador, argumentista, cineasta, etc.) que utilizam/aplicam esta gramática para transmitir a mensagem.
- 4) A linguagem audiovisual baseia-se numa gramática comum, aberta à interpretação e às escolhas linguísticas.

Estas considerações gerais aplicam-se quer se trate de uma curta-metragem (com uma duração máxima de 30 minutos) ou de uma longa-metragem (com uma duração superior a 60 minutos).

Na sua longa história, que começou há mais de 120 anos, a arte e a prática do cinema sofreram inovações estilísticas e tecnológicas que moldaram e complicaram a sua linguagem e poética. Hoje em dia, existe em estilos e formas que variam consideravelmente de género para género e de forma para forma. Em termos gerais, podemos dividir as formas cinematográficas em dois ramos principais: A) o documentário e B) a longa-metragem.

- A) **Um documentário** é um filme, vídeo ou programa de televisão que tem por objetivo "documentar" a realidade. O género documentário não se baseia num guião ficcional, mas em fontes reais, como

entrevistas e imagens de arquivo, para informar - ou mesmo educar, no caso de filmes didáticos - as pessoas sobre temas específicos relacionados com a cultura, as artes, as viagens e a geografia, as questões sociais e políticas, a história, os assuntos naturais, etc. Embora o documentário tenha sido tradicionalmente colocado contra a ficção, reconhecendo uma perspectiva implicitamente autêntica e não filtrada da realidade, esta polaridade foi recentemente posta em causa. Cada documentário oferece um "ponto de vista" específico sobre um determinado assunto, que se baseia na relação estreita entre os objectos filmados e a perspectiva e os objectivos comunicativos do realizador.

- B) Os filmes documentais têm muitas formas, formatos e géneros. Segundo o teórico americano do cinema Bill Nichols (2001), os documentários podem ser divididos e agrupados com base nas características e convenções específicas que exibem. Nichols identifica seis "modos de documentário" que, mesmo quando se sobrepõem, podem ajudar-nos a distinguir entre diferentes formas técnicas e objectivos:

Modo poético: neste tipo de documentário, há pouco ou nenhum conteúdo narrativo em favor do humor, do tom e das associações das imagens. O ponto de vista do realizador é frequentemente expresso através da montagem, que privilegia as associações figurativas e/ou temáticas em detrimento da continuidade e da legibilidade.

Por exemplo: *Olympia*, Leni Riefenstahl, 1938.

Modo exponencial: neste modo, o ponto de vista específico do autor sobre um tema é diretamente expresso por uma voz-off que comenta as imagens para apoiar ou reforçar o argumento do filme. Por exemplo: *Bowling for Columbine*, Michael Moore, 2001.

Modo reflexivo: aqui o foco está na relação entre o realizador e o público. Por conseguinte, o tema deste tipo de documentário é o próprio processo de realização do documentário, sendo frequente os realizadores ficarem em frente à câmara e explicarem o que está a acontecer.

Por exemplo: a série de documentários *When Louis Met ...*, Louis Theroux, 2000-2002.

Modo observacional: adoptando uma perspectiva de filmagem "fly-on-the-wall", este tipo de documentário tenta "observar" o seu tema sem qualquer forma de interação com ele. Reduz ou mesmo elimina todos os dispositivos narrativos e estilísticos, como a música, a organização das entrevistas e o material narrativo.

Por exemplo *Primary*, Robert Drew, 1960.

Modo performativo: diz respeito ao envolvimento pessoal do cineasta com o sujeito que está a ser filmado e centra-se na sua participação direta nos acontecimentos que estão a ser contados. O documentário apresenta frequentemente imagens íntimas, exprimindo uma ligação íntima entre o documentarista e o objeto de filmagem. O objetivo é enfatizar a construção de verdades subjectivas que interessam ao autor e ao seu ponto de vista.

Por exemplo: *Super Size Me*, Morgan Spurlock, 2004.

Modo participativo: semelhante ao modo performativo, envolve a participação pessoal do cineasta que interage diretamente com o sujeito. Embora o modo participativo envolva o autor na história, procura fornecer uma verdade objetiva. As filmagens, entrevistas e interações entre os sujeitos

envolvidos e o realizador são registadas e organizadas para apoiar a visão do realizador ou manter o objetivo do filme.

Por exemplo: *Sicko*, Michael Moore, 2007.

- C) Existe também uma classificação semelhante quando se reflecte sobre a **longa-metragem**. Em primeiro lugar, uma distinção útil diz respeito ao registo do texto, ou seja, o tom e o estilo gerais da obra. Por um lado, temos a **comédia**, que usa o humor como força motriz, com personagens e enredos concebidos para fazer rir o público. Por outro lado, temos a **tragédia**, centrada numa espécie de sofrimento humano encarnado nas provações e tribulações da personagem principal, que acaba por conduzir a uma catarse, mesmo entre o público.

As coisas tornam-se mais complicadas quando consideramos o conceito de **género cinematográfico**. Embora nós, como fãs de cinema, já conheçamos os géneros cinematográficos, compreender a "teoria dos géneros" pode ser bastante complicado. Dada a definição da palavra, género é o termo utilizado para descrever qualquer categoria de literatura ou outras formas de arte ou entretenimento com base num determinado conjunto de critérios estilísticos. Embora a combinação de géneros seja muito comum, podemos identificar alguns macro-géneros que nos podem ajudar a distinguir certos tipos de filmes de outros:

- **Aventura**: o público espera sentir emoções como a ansiedade e a curiosidade, talvez se encontre num cenário exótico e participe nas façanhas cheias de adrenalina de um herói intrépido. Este macro-género está intimamente ligado às narrativas clássicas de luta e conflito. Inclui *westerns*, filmes de *ação*, filmes de *capa e espada*, *filmes épicos*, *filmes de super-heróis*, *filmes de fantasia*, *filmes de ficção científica* e *biografias*.
Quando a aventura envolve acontecimentos horríveis que despertam no espetador emoções como o medo, o nojo e a ansiedade, estamos perante um filme de terror.
- **Ficção policial**: centra-se no crime como elemento central do enredo. As narrativas policiais centram-se na presença de acontecimentos criminosos e nas operações que os rodeiam, como investigações criminais, perseguições, descoberta da verdade, etc., geralmente conduzidas por detectives mais ou menos institucionais. Incluem *filmes policiais*, *thrillers*, filmes de *detectives*, *filmes noir*, *filmes de tribunal* e *filmes de gangsters*.
- **Romance**: no centro deste macro-género estão os conflitos relacionais. Estes filmes constroem os seus enredos com base em situações sentimentais, conflitos geracionais e temas sociais como a amizade, o amor, a procura da felicidade, a resistência às dificuldades, a emotividade, etc. Incluem-se aqui *as comédias românticas*, os *musicais*, os *melodramas*, os *filmes para adolescentes*, etc.

É preciso lembrar que estas definições explícitas são ferramentas operacionais: de facto, é possível hibridar formatos, convenções e géneros para criar um filme que se adapte à nossa visão!

Com a sua capacidade de chegar a uma vasta audiência e de transmitir um significado numa linguagem universal, o cinema e outros meios audiovisuais captam a nossa atenção de forma desproporcionada, mais do que qualquer outro meio de comunicação. Dado este potencial de acesso alargado a públicos diversificados, a inclusão da produção mediática como atividade educativa pode desempenhar um papel fundamental na educação inovadora e transformadora, especialmente como instrumento de aprendizagem ativa para promover a sustentabilidade.

1.2 Introduzir o cinema na sala de aula: O filme como ferramenta educativa

A imagem - seja ela fílmica, fotográfica, digital ou analógica - não só é material e economicamente indissociável do meio biofísico, como é o principal instrumento pedagógico e de propaganda do movimento ambientalista (Bozak, 2012, p. 3).

Para além de ser um processo em que novas ideias são postas à disposição dos alunos, a educação deve também ser um instrumento que reflecta a sua experiência do mundo. A este respeito, os filmes e os materiais audiovisuais fazem um ótimo trabalho. Como Samina Mishra resumiu muito bem,

Os filmes podem trazer o mundo para a sala de aula. Podem transportar histórias, vozes e imagens que podem estar longe de nós na vida real, quer se trate de documentários ou de ficção. Os filmes contam histórias sobre vidas interiores e mundos exteriores. Ajudam-nos a afirmar as nossas próprias identidades e a sentirmo-nos ligados aos outros, e mostram-nos a magia de explorar o que não se vê e não se ouve (2018, p. 112).

Os estudantes de hoje fazem parte de uma geração visualmente educada, criada rodeada de imagens e ícones, que desenvolveu uma compreensão natural da linguagem visual e cinematográfica. Por um lado, o poder do filme enquanto ferramenta pedagógica baseia-se na sua capacidade de ser uma forma clara e lúdica de transmitir conhecimentos: os alunos podem não saber o que é um plano aproximado ou o que implica enquanto prática cinematográfica, mas compreendem instintivamente que significa "olhem com atenção, é relevante!". Por outro lado, a versatilidade da linguagem cinematográfica e o seu enorme potencial como ferramenta pedagógica permitem que alunos e professores "falem a mesma língua" e se envolvam em diálogos activos sobre uma série de tópicos, incluindo questões ambientais. A linguagem cinematográfica, como veremos, tem o seu próprio vocabulário e gramática, e a sua mensagem pode ser compreendida por todos. Ao mesmo tempo, o cinema, enquanto meio subjetivo, também pode encorajar a auto-expressão dos alunos, que podem utilizá-lo para transmitir pensamentos e emoções pessoais. Como é que isto afecta a prática pedagógica? Para citar novamente Mishra,

Ao introduzir filmes na sala de aula, os professores podem trabalhar com os alunos para compreender, apreciar e criticar, desenvolvendo assim tanto a aprendizagem como a análise. A ênfase subjectiva significa que o filme funciona como um recurso que alinha as relações na sala de aula e permite que o conhecimento seja construído em conjunto. O ponto de vista do professor não é maior do que o do aluno (ibid, p. 115).

Tratar o cinema como um meio que ajuda os alunos (bem como os professores) a ligarem-se à sociedade e a aplicarem conceitos teóricos e abstractos ao mundo real significa desenvolver as suas capacidades para contribuir para a construção de uma comunidade melhor. Tanto no modo de ensinar-aprender como no de aprender-fazendo, **a literacia cinematográfica pode permitir que alunos e professores desempenhem um papel construtivo no desenvolvimento sustentável** e, em última análise, cultivem um conceito de cidadania mais inspirador na promoção da governação socioambiental.

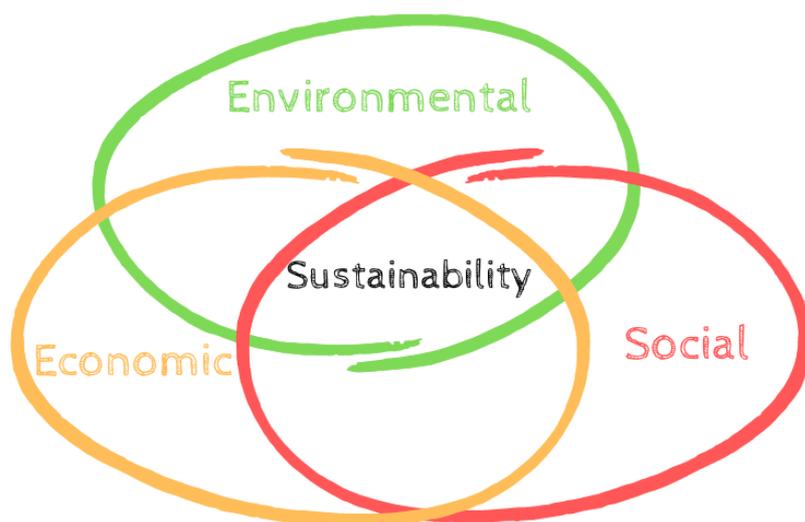
1.2.1 O conceito de desenvolvimento sustentável

Com o advento das redes sociais, tem-se assistido nos últimos anos a uma mudança nos conteúdos mediáticos das gerações mais jovens, com o objetivo de moldar a opinião pública e promover estilos de

vida sustentáveis em resposta a crises ambientais em grande parte provocadas pelo homem. No entanto, mesmo os esforços mais sinceros muitas vezes "falham o alvo" por serem tentativas imprevistas, esporádicas e caóticas que não têm o impacto desejado. Por conseguinte, ao conceber um módulo de transferência de conhecimentos eficaz, consolidámos teorias e práticas passadas e presentes em dois objectivos estratégicos exequíveis: 1) educação para a sustentabilidade e 2) comunicação para a sustentabilidade no contexto do actual discurso da sustentabilidade.

Mas o que queremos dizer exactamente com "**desenvolvimento sustentável**"? O Relatório da Comissão Brundtland, publicado em 1987 pela Comissão Mundial sobre o Ambiente e o Desenvolvimento (ONU), descreveu o desenvolvimento sustentável como "um desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades". No seu preâmbulo, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável compromete-se a erradicar a pobreza e, ao mesmo tempo, a curar e proteger o nosso planeta através dos 17 Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (doravante designados por ODS). No entanto, embora ousados e ambiciosos enquanto declarações, os 17 Objectivos de Desenvolvimento Sustentável estabelecidos permanecem deliberadamente vagos e pouco claros para abranger todas as populações e garantir a sua aplicação em todos os contextos nacionais. Ao longo do tempo e através da lente de diferentes disciplinas, foram propostas várias tipologias de modelos para a representação e o estudo do desenvolvimento sustentável. O mais amplamente utilizado é o modelo Triple Bottom Line (TBL). No âmbito desta abordagem, a sustentabilidade é posicionada na intersecção de três dimensões: economia, sociedade e ambiente.

A este respeito, a sustentabilidade é um modelo para pensar o futuro em que as considerações ambientais, sociais e económicas estão alinhadas na procura de uma melhor qualidade de vida.



O reconhecimento combinado e equitativo destas três dimensões sublinha visualmente que a saúde, a equidade social, a prosperidade económica e a protecção do ambiente não são questões separadas, concorrentes ou sintomáticas, mas antes sistémicas e interdependentes.

1.2.2 Educação para o desenvolvimento sustentável

A Educação para o Desenvolvimento Sustentável (EDS) é reconhecida como uma componente integral do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 (ODS 4 'Assegurar uma educação de qualidade inclusiva e equitativa e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos'). Amplamente considerada como "um quadro inclusivo que tem o potencial de criar alianças entre diferentes educações adjectivais" (Newig 2013), a EZR facilita a aprendizagem ao cumprir o duplo papel de proporcionar uma educação básica de qualidade e, em seguida, adquirir conhecimentos sobre o desenvolvimento sustentável. Num contexto educativo, isto implica uma preocupação com o desenvolvimento das relações interpessoais e ambientais no âmbito do modelo dos três pilares:

- *Sociedade*: Compreensão das instituições sociais e do seu papel na mudança e no desenvolvimento, bem como dos sistemas democráticos e participativos que permitem a expressão, a eleição de governos, a criação de consensos e a resolução de litígios.
- *Ambiente*: Consciência dos recursos e da fragilidade do ambiente físico e da forma como as pessoas o afectam através das suas acções e decisões, bem como empenho na integração das questões ambientais na política económica e social.
- *Economia*: Sensibilidade aos limites e potencialidades do crescimento económico e ao seu impacto social e ambiental, com o compromisso de avaliar os níveis de consumo individual e social, tendo em conta o ambiente e a justiça social.

Além disso, como parte de uma experiência educativa de qualidade, a integração da EZR no currículo deve modelar os valores do próprio desenvolvimento sustentável. De acordo com as Nações Unidas (2005), a EZR deve esforçar-se por demonstrar as seguintes características:

- Interdisciplinaridade e holismo: aprendizagem para a sustentabilidade integrada em todo o currículo e não como uma disciplina separada.
- Baseada em valores: é crucial que as normas adoptadas - os valores e princípios comuns subjacentes à sustentabilidade - sejam claramente definidas para que possam ser estudadas, discutidas, testadas e aplicadas.
- Pensamento crítico e resolução de problemas: confiança para lidar com os dilemas e desafios da sustentabilidade.
- Muitos métodos: palavra, arte, drama, debate, experiência - diferentes pedagogias que modelam processos. O ensino orientado apenas para a transmissão de conhecimentos deve ser transformado numa abordagem em que professores e alunos trabalham em conjunto para adquirir conhecimentos e desempenhar um papel na formação do ambiente das suas instituições de ensino.
- Tomada de decisões participativa: os alunos são envolvidos nas decisões sobre a forma como devem aprender.
- Aplicação: as experiências de aprendizagem oferecidas são integradas na vida pessoal e profissional quotidiana.
- Relevância local: abordar questões locais e globais e utilizar as línguas mais utilizadas pelos alunos. Os conceitos de sustentabilidade têm de ser cuidadosamente expressos noutras línguas - as línguas e as culturas dizem coisas diferentes e cada língua tem formas criativas de expressar novos conceitos.

Até à data, devido à falta de integração em contextos institucionalizados, como políticas, currículos e resoluções jurídicas vinculativas para garantir a sua aplicação, a EDS tem sido implementada principalmente através do trabalho de iniciativas de base, ONG e grupos de indivíduos e organizações empenhados. Assim, de um ponto de vista prático, a campanha de sustentabilidade tem de alargar a sua esfera de actores (clusters) empenhados de modo a incluir fóruns científicos, investigadores, coligações de activistas, ONG ambientais, mas também sindicatos, empresas sociais, comércio justo, iniciativas de economia circular e empresas de interesse comunitário. Por outras palavras, aqueles que procuram dar credibilidade científica a um projeto ou campanha (ou seja, dados, estatísticas), fornecer recursos (ou seja, angariação de fundos), trocar informações e ideias e partilhar as melhores práticas para uma comunicação eficaz, justa e sustentável. Esta assistência revelar-se-á crucial na implementação de elementos de educação ambientalmente sustentável, independentemente da sua integração no currículo.

Para além da abordagem teórica oferecida pelo quadro da "Educação para o Desenvolvimento Sustentável", precisamos de uma ferramenta mais concreta e prática, a "**Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável**", que se centra no "impacto através da sensibilização". Três factores-chave explicam a importância fundamental dos processos de comunicação no desenvolvimento sustentável: em primeiro lugar, a comunicação é essencial para garantir a legitimidade da EDS. Em segundo lugar, a sustentabilidade e as questões ambientais são inerentemente caracterizadas por elevados níveis de complexidade e incerteza (Flint 2013). Por conseguinte, as orientações contextuais necessárias podem ser mais bem clarificadas através dos meios de comunicação. Em terceiro lugar, os meios de comunicação social são a principal fonte de informação sobre questões de sustentabilidade que as pessoas têm à sua disposição.

No âmbito da Comunicação para a Sustentabilidade, surgiram vários subcampos, centrados em diferentes aspectos da sustentabilidade. Um dos subdomínios mais interessantes é a **Comunicação Ambiental (doravante designada por CE no guia - nota do tradutor)** na qual os processos de comunicação e os produtos mediáticos são utilizados estrategicamente para apoiar a elaboração eficaz de políticas, a participação pública e a implementação de projectos. Os pressupostos centrais da teoria da CE são os seguintes: 1) as formas como comunicamos sobre o ambiente influenciam as nossas percepções do mundo natural porque reflectem, mas também constroem, produzem e naturalizam, certas relações homem-ambiente (Littlejohn e Foss, 2009). Em contrapartida, 2) uma compreensão crítica da comunicação ambiental engloba não só a comunicação diretamente relacionada com as questões ambientais, mas também a comunicação que não está diretamente relacionada com o ambiente, mas que, no entanto, o influencia indiretamente, como é o caso dos discursos neoliberais nos filmes e na publicidade.

1.2.3 Narrativas e canais de comunicação

Tendo em conta as muitas narrativas ambientais existentes, uma forma prática de estruturar esse debate consiste em organizar a análise das orientações ambientais num espectro que representa a forma como as pessoas se relacionam com o mundo natural e o valorizam.

Para compreender as nossas atitudes predispostas em relação ao ambiente e as ideias e motivos que estão na base dessas atitudes, Barton e Gagnon-Thompson (1994) destacam a distinção entre valores **ecocêntricos** e **antropocêntricos**. Em termos simples, o ponto de vista ecocêntrico valoriza a natureza

pela natureza, assumindo que vale a pena proteger a natureza devido ao seu valor intrínseco e inerente. Em contraste, o ponto de vista antropocêntrico assume que o ambiente deve ser protegido devido à sua importância na manutenção ou melhoria da qualidade de vida humana, cumprindo essencialmente um papel utilitário. Identificando estes diferentes pontos de vista ao longo de um continuum que abrange o espectro ecocêntrico-antropocêntrico, podemos distinguir cinco outros paradigmas ideológicos:

1. *instrumentalismo ilimitado*: todos os recursos naturais estão disponíveis exclusivamente para uso humano e a sua utilização não está limitada ou condicionada de forma alguma.
2. *Conservacionismo*: utilizar os recursos naturais de forma sensata e para o maior número possível de pessoas. O valor das entidades não humanas é utilitário, o que significa que só têm valor como recursos para uso humano.
3. *Preservacionismo*: preservação dos recursos para uso e usufruto humano de uma forma que vai para além do seu mero valor instrumental, como o seu significado científico, ecológico, estético e religioso.
4. *Éticas e ideologias baseadas em valores*: Os seres não humanos têm um valor intrínseco para além do valor utilitário, científico, estético ou religioso. Ao coexistir como parte da mesma comunidade biótica, a humanidade vê-se a si própria com mais humildade e menos hierarquia.
5. *Ideologias transformacionais*: Estas ideologias procuram transformar radicalmente as relações antropocêntricas em relações mais ecocêntricas, compreendendo as causas profundas das atitudes e comportamentos anti-ambientais. Um passo lógico nesta direção seria uma revisão maciça das instituições sociais e uma compreensão do impacto do poder e do domínio que temos sobre o mundo natural.

Uma vez determinado o status quo ambiental dos públicos-alvo e quais as direcções viáveis e desejáveis, o passo seguinte exigiria a seleção de uma abordagem estratégica. Mefalopulos (2008) agrupou de forma clara algumas das abordagens de comunicação mais comuns orientadas para o desenvolvimento em oito grupos:

- *O marketing social* é uma forma de marketing que aplica os princípios do marketing a objectivos sociais. Vários programas de saúde, tais como campanhas de vacinação, campanhas de higiene e outros, foram implementados através dele.
- *A advocacia* é utilizada a nível nacional para promover uma determinada agenda ou questão. Tem frequentemente como objetivo alterar ou melhorar a política, envolvendo diretamente os decisores, ou alterar as proporções, obtendo o apoio do público.
- *A divulgação de informação e as campanhas* têm como objetivo colmatar lacunas de conhecimento específicas.
- *A informação, educação e comunicação (IEK)* é um conjunto mais vasto de estratégias destinadas a divulgar informações e a educar grandes audiências.
- *A educação e formação* é uma abordagem utilizada em programas que requerem uma conceção pedagógica de natureza interactiva e interpessoal.
- *Os objectivos institucionais visam* melhorar a capacidade interna da instituição (por exemplo, através da formação) e posicionar e melhorar a sua imagem junto do público externo.
- *A mobilização comunitária* é uma abordagem sistemática para envolver as comunidades na resolução de questões que afectam o seu bem-estar.
- *A comunicação participativa não-diretiva* baseia-se no diálogo que procura o consenso sobre as mudanças sociais que são consideradas significativas e relevantes por todos os parceiros locais.

Do exposto resulta claro que cada abordagem tem um objetivo diferente. Embora na prática haja frequentemente sobreposições, a escolha da estratégia mais adequada pode orientar as etapas subsequentes, incluindo a concepção da mensagem, a seleção dos meios de comunicação (filme, rádio, televisão, Internet e imprensa escrita) e outros elementos importantes da estratégia de comunicação.

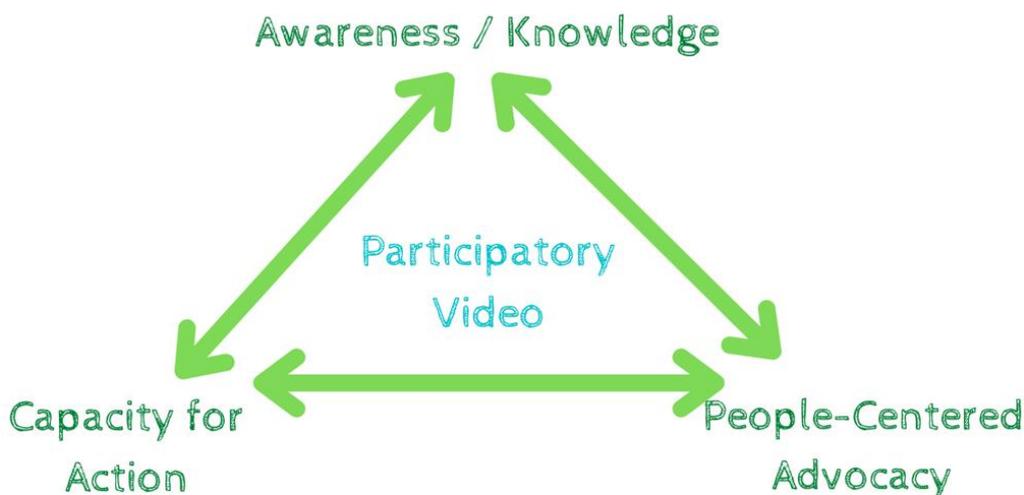
1.3 Filmes participativos e orientações para a ativação da prática cinematográfica

Uma boa forma de alcançar estes resultados e de conceber uma comunicação ambiental eficaz é através da produção de **vídeos participativos**, que se tornaram uma das ferramentas mais poderosas para os estudantes explorarem questões sociais, políticas e teóricas e empreenderem acções colectivas. O vídeo participativo pode ser definido como o envolvimento de um grupo ou comunidade na concepção e criação de um vídeo utilizando um conjunto de técnicas de filmagem. Os vídeos participativos podem ser uma ferramenta muito poderosa para envolver e mobilizar as pessoas, ajudando-as a dar forma concreta às suas ideias e pensamentos sobre uma série de tópicos e questões com base nas necessidades e oportunidades locais (técnicas e tecnológicas).

O vídeo participativo tem o potencial de educar, persuadir e promover de formas que podem trazer mudanças positivas. O quadro teórico dos vídeos participativos (Plush 2013) inclui três eixos inter-relacionados: a) *consciencialização e conhecimento*: o processo de vídeo participativo pode ser desenvolvido e amplificar as vozes, pensamentos e opiniões dos envolvidos na criação dos vídeos (alunos e professores), sensibilizando para as questões ambientais.

(b) *capacidade de ação*: inclui não só o conjunto de competências técnicas para a realização de filmes, mas também uma visão a longo prazo que integra a realização de filmes, a concepção de filmes e o planeamento global.

(c) *advocacia centrada nas pessoas*: a capacidade de as pessoas falarem por si próprias, utilizando a linguagem do cinema como forma inteligível e altamente comunicativa de transmitir as suas mensagens e ideias.



Para desenvolver e pôr em prática as secções anteriores, vamos agora abordá-las estrategicamente, colocando a Comunicação de Sustentabilidade e o cinema num contexto educativo.

Passo 1 Efetuar a investigação:

Identificar os objectivos, requisitos e tarefas locais no contexto da EZR. Um objetivo refere-se a um resultado amplo e a longo prazo, enquanto uma tarefa indica os passos necessários para atingir esse objetivo. Os requisitos são soluções propostas para os problemas identificados durante o estudo. Todos os três devem ser específicos, mensuráveis, realizáveis, realistas e oportunos (*Specific, Measurable, Achievable, Realistic, and Timely* - nota do tradutor): numa palavra, SMART!

Desenvolva-as ainda mais, ligando as suas histórias a um contexto mais vasto que ligue o local ao global e ao trabalho existente de outros empenhados nos mesmos objectivos que você (sociedade civil, experiências pessoais do público e outros). Ao fazê-lo, certifique-se de que o processo continua a ser frutuamente participativo para todos os envolvidos. Considere também aqueles cujas histórias estão ausentes do debate: há alguém sub-representado ou negligenciado cuja participação beneficiará o projeto?

Identificar as audiências-chave (ou seja, decisores políticos; público em geral) e o tipo de campanha (ou seja, defesa de interesses) em conformidade. Considerar a narrativa ambiental prevalecente no seu público-alvo e adaptar a sua mensagem em conformidade.

Etapa 2: Produção

Ver todas as outras secções relevantes neste livro eletrónico.

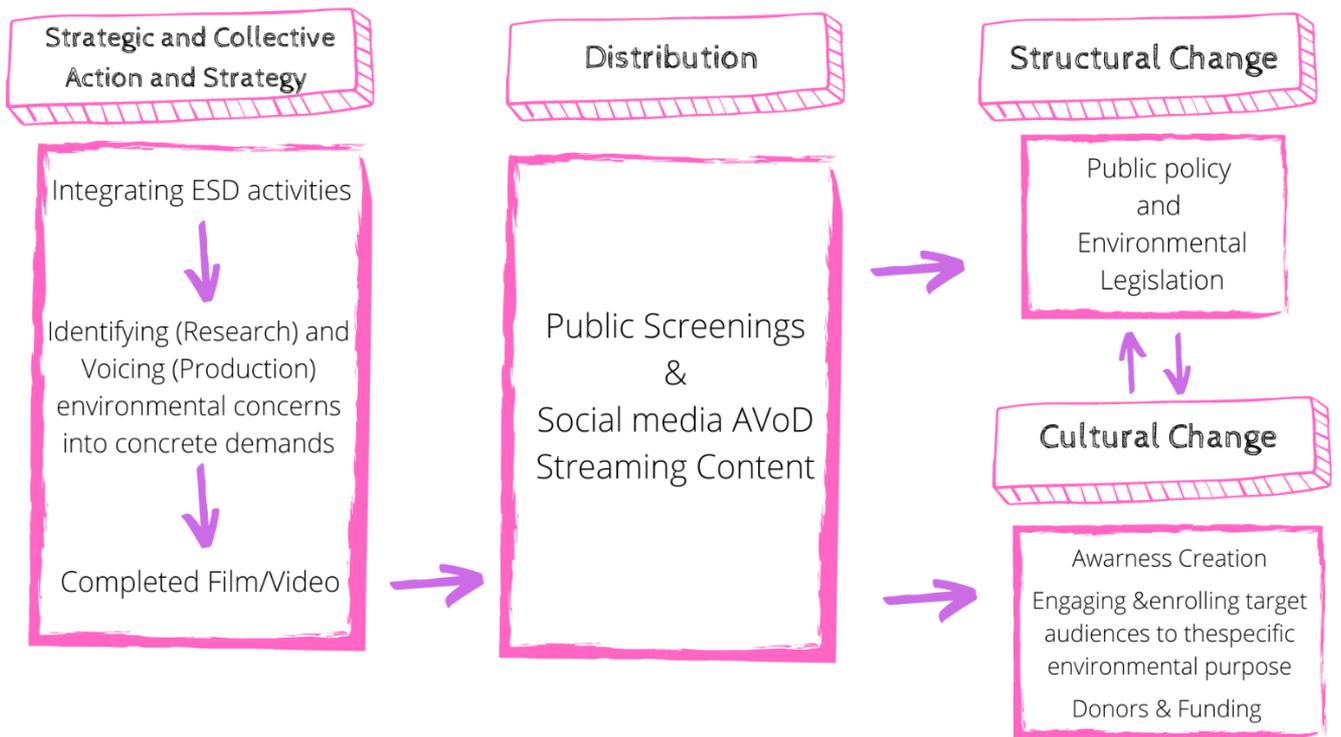
Etapa 3 Distribuição

Ao planear a produção final, devem ser consideradas antecipadamente diferentes formas de distribuição:

- As redes sociais e o AVoD (vídeo publicitário a pedido): Considere a possibilidade de os utilizar para dar a conhecer a sua iniciativa e angariar fundos de crowdfunding, mas faça-o da forma correcta. De um modo geral, as publicações nas redes sociais (incluindo vídeos e filmes) competem pela nossa atenção num mar de outros conteúdos, e uma pessoa passa, em média, apenas dois segundos num sítio Web ou numa publicação antes de passar para a seguinte. Por isso, tente mantê-las curtas mas eficazes e lembre-se de envolver o seu público de forma consistente, promovendo um espírito de interação entre os potenciais seguidores.
- Festivais: apesar da sua natureza mais formal e exclusiva, os festivais de cinema continuam a ser fundamentais para a transformação ecológica: quer como centros comunitários que ligam públicos, realizadores e organizações decididamente activistas, quer como plataforma de distribuição sustentável, inspirando e desafiando o público através da definição de agendas.

Etapa 4 Impacto esperado:

Uma campanha de comunicação ambiental estrategicamente bem sucedida é contagiosa. Motiva e envolve um público mais vasto para que se envolva na questão específica que está a ser comunicada. Por exemplo, para tomar medidas e normalizar o empenhamento num novo conjunto de práticas respeitadoras do ambiente (Oepen et al., 1999), o que, por sua vez, mobilizará o público em geral (mudança cultural) e assegurará a cooperação dos decisores (mudança estrutural).



Bibliografia

- Barton, M. A., e Gagnon-Thompson, S. C. (1994). Ecocentric and anthropocentric attitudes towards the environment" [Atitudes ecocêntricas e antropocêntricas em relação ao ambiente]. *Journal of Environmental Psychology*, 14(2), 149-157.
- Bozak, Nadia. (2012) *The Cinematic Footprint: Lights, Camera, Natural Resources [A Pegada Cinematográfica: Luzes, Câmera, Recursos Naturais]*. Rutgers University Press.
- Flint, R. W. (2013). *A prática do desenvolvimento comunitário sustentável - um quadro participativo para a mudança*. Springer New York.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. Sage.
- Mefalopulos, P. (2008). *Handbook of developmental communication: Expanding the frontiers of communication*. Banco Mundial.
- Mishra, S. (2018). 'O mundo na sala de aula: Usando o filme como ferramenta pedagógica'. *Diálogo sobre Educação Contemporânea*, 15(1), 111-116.
- Newig, J., Schulz, D., Fischer, D., Hetze, K., Laws, N., Lüdecke, G., & Rieckmann, M. (2013). 'Comunicação de sustentabilidade: Perspectivas conceptuais e exploração de subsistemas sociais'. *Sustainability*, 5(7), 2976-2990.
- Nichols, B. (2001). *Introduction to documentary film*. Bloomington & Indianapolis, Indiana: Indiana University Press.
- Wagh, T., MB Baker, E. Winton (2010), *Challenge for change: activist documentary at the National Film Board of Canada*. Montreal, McGill Queens University Press.
- Willoquet-Maricondi, P. (2017), *Framing the World: Explorations in Ecocriticism and Film*. Charlottesville, University of Virginia Press.
- Plush, T. (2013), "Fostering social change through participatory video: A conceptual framework", *Development Bulletin*, No. 75 (Challenges for participatory development in contemporary development practice), 55-58.
- UNESCO (2005), *Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável 2005-2014*, Projeto de Plano de Implementação Internacional. Paris: UNESCO.
- Assembleia Geral das Nações Unidas (2015), *Transformar o nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*, 21 de outubro de 2015, A/RES/70/1. Retirado em 19-10-2021, https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf

Ler mais:

- Corbett, J. B. (2006). *Comunicar a natureza: How we create and understand environmental messages*. Island Press.
- Jenkins, Henry. et al. (2016). *By Any Media Necessary: The New Youth Activism*. NY: Imprensa da Universidade de Nova Iorque.
- Karmasin, M., & Voci, D. (2021). 'O papel da sustentabilidade nos programas de estudos de mídia e comunicação em toda a Europa'. *Revista Internacional de Sustentabilidade no Ensino Superior*, 22(8), 42-68.

2.

Contar histórias

2.1 Acender uma lâmpada: a importância de uma ideia

Quando se pensa na fase de desenvolvimento do enredo de um filme, na maioria dos casos, imagina-se provavelmente a escrita de um guião totalmente acabado. Na realidade, porém, o guião é o resultado final de um longo processo de reflexão, reescrita e aperfeiçoamento. Durante a realização de um filme, gasta-se muito mais tempo nas fases de conceção, tratamento e storyboarding do que na escrita do próprio guião. O caminho que leva ao guião acabado começa muito antes, com uma pequena (mas significativa) faísca: a **ideia**.

Isto é particularmente importante se quiser criar curtas-metragens ou vídeos para determinadas redes sociais (TikTok, Youtube, etc.) em vez de um filme completo ou uma série de televisão. As curtas-metragens e as longas-metragens têm um formato diferente e, por isso mesmo, funcionam segundo uma lógica diferente. Numa curta-metragem, devido à sua curta duração, a atenção do espetador está muito concentrada e todos os elementos serão de grande importância. Isto tem duas consequências principais:

- Por um lado, são muito poucos os elementos que podem ser utilizados para evocar toda a história.
- Por outro lado, é preciso ter muito cuidado na conceção de cada elemento, porque o espetador tenderá a atribuir-lhe um significado.

Porque é que tudo gira em torno da ideia? Porque, enquanto numa longa-metragem ou numa série de televisão a ideia pode não ser o mais importante (porque constitui uma boa promessa dramática e um bom **argumento para o** filme), numa curta-metragem a ideia é tudo, incorpora a força de todo o filme. Se a ideia for forte e precisa, será mais adequada para uma curta-metragem. Se, pelo contrário, o ponto forte for o enredo, a profundidade ou a transformação das personagens, ou a força do mundo narrativo, talvez seja melhor dedicar mais espaço a estes elementos, desenvolvendo-os numa longa-metragem.

É difícil reconhecer a faísca que gera uma ideia. Pode não ter ainda a forma de uma história, mas pode ser simplesmente uma imagem (ou uma sequência de imagens), uma atmosfera, um sabor, uma impressão, uma situação ou uma crença. Por conseguinte, encontrar uma ideia a partir do nada pode ser uma tarefa muito difícil. Felizmente, como se sabe, nada se cria a partir do nada e as ideias para o filme que está a planear realizar não são exceção. De facto, as ideias vêm das histórias que nos rodeiam:

- Das histórias vividas por si.
- Das histórias das pessoas que o rodeiam.
- A partir de histórias encontradas em artigos de jornais, em linha e nas redes sociais.
- A partir de histórias que vivenciou em livros ou noutros filmes.

As boas ideias podem vir de qualquer lado e de qualquer coisa. O que é importante numa ideia é que ela deve ressoar consigo de alguma forma, "tocando um acorde" dentro de si. Claro que identificar o "acorde" de uma ideia pode ser uma tarefa assustadora, mas felizmente há vários pontos de partida a considerar. Alguns deles são mais práticos, como o orçamento disponível (ou seja, quanto é que posso

gastar na produção do meu filme?) e as competências necessárias para realizar o filme. Outros são mais intangíveis e estão relacionados com o objetivo final do filme (educar, entreter, etc.) e com as orientações iniciais. Uma vez considerados estes parâmetros importantes, podemos começar a desenvolver ideias relacionadas com o objetivo. Nesta fase, o processo de escrita consiste em organizar as ideias e reduzir o caos dos vários contributos e possibilidades que provavelmente tem em mente. Existem muitos métodos de recolha e organização de ideias, e o leitor é livre de os combinar da forma que melhor lhe convier.

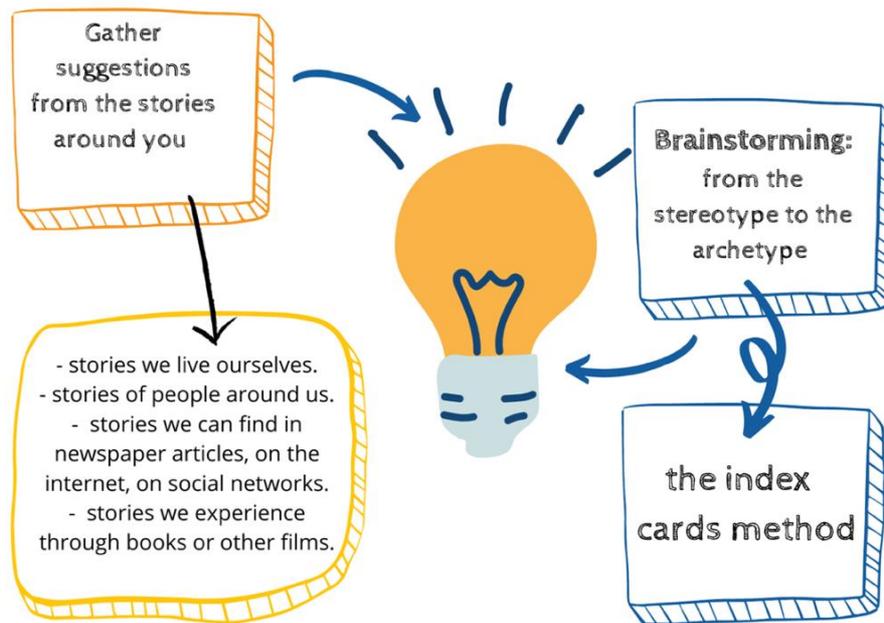
Pode começar por organizar **uma sessão de "brainstorming"**. Normalmente, esta é uma atividade de grupo, mas também pode ser feita individualmente. Basta começar a considerar todas as associações mentais associadas à ideia: experiências reais, histórias de ficção e, claro, **estereótipos** e hábitos comuns. De facto, ao criar uma ideia para um filme, deve ter sempre em conta o que os outros disseram sobre o mesmo assunto. A este respeito, os clichés narrativos, temáticos e socioculturais não devem ser evitados, mas sim evocados e, por vezes, utilizados como trampolim para criar algo novo e original: os estereótipos são pontos de partida úteis, embora nunca devam ser considerados como o objetivo final. Além disso, podem ser úteis como forma de descobrir **arquétipos**, ou seja, experiências humanas universalmente válidas que, quando encarnadas em personagens e acontecimentos, tornam um filme capaz de apelar a pessoas de todo o mundo.

Uma vez recolhidas as ideias do brainstorming, estas podem ser visualizadas e concretizadas utilizando o **método dos cartões de índice**.

Os cartões de índice, também conhecidos como cartões de notas ou fichas, são uma forma colorida e fluida de organizar os pensamentos e ajudar as ideias a emergir e a ligarem-se umas às outras. As notas em cada cartão podem ser curtas ou mais extensas e conter todo o tipo de informação sobre ideias, histórias, cenas, personagens e assim por diante. Não importa se parece caótico: todo o processo de escrita é uma forma de passar do caos (muitas ideias) para a ordem (decidir sobre uma história). Colocar os cartões numa mesa ou colá-los num quadro e movê-los ajudará a mente a estabelecer associações mais facilmente, abrindo assim o caminho para construir o guião e imaginar o filme.

→ Dica prática: o método dos cartões de índice também pode ser utilizado noutras fases do processo de escrita, não apenas para desenvolver ideias iniciais. Por exemplo, pode ser utilizado quando é necessário colocar certas cenas numa sequência ou refinar a identidade de uma personagem.

Uma vez encontrados determinados elementos-chave (por exemplo, um tema, uma personagem ou uma situação), a história começa a tomar forma.



2.2 Pela toca do coelho: entrar no enredo do filme

Uma vez estabelecida a ideia, o segundo passo é transformá-la em algo mais estruturado e pormenorizado: uma história. Nesta fase, somos como a Alice que, depois de ver o Coelho Branco (a nossa ideia inicial), decide segui-lo na sua toca, entrando num país das maravilhas que termina num cenário. Mas, primeiro, temos de refletir sobre a nossa ideia mal cozinhada e pensar em como a "cozinhar" para a transformar numa história.

Esta fase pode ter uma duração variável, dependendo do projeto específico. No caso de uma longa-metragem ou de uma série de televisão, pode demorar meses ou mesmo anos. No entanto, no caso das curtas-metragens, como a ideia é normalmente mais precisa e concisa, esta fase pode ser mais curta. O que importa em ambos os casos é que precisamos de dedicar algum tempo a construir uma história bem construída, uma narrativa que funcione e se adeque aos nossos objectivos de comunicação.

É claro que construir uma história convincente não é assim tão fácil, principalmente porque podemos não ter uma ideia clara sobre o que é a nossa história e quais devem ser os seus elementos constitutivos. Pode começar por escrever um *logline*, que é um resumo de uma ou duas frases de toda a história que decidiu contar. De seguida, deve desenvolver este núcleo narrativo numa estrutura narrativa. Mas como transformar a sua ideia numa história completa, como passar de um logline para um guião bem definido? Bem, isso pode ser difícil. Como escreveu Robert McKee (1997), "a ideia para uma história é como a ideia para uma música. Ouvimos melodias durante toda a nossa vida. Podemos dançar e cantar com elas. Pensamos que compreendemos a música até tentarmos compô-la, e o que sai do piano assusta o gato." Felizmente, é possível contar com algumas dicas e fórmulas para criar e gerir uma história. Para sermos justos, é importante lembrar que todas as sugestões, prescrições e procedimentos que encontramos nos manuais de escrita de argumentos (mesmo este!) são modelos *a posteriori*; prescrições derivadas da análise de muitos exemplos de sucesso. No entanto, as regras e princípios abstractos que contêm podem fornecer uma base sólida para construir o conhecimento necessário para expressar a sua história e tecer um conto. E talvez, de uma forma bem elaborada, uma história em que todos os seus elementos (personagens, desenvolvimento, acontecimentos, cenário, género narrativo e ideia) se fundem numa unidade harmoniosa.

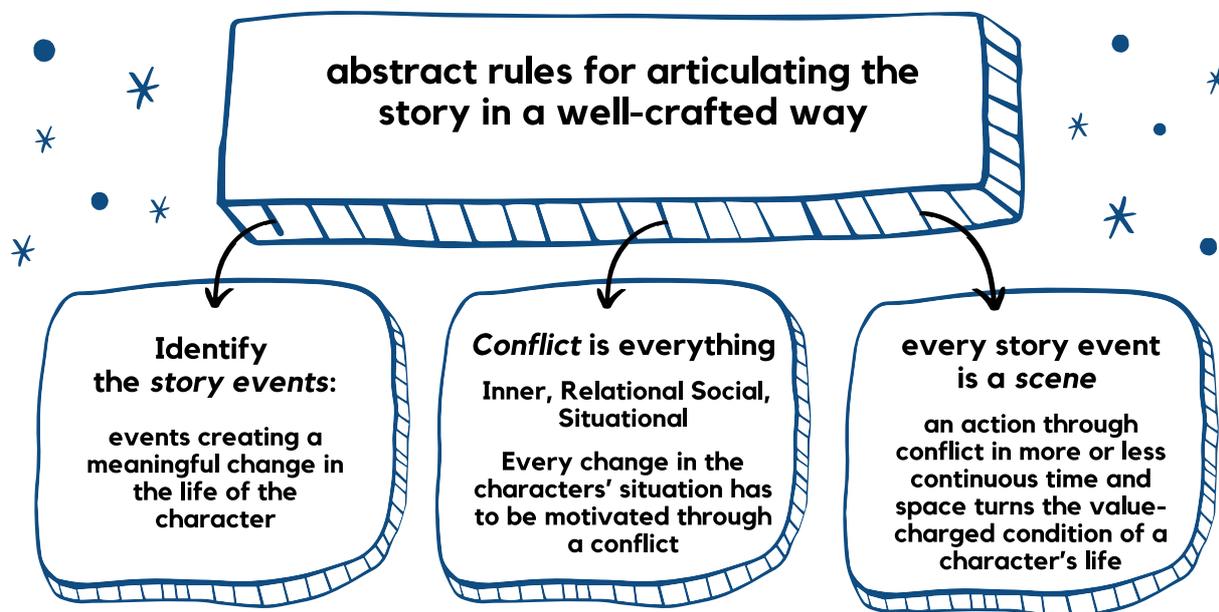
- 1) O primeiro princípio da estruturação de uma história é a **identificação dos acontecimentos**. De um modo geral, um acontecimento significa uma mudança (aconteceu a alguém ou a alguma coisa). Os acontecimentos ficcionais não são triviais, mas sim mudanças significativas. Como afirma Mckee, "UM EVENTO FABULOSO cria uma mudança significativa na situação de vida de uma personagem" (1997, p. 33), que diz respeito a certos valores, ou seja, características universais da experiência humana (amor, ódio, raiva, medo, etc.).

- 2) Para conseguir acontecimentos numa história, é necessário criar CONFLITO. De facto, o segundo princípio que precisa de aprender ao transformar a sua ideia numa história bem contada é: "**o conflito é tudo**". O conflito é uma condição necessária (embora nem sempre suficiente) para criar uma história. Não se pode ter uma história sem conflito. Um evento de uma história é criado como resultado de um conflito, que pode ocorrer a vários níveis:
 - **Interno**: o conflito tem lugar no interior da personagem, entre traços psicológicos contraditórios. Neste caso, o protagonista é também o seu próprio antagonista.
 - **Relacional**: o conflito clássico entre um protagonista e uma ou mais personagens. Este é um tipo de conflito comum e flexível, e é um elemento básico das histórias de amor, bem como das histórias de detectives ou thrillers. Neste caso, o conflito também pode ser a personagem oposta, o **antagonista**.
 - **Sociais**: conflitos em que uma personagem entra em conflito com um sistema ou instituição social, moral e/ou jurídico mais vasto.
 - **Situacional**: situações extremas em que o conflito é uma luta pela sobrevivência (por exemplo, todos os filmes de catástrofes).

Não é importante classificar o tipo de conflito, mas é importante que ele esteja presente. Se a sua história parece fraca, a razão pode ser o facto de o conflito não estar bem definido ou mesmo ausente. Qualquer mudança na situação das personagens tem de ser motivada pelo conflito que conduz a história.

- 3) Sempre que há um conflito que altera a situação das personagens e os seus valores, estamos perante uma CENA. O terceiro princípio relativo à estrutura da nossa história é que **cada acontecimento do enredo é uma cena**. Podemos definir uma cena como "uma ação através de um conflito, num tempo e espaço mais ou menos contínuos, que altera o estado carregado de valores da vida de uma personagem" (Mckee 1997, 36). Se o estado ou os valores de uma personagem não mudam de uma cena para outra, se não aconteceu nada de significativo a essa personagem, então é a ausência de um acontecimento, e então não podemos ter uma cena. Como é que identificamos um acontecimento significativo? A resposta mais simples é: pelo facto de não poder ser deslocado. Os acontecimentos aleatórios e desnecessários são aqueles que podem ser deslocados de forma consistente de um ponto para outro da história. Uma boa história é aquela em que os acontecimentos não podem ser deslocados: cada cena tem uma função estrutural.

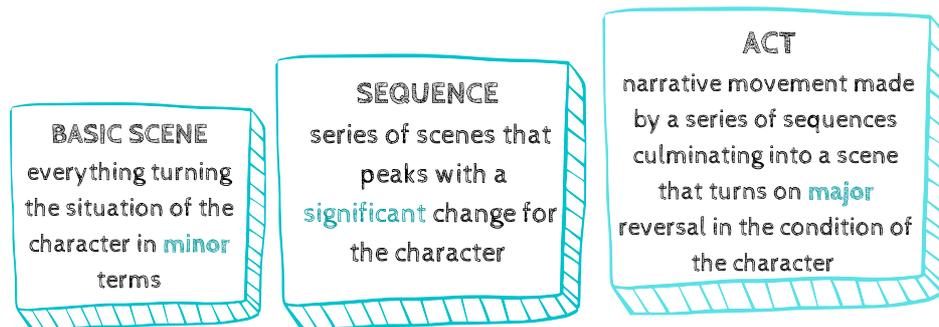
Getting to the Core of a Story



Uma cena é a primeira unidade na concepção de uma história. Cada cena altera de alguma forma a situação de uma personagem. Enquanto algumas cenas introduzem modificações menores ou insignificantes, outras são mais poderosas e a mudança que provocam tem um maior impacto na história. A cena que introduz uma mudança poderosa na história é a que constitui o clímax da sequência.

Uma SEQUÊNCIA é uma série de cenas que culminam numa mudança significativa. Constitui uma unidade narrativa distinta, geralmente ligada por uma unidade de lugar ou de tempo. As sequências, no seu conjunto, representam as etapas da viagem que o protagonista empreende para atingir o seu objetivo. Esta viagem é a configuração básica da história e é convencionalmente dividida em três partes principais ou, melhor dito, em três actos.

Um ACTO é um movimento narrativo realizado através de uma série de sequências, culminando numa cena que altera o estado das personagens e os seus valores. **A diferença entre a cena de base, a cena que termina a sequência e a cena que termina o ato é o grau de impacto que a mudança tem na personagem** (na sua vida interior, na sua relação com outras personagens e com o mundo, etc.).



2.2.1 Estrutura dos três actos

Desde o tempo de Aristóteles, a forma convencional de construir a história tem sido a de criar três momentos distintos. Como Linda Seger sintetiza de forma muito bonita:

"A composição dramática, quase desde o início do teatro, tem tendido para uma estrutura de três actos. Quer se trate de uma tragédia grega, de uma peça de Shakespeare em cinco actos, de uma série televisiva dramática em quatro actos ou de um filme da semana em sete actos, continuamos a ver a estrutura básica de três actos: princípio, meio e fim - ou o cenário da história no primeiro ato, o desenvolvimento da história no segundo ato e a construção de um clímax e resolução no terceiro ato" (2010, p. 62).

Simplificando, a estrutura de três actos é composta por três fases: preparação, desenvolvimento (por vezes chamado confronto) e resolução. Cada uma delas tem um objetivo específico: a primeira é a orientação, a segunda o impulso e a última a clarificação.

O primeiro ato corresponde a uma introdução à história. Nesta parte, tens de criar e explicar as coordenadas básicas da história: quem é o protagonista? Quem são as personagens principais? Qual é o contexto? Onde se desenrola a ação? Quando é que ela se desenrola? Qual é o género do filme (comédia, drama, ficção científica, terror, aventura, thriller ou uma combinação destes)? Na maioria dos filmes, o público precisa de ver alguns minutos de contexto antes de qualquer coisa acontecer, para que tenha a oportunidade de entrar no mundo da história e de se orientar. A informação é essencial para que o público se familiarize com a história, as suas personagens e as suas vidas antes do momento em que a história começa.

Uma boa história, para ser interessante do princípio ao fim, recorre a reviravoltas e pontos de viragem excitantes e imprevisíveis que:

- leva a ação em novas direcções
- exigem as decisões e os esforços do protagonista
- aumentar a taxa
- atrair a atenção do público

Há dois pontos de viragem no enredo que devem ter lugar para manter a ação em movimento. Um destes dois pontos situa-se entre o primeiro e o segundo actos e é designado por INCIDENTE INICIADOR: é o acontecimento que coloca a personagem ou personagens principais na sua viagem ao longo da narrativa. É necessário para passar do contexto à história e pôr a narrativa em movimento. Por exemplo, em *O Senhor dos Anéis* (2001), Frodo encontra o anel e deixa a sua casa no Condado para cumprir a sua

missão (lançar o anel na Montanha da Perdição): trata-se de um incidente libertador, um acontecimento catalisador que estabelece o conflito principal e impulsiona a história.

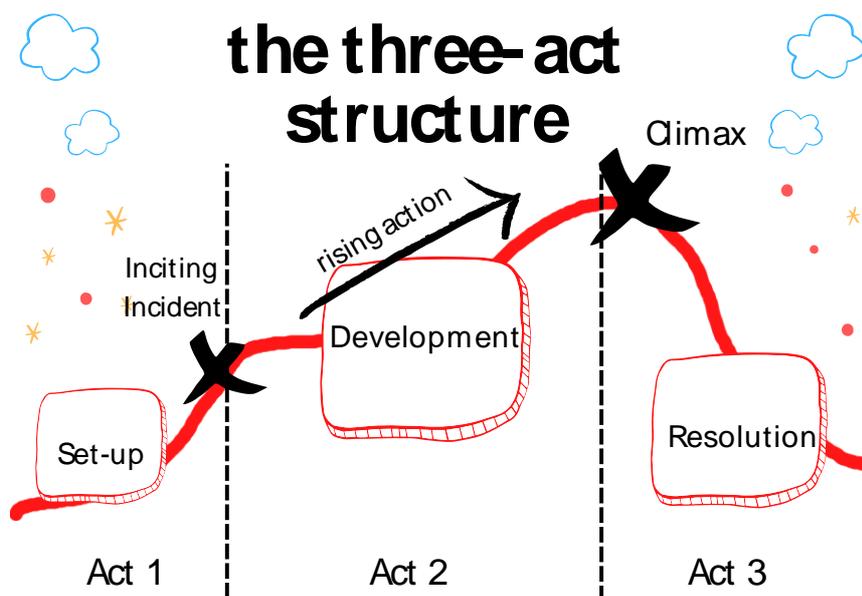
O incidente inicial introduz o público no **segundo ato**, correspondente ao DESENVOLVIMENTO. Começa quando o protagonista, após o incidente inicial, não pode voltar atrás, mas tem de avançar para "enfrentar" os desafios e obstáculos que aumentam à medida que a história avança. Isto representa o desenvolvimento da história.

O segundo ato pode ser utilizado para:

- **Conhecer as personagens secundárias.**
Estas personagens são importantes para revelar os defeitos da personagem, mostrar as suas interações com os outros ou simplesmente tornar a sua vida mais difícil.
- **Criando mais problemas.**
O personagem principal tem um objetivo a atingir e cabe-te a ti, enquanto criador da história, dificultar o caminho do herói até ao objetivo. Depois, no segundo ato, tens de acrescentar dificuldades, obstáculos e conflitos que impeçam o personagem principal de alcançar o que pretende.
- **Desenvolver as lutas internas das personagens.**

Os conflitos e as complicações das personagens na sua viagem não devem ser apenas físicos ou externos, mas também psicológicos e emocionais.

No final do segundo ato, o segundo ponto de viragem muda novamente a ação, levando a história firmemente para o **terceiro ato**. Por vezes, o segundo ponto de viragem consiste em (1) um momento negro seguido de (2) uma reação da personagem principal. Este ponto de viragem não só empurra o enredo numa nova direção, mas também lhe dá um impulso, acelerando a ação e empurrando a história para a sua conclusão. De facto, o terceiro ato implica a RESOLUÇÃO da história. Neste ato, tem lugar o PONTO DE CULMINAÇÃO da história, a sua grande conclusão e o momento de máxima tensão emocional. O herói obtém o seu objeto precioso, o vilão é (normalmente) derrotado e é tempo de regressar a casa.



A estrutura aristotélica é a forma narrativa mais comum nas longas-metragens, mas a situação pode ser ligeiramente diferente se estiver a pensar em fazer uma **curta-metragem**.

- As curtas-metragens utilizam frequentemente uma forma circular. Trata-se de uma estrutura simples, mas que proporciona ordem e unidade. Se se adequar à sua história, utilize-a.
- As curtas-metragens utilizam frequentemente um mecanismo baseado numa inversão exacta da situação. Neste caso, o conflito desenrola-se sobretudo contra o espectador. Esta é também uma estrutura clássica que pode ser utilizada.
- Muitas curtas-metragens dependem de uma reviravolta final. No entanto, é preciso ter cuidado para não confiar demasiado no efeito surpresa. Em primeiro lugar, o público, especialmente o das curtas-metragens, é muito astuto e está à espera. Por isso, ou o efeito surpresa é magistralmente trabalhado e cria um verdadeiro choque, ou certifique-se de que a eficácia da curta-metragem não depende apenas da força da reviravolta final.

As curtas-metragens são frequentemente vistas, devido à sua curta duração, como o reino do "vale tudo", como se não fosse necessário um verdadeiro significado ou uma história. Isto não é verdade e é possível criar histórias com significado mesmo em filmes muito curtos. Para o fazer, pode contar com algumas dicas:

- **Preparação/pay-off:** A preparação (set-up) é útil para evitar baixas e os acontecimentos são vistos como "deus ex machina", ou seja, caídos do céu diretamente pela vontade do Deus-autor. Quando se recolhe informação (pay-off), percebe-se que há um sentido global, devido ao facto de os acontecimentos terem sido preparados com pistas ou premissas.
- **Ironia dramática:** é um tipo de conflito muito interessante, que se baseia no facto de o espectador ter informações que pelo menos uma das personagens envolvidas na cena não tem. Esta ignorância conduz não só a uma situação de conflito, que é útil do ponto de vista dramático, mas também à tensão, à tragédia, ao patético.... A ironia dramática agrada ao público porque o coloca numa posição de superioridade cognitiva sobre as personagens, o que não é possível na vida real.
- **Suspense e twist:** o twist é quando duas pessoas estão sentadas à mesa a conversar e, de repente, rebenta uma bomba. O suspense é mais como quando vemos duas pessoas sentadas à mesa a conversar e sabemos que há uma bomba debaixo da mesa. A vantagem do suspense é o suspense, a vantagem da reviravolta é a surpresa.

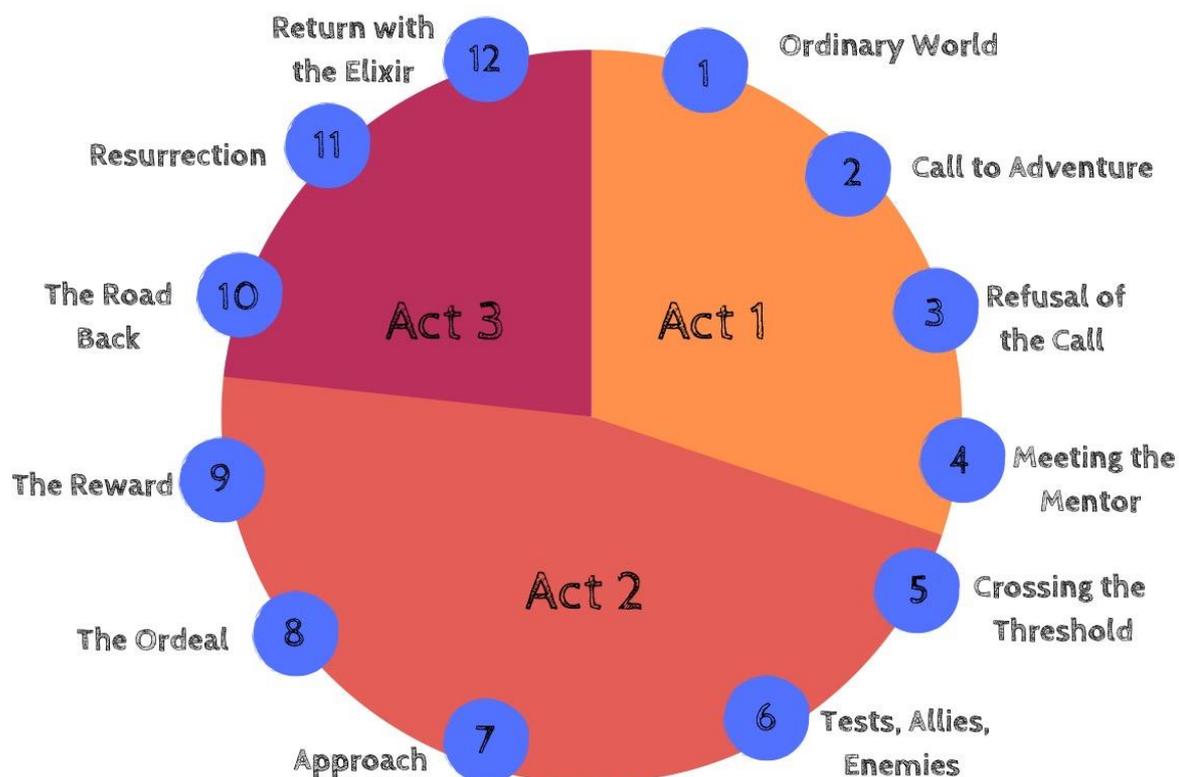
2.2.2 Introduzir o herói na viagem

A estrutura em três actos também pode ser vista do ponto de vista da personagem principal. O "arco da personagem" foi descrito por Chis Vogler (com base no trabalho de Joseph Campbell), analisando uma estrutura narrativa típica comum a todas as histórias, a que chama a "viagem do herói". Nesta viagem, o arquétipo conhecido como o Herói parte, empreende uma missão e, ultrapassando uma crise decisiva, realiza grandes feitos e regressa a casa transformado. Esta viagem divide-se em doze etapas:

1. MUNDO ORIGINAL. (set up): o protagonista está inserido no seu ambiente, que se encontra em equilíbrio.
2. UM APELO À AVENTURA. Algo perturba a situação e destrói o equilíbrio, quer seja devido

a forças exteriores, quer seja devido a uma dinâmica íntima e psicológica que brota das profundezas da alma.

3. REJEITAR O CHAMAMENTO. O protagonista sente medo do desconhecido e tenta afastar-se da aventura. Para ser um herói, o nosso protagonista tem de lutar por algo e fugir de outra coisa: ou seja, para simplificar, tem um desejo (de alcançar algo, de ser alguém, etc.) e um medo de não conseguir realizar o seu desejo. O enredo é concebido para criar acontecimentos que dificultam ou apoiam o seu desejo, levando-o a fazer escolhas que o aproximam da sua "zona de perigo", que é o tema de toda a história.
4. ENCONTRO COM UM MENTOR. O protagonista conhece alguém que o ajuda a ultrapassar os seus medos e a iniciar a sua viagem
5. ATRAVESSAR UM LIMIAR. No final do primeiro ato, o protagonista deixa o mundo comum e entra num novo território ou condições (o mundo extraordinário/especial), com regras e valores inexperientes.
6. TESTES, ALIADOS E INIMIGOS. No segundo ato, o protagonista é testado por certos desafios (que também podem ser personificados por inimigos) e encontra novos amigos/aliados para o ajudar.
7. O RESULTADO. A ação começa quando o protagonista, juntamente com os seus novos aliados, se prepara para o seu principal desafio contra o antagonista.
8. A DURA PROVA. O herói confronta o antagonista ou enfrenta o seu maior medo. A partir do momento da morte, nasce uma nova vida.
9. PRÉMIO. O herói toma posse de um objeto valioso e festeja com os amigos.
10. O CAMINHO DE VOLTA. A cerca de três quartos da história, o protagonista termina a aventura deixando o mundo extraordinário, mas o antagonista não está completamente derrotado e volta a atacar.
11. RESSURREIÇÃO. No clímax, o herói é novamente posto à prova. Ocorre outro momento de morte e renascimento, e o herói está finalmente transformado: superou os seus medos e alcançou o objeto do seu desejo. As polaridades que alteraram o equilíbrio inicial do mundo comum são resolvidas.
12. REGRESSO COM O ELIXIR. O herói, mudado e enriquecido, regressa a casa ou embarca numa nova aventura.



2.3 As coisas estão a melhorar: da história ao guião

Depois de ter a espinha dorsal da sua história (definir o ambiente, criar as personagens, colocar os conflitos, moldar a sua "aventura", etc.), o passo seguinte na escrita de argumentos é preencher esta estrutura básica, tornando a sua história mais convincente, mais real.

2.3.1 Investigação e desenvolvimento

A sua história basear-se-á em algo que conhece, mas à medida que a escreve e desenvolve, pode descobrir que surgem questões e que precisa de mais informações. Talvez as suas personagens se passem num determinado ambiente de trabalho (hospital, escola, tribunal, etc.) e precise de conhecer as regras desses locais de trabalho; talvez as suas personagens tenham de lidar com determinados assuntos (direito, história, matemática, etc.) e se aperceba de que não sabe o suficiente sobre eles. É muito importante fazer uma pesquisa sobre os temas específicos que a sua história aborda, caso contrário, corre o risco de a tornar incoerente. Todas as histórias têm uma lógica interna que precisa de fazer sentido. Por exemplo: se está a escrever uma história sobre um médico e não sabe nada sobre anatomia, é melhor fazer uma pesquisa, porque um médico que confunde um pulmão com um fígado não é muito credível, e a sua história também não!

A investigação pode ser efectuada de várias formas:

- Pesquisa na biblioteca: consulta de livros, artigos, diários e jornais e consulta de bibliotecários para obter outros recursos. Também pode utilizar ferramentas digitais como o Google, as redes sociais,

sítios Web ou outras fontes que o ajudem a saber mais sobre um tema.

- Investigação no terreno: ir a um local específico e falar com as pessoas diretamente envolvidas. Por exemplo, pessoas que viveram um determinado acontecimento histórico e que podem ajudar a recolher factos e memórias.

Fazer pesquisa suficiente e desenvolver a história para a tornar mais credível tem consequências importantes para todo o cenário, uma vez que a pesquisa determina o vocabulário das personagens e a forma como se relacionam entre si e com o mundo da história. Lembre-se: um mundo de história coerente ajuda-o a organizar os seus pensamentos e a comunicar a sua ideia e ponto de vista de forma mais eficaz.

2.3.2 *Narração visual*

No processo de escrita do guião, é importante considerar que contar uma história através da linguagem cinematográfica significa combinar imagens, som e palavras. É importante compreender como transmitir a sua ideia através da ação e das imagens, ao mesmo tempo que utiliza o diálogo.

A primeira regra básica que devemos recordar é mostrar, não dizer!

Num filme, não há lugar para descrições ricas e chulas dos estados emocionais e dos pensamentos das personagens. Os estados interiores, as opiniões, os planos e as reflexões das personagens não podem ser simplesmente escritos no papel, como num romance, mas devem ser mostrados através das acções realizadas pelas personagens. As histórias cinematográficas são sobretudo histórias visuais, e o mundo interior deve ser dramatizado. Isto significa que tudo tem de ser mostrado através dos movimentos e palavras dos actores, contados através de imagens e diálogos: sempre que imaginar que a sua personagem está a pensar em algo, tem de a fazer fazer algo que expresse esse sentimento/pensamento. Pode ser uma ação física ou algo que digam a alguém ou mesmo a si próprios (utilizando a técnica de **voiceover**).

Por exemplo, na sua história, o seu protagonista, Marc, está secretamente apaixonado por uma colega de turma, Jenny, e sempre que se encontram, especialmente quando ela sorri, ele fica embaraçado, comporta-se de forma estranha e acaba por dizer algo inapropriado, fazendo figura de parvo.

Como contar a história visualmente? Como fazer com que o público compreenda a situação, os sentimentos de Marc por Jenny e as suas reacções quando a vê?

- Através da ação:
Quando Marc vê Jenny, fica paralisado, começa a suar, balança-se nos calcanhares e fica corado quando ela lhe sorri.
- Através de diálogos:
Jenny aproxima-se, sorrindo para Marc, e ele, com uma expressão sonhadora no rosto, começa a falar sozinho, dizendo: "Oh meu Deus, ela está a chegar! Ela é tão bonita... Adoro a maneira como ela sorri. Espero que desta vez consiga dizer alguma coisa que não pareça completamente estúpida".
- Através de acções e diálogos

Conselhos práticos →

- Quando escrever diálogos, pense na forma como as pessoas falam (se falarem calão, utilize-o).
- Evitar o aparecimento de personagens a fazer um discurso.
- Os diálogos devem ser naturais. Se soarem forçados, desconhecidos e estranhos, reescreva-os.

2.3.3 Concretizar a história: Rumo à escrita de guiões

Agora tem uma ideia, uma história com personagens e conflitos e uma estrutura narrativa. O que é que se segue?

A fase seguinte consiste em concretizar todo o material num cenário. Embora todos saibam como é o guião - mais ou menos - presta-se menos atenção às fases intermédias que culminam no guião.

A primeira fase é (do inglês - *nota do tradutor*) **SUBJECT**

Assunto é um termo bastante geral para a forma escrita que evoca e descreve a ideia, a essência do filme. No caso de uma curta-metragem, pode ser uma página, uma página e meia, ou mesmo menos de uma página, se se tiver concentrado muito bem na mensagem do filme. Quanto à sua estrutura, deve evocar tanto quanto possível o estilo, o tom, os efeitos e a atmosfera de todo o filme: se o filme evoca o riso, o *tema*, se possível, também deve evocar o riso; se a reviravolta pretende surpreendê-lo no filme, também deve ficar surpreendido ao ler o *tema*.

O *tema* é geralmente escrito no tempo presente e da forma mais simples possível: não diga "Vamos ver x, que...", a menos que seja necessário para compreender algo relacionado com o enredo e uma forma privilegiada de transmitir a ideia do filme sem o explicar.

A estrutura em três actos ou, pelo menos, os pontos de viragem básicos do enredo devem ser realçados. Já não é importante pormenorizar as reviravoltas do enredo, a não ser que sejam fundamentais para compreender o funcionamento geral da história. O mais importante é realçar, tanto quanto possível, a força da ideia e da história que tem em mente.

Eis algumas dicas sobre como escrever uma boa *linha de assunto*:

- Conceitos simples numa forma simples.
- Apresentar a descrição e os pormenores do enredo da forma mais simples possível.
- Reduzir ao mínimo as descrições das personagens.
- Evitar os adornos literários e as referências intelectuais (não são proibidos, mas não devem dominar).
- Resumir o conteúdo do vídeo e concentrar-se no conteúdo.

A segunda fase chama-se (do inglês - *nota do tradutor*) **TREATMENT**.

Trata-se de uma descrição escrita pormenorizada da história e da forma como o filme a vai contar. No *tratamento*, desenha-se o material narrativo e as cenas de acordo com a ordem do *sjuzet*, e não com o *enredo* (ou seja, se estiver a pensar em colocar a última cena no início do filme, nesta fase esta cena deve ser colocada no início do filme, enquanto que na fase anterior, *tema*, estava no fim).

Em seguida, utilizando o *tratamento* como enquadramento, pode ser escrito um **CENÁRIO** totalmente desenvolvido.

É um texto aplicado com o objetivo de realizar um filme e deve ser considerado como tal. Não se trata de um texto artístico propriamente dito e, embora possa ter qualidades estéticas e narrativas, o seu principal objetivo é fornecer todas as informações úteis para aqueles que terão efetivamente de realizar o filme: questões para os actores, legendas para o desenhador de produção e para o figurinista, informações para todos os envolvidos na produção e que têm de definir o orçamento e, evidentemente, todos os elementos necessários ao realizador para filmar as cenas. Deve, portanto, ser um documento muito claro

que, em poucas palavras, evoque tanto a atmosfera que se pretende sugerir no filme como todas as informações técnicas necessárias.

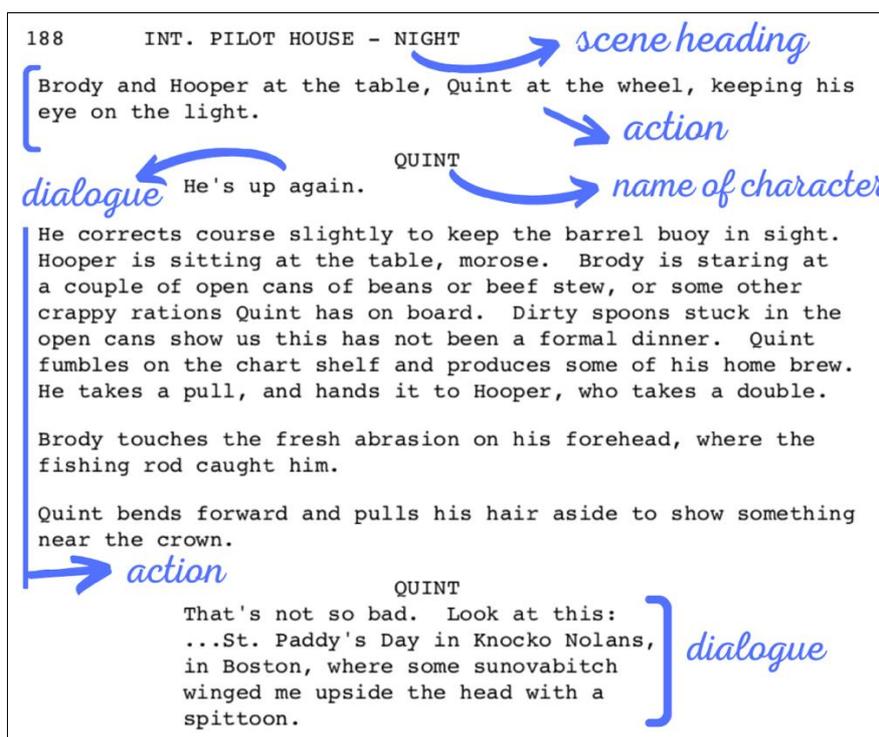
Como escrever um guião:

Não se esqueça de utilizar a apresentação do documento para se fazer entender:

Cabeçalho da cena: onde e quando a cena se desenrola (indica também informações sobre a iluminação e o cenário).

Acções: **descreva** cuidadosamente a ação, quem faz o quê, quando, onde e como.

Personagens: não se esqueça de indicar o nome da personagem antes de começar a escrever as suas falas (diálogo).



Agora que tem um guião, está na altura de começar a planear a filmagem!

GLOSSÁRIO

- Antagonista:** Personagem(ns) que se opõe(m) ao protagonista principal e cria(m) um conflito narrativo ao desafiar, obstruir ou confrontar o(s) personagem(ns) principal(is). O antagonista pode assumir muitas formas, incluindo uma personagem individual, uma força, um grupo de pessoas, uma instituição ou mesmo o lado (negro) do carácter interior do protagonista.
- Arquétipo:** Refere-se a um carácter geral, característica ou configuração que incorpora um exemplo ou modelo com características ideais. Pode ser uma personagem, uma representação ou mesmo um símbolo. Enquanto dispositivo narrativo, um arquétipo é um motivo recorrente nas histórias que representa um padrão universal de comportamento humano.
- Fábula:** Corresponde ao conteúdo temático da história. É a matéria-prima da história, apresentada na sequência em que os acontecimentos são vividos no mundo ficcional.

- Pitch: Um termo utilizado na indústria cinematográfica para descrever o ato de explicar numa frase a ideia básica de um filme.
- Estereótipo: Imagens mentais não refinadas e fixas de indivíduos e grupos sociais baseadas na repetição de certas características físicas e psicológicas (muitas vezes exageradas). Estas crenças convencionalizadas, ancoradas no conhecimento cultural quotidiano, fornecem pontos de referência fundamentais para a construção narrativa de personagens de ficção.
- Sjuzet: Corresponde à ordem cronológica dos acontecimentos na narrativa. É a forma como a história é organizada e como é apresentada ao espetador. Influencia a perceção de causa e efeito do espetador, o seu acesso à informação e, conseqüentemente, a sua experiência de estados emocionais.
- Voz-off: Uma técnica de produção que envolve a gravação da voz para utilização fora do ecrã. Isto ocorre quando os pensamentos do ator são ditos em voz alta, mas a imagem não mostra a boca em movimento do ator. Pode ser utilizada quando um narrador invisível fala por cima das imagens ou para exprimir estados de espírito internos.

Bibliografia:

- Corsi, M. (2022) *Il linguaggio cinematografico. Narrazione, immagine, messinscena, montaggio e sonoro nei film e nelle serie tv*, Milano, Hoepli.
- Mckee, R. (1997), *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*, Nova Iorque, Regan Books.
- Segeer, L. (2010), *Making a Good Script Great*, Los Angeles, Silman-James Pr.
- Vogler, C. (1992), *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*, Michael Wiese Productions.

3.

Filmagem

Até aqui, o argumentista era o "protagonista" da obra. No entanto, a partir deste momento, **o realizador** assume o papel de responsável pela cinematografia e pela execução prática do filme.

3.1 Do guião ao argumento

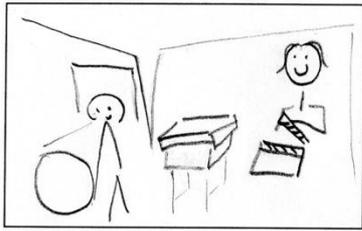
Quando se tem um cenário, é uma boa e prática ideia "visualizá-lo", mapeá-lo na mente e depois colocá-lo "no papel". O resultado desta operação é um **STORYBOARD**. Trata-se de um esquema, plano a plano, que mostra como será o filme em termos de imagens, cenas e sequências, antes de passar à rodagem efectiva das cenas com a câmara. Os storyboards são ferramentas que ajudam o realizador a pensar visualmente sobre a história, pelo que não têm de ser perfeitos e acabados: mesmo esboços básicos podem ajudar a visualizar o filme. Pode utilizar desenhos simples de pessoas, quadrados para casas, círculos para o sol e linhas de estrada. O objetivo essencial não é criar uma obra-prima artística, mas sim uma ferramenta útil para o ajudar a ter uma ideia do aspeto de cada plano.

Para realizar um storyboard, é necessário decidir que informação será incluída na filmagem, que actores aparecerão, o que farão e como filmarão.

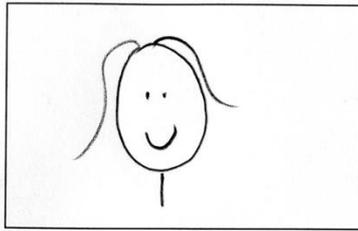
É possível utilizar este modelo de cenário:

		
<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
		
<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>

Eis um exemplo prático de um storyboard:

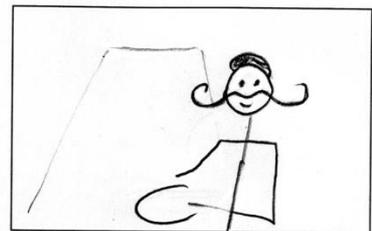


1. Wide shot of both Sarah and Callum illustrating where they are and what the film is about
Props: Megaphone, Clapper board



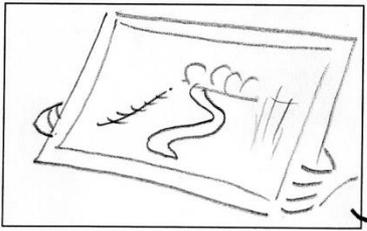
2. Close-up of Sarah speaking directly to camera

Script: Sarah 'one thing you must remember...'

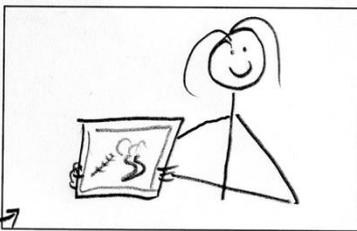


3. Low angle camera pointing up at Callum

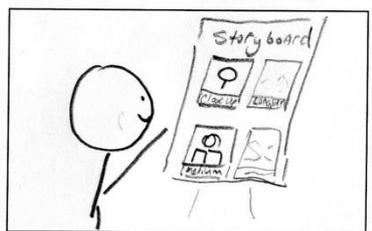
Props: Moustache, Paintbrush
Script: Callum 'Oops! Sarah is right...'



4. Close up of Sarah holding photograph



5. Camera zooms out to a wide shot showing Sarah speaking about using photographs to plan your storyboard.



6. Over shoulder shot of Callum pointing to drawings of different shots that you could try filming.

Também pode utilizar fotografias em vez de desenhos, se for mais conveniente.

Alguns realizadores planeiam cada plano com um storyboard, no qual cada imagem representa exatamente o aspeto que cada plano deve ter. Embora isto não seja uma regra, como recomendação geral, pode dizer-se que quanto mais complexo for o guião, mais preciso deve ser o storyboard. Isto ajudá-lo-á a ser mais eficiente quando estruturar e organizar a sua gravação.

Fazer um guião significa pensar como quer que as filmagens sejam *antes de* chegar ao local no dia da filmagem. É claro que pode sempre fazer alterações, mas ter uma ideia clara do trabalho que terá de fazer com a câmara otimizará o seu tempo.

3.2 Hora de pôr as mãos na massa: preparar o cenário

Uma vez finalizado o guião, o cenário deve ser preparado e as actividades de filmagem organizadas antes do início efetivo das filmagens. A conceção correcta do cenário ajudará a evitar armadilhas comuns e fará com que a filmagem decorra da melhor forma possível.

Há várias chaves para conseguir a cena correcta:

1. Seleção do local

Dependendo do seu projeto, terá de encontrar um local (ou mais do que um) que se adequa às suas necessidades. Depois de escolher o seu cenário, verifique o local onde planeia filmar com antecedência, talvez mais do que uma vez. Quando visitar o local, faça a si próprio as seguintes perguntas:

- Precisa de uma autorização de filmagem?
- Haverá algum custo para filmar no local?
- É possível filmar todas as cenas no mesmo sítio?
- Considera que a iluminação é adequada? Ou será necessário trazer projectores?
- Poderá permanecer no cenário durante um dia ou mais sem interrupções?
- Se tenciona gravar som ao vivo, haverá algum ruído de fundo perturbador?

2. Posicionamento e enquadramento da câmara

Depois de ter escolhido o local, determine a melhor forma de o montar. Considere se tem fontes de energia disponíveis, qual o equipamento de iluminação necessário, os fundos mais adequados e o espaço físico necessário para os movimentos da câmara ou para a coreografia. Além disso, se planear filmar ao ar livre, certifique-se de que tem um plano B em caso de mau tempo!

Terá também de determinar os ângulos certos, os melhores locais para colocar a câmara e testá-la, e procurar problemas visuais (superfícies reflectoras, distrações, flashes, etc.) A melhor forma de o fazer é colocar um objeto ou um voluntário como substituto do local onde os actores estarão (é por isso que precisa de um storyboard!).

3. Design de iluminação

Uma vez montada a câmara, a iluminação tem de ser concebida em conformidade. Lembre-se de ter em conta o ambiente das cenas e posicione as luzes em conformidade, uma vez que podem ser utilizadas para criar significado visual. A luz pode ser natural ou artificial (ou ambas) e deve ter em conta a cor, a temperatura (uma forma de descrever o aspeto da luz fornecida pela lâmpada), o posicionamento dos actores, etc. O principal objetivo é iluminar os objectos e melhorar o ambiente geral da cena.

4. Materiais e adereços

São necessários adereços e materiais adequados para dar autenticidade e contexto às cenas. Estes são essenciais para fornecer as pistas visuais necessárias, ajudando a orientar o público e tornando a história mais coerente de um ponto de vista visual. Por exemplo, se está a planear filmar uma história passada no século XVII, os actores não podem usar calças de ganga e uma t-shirt.

3.3 "*Luzes, câmara, ação!*": Realização do filme

Uma das metáforas mais populares para descrever o trabalho de **um realizador** é a de um maestro. François Truffaut, em *La nuit américaine* (1973), dizia que um realizador é alguém que está constantemente a fazer perguntas, perguntas sobre tudo. Assim, o primeiro papel do realizador é coordenar as diferentes actividades técnicas e artísticas, dando-lhes uma direcção unificada e inevitavelmente "pessoal". Para ser eficaz, o realizador usa a sua imaginação para pensar a história, como deve ser contada e como deve ser o filme. É o realizador que: ajuda a dar forma ao guião (muitas vezes com o argumentista), concebe o storyboard, selecciona a equipa e escolhe os actores (pensando em quem melhor interpretará cada personagem), decide os planos para cada cena, etc. Basicamente, o realizador supervisiona tudo. Cada realizador tem o seu próprio método: alguns estão mais preocupados com os actores do que com os aspectos técnicos, ou vice-versa. No entanto, ambos os aspectos são fundamentais, pelo que os analisaremos em pormenor.

Começemos pelos aspectos técnicos!

3.3.1 Imagem

É importante ter em conta estes factores ao planear a sua sessão fotográfica:



TAMANHO DO TIRO

Que parte da cena está incluída em cada imagem (ver abaixo)



ITEM/ÂNGULO

Onde posicionar a câmara em relação aos motivos? (ver abaixo)



COMPOSIÇÃO
Como posiciona os objectos/coisas na fotografia em relação ao fundo?



LUZ

Qual é a luz e de que lado é que ela cai?



OBJECTIVO

Decida quais os elementos da imagem que devem ser focados.



LINHA DE VISÃO

Considere para onde o ator está a olhar em relação à configuração da cena.



MOVER

Se os objectos se moverem na imagem, planeie a forma como a câmara os seguirá



COR

A cor pode ajudar a contar uma história e a exprimir uma ideia

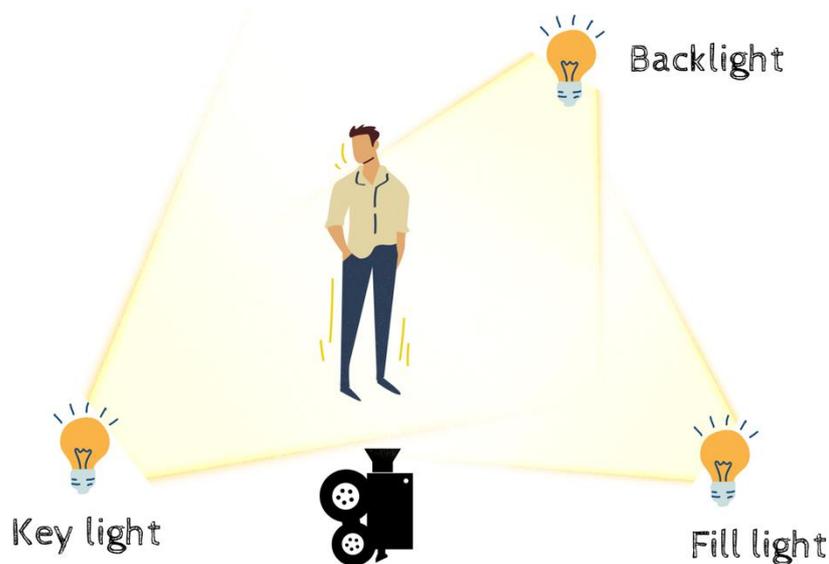
O conceito de luz e **ILUMINAÇÃO** merece uma reflexão mais aprofundada. A fonte de luz que ilumina uma cena pode ser colocada em diferentes posições, dependendo do que está a ser filmado. Mesmo esta escolha não é indiferente ao efeito desejado pelo realizador. Por exemplo, a iluminação que acentua os efeitos de claro-escuro é geralmente utilizada para realçar situações dramáticas.

Existem duas opções principais para colocar as luzes na moldura:

- luz que ilumina sem ser vista (**luz neutra**)
- luz que não só ilumina as coisas, mas que se mostra como uma presença física (**luz anti-naturalista**).

Existe um princípio padrão que pode ser seguido para otimizar e equilibrar a iluminação de uma cena: o **princípio dos três pontos de iluminação**. De acordo com este princípio, devem ser criados três pontos de luz:

- **Luz principal:** a principal fonte de luz da cena. Esta luz tem a intensidade mais elevada (embora precise de ser um pouco difusa) e é inclinada 45 graus em frente do motivo para evitar criar demasiadas sombras.
- **Luz de preenchimento:** equilibra as sombras produzidas pela luz principal, expondo os detalhes do objeto. Por este motivo, a luz de preenchimento é normalmente colocada em frente à luz principal e recomenda-se que a sua luminosidade não seja demasiado intensa (50% da luz principal).
- **Iluminação de fundo:** é a terceira e última luz na configuração de três pontos. É utilizada para evitar que o objeto pareça plano e perca a sua dimensionalidade. Para compensar este efeito, coloque uma luz de baixa intensidade por detrás.



Para além destas orientações gerais, existem outras dicas que podemos utilizar para melhorar a nossa imagem quando filmamos.

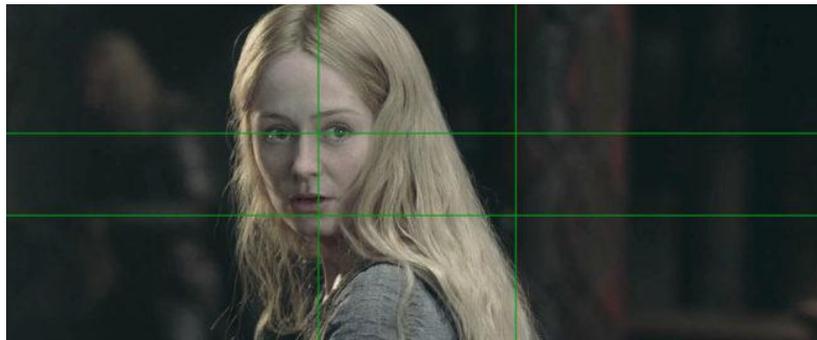
No que diz respeito à **COMPOSIÇÃO**, por exemplo, o principal objetivo é, normalmente, concentrar a perceção e a atenção do espetador nas partes da imagem que são mais desejáveis.

Os nossos olhos tendem a concentrar-se principalmente no centro geométrico da imagem:



Em alternativa, pode ser aplicado o chamado "**princípio tripartido**":

Muito utilizada em fotografia (e também em cinematografia), a regra do um terço refere-se a um tipo de composição em que a imagem é perfeitamente dividida em três partes, tanto na horizontal como na vertical. O resultado é uma grelha composta por duas linhas horizontais e duas verticais. O olhar do observador pousa nos pontos de focagem na intersecção destas linhas. Por conseguinte, o tema ou temas principais do enquadramento devem ocupar o ponto de intersecção e continuar ao longo da linha horizontal ou vertical.



3.3.2 Planos de enquadramento e de remate

A decisão de enquadrar significa muitas coisas: onde colocar a câmara (em que ponto, distância e altura, ângulo e inclinação), mas também quais as lentes a utilizar. O realizador discute estes aspectos com o diretor **de fotografia**, especialmente a escolha das objectivas e da iluminação.

Um fotograma é uma imagem única de um filme ou de um vídeo. O enquadramento (plano) consiste em conceber o conteúdo visual de uma série de fotogramas vistos de um único ponto de vista, ou seja, de uma câmara fixa.

Existem diferentes tipos ou, melhor dito, **planos de filmagem**, que diferem consoante a relação da personagem com o ambiente. O conhecimento desta nomenclatura é essencial para garantir que todos os intervenientes no projeto "falam a mesma língua" e comunicam eficazmente durante a rodagem.

Podemos dividir os planos em duas categorias principais: (A) planos que indicam o tamanho do objeto e (B) planos que indicam o ângulo/posição da câmara.

A) fotos que indicam o tamanho do objeto:

Em geral, podemos distinguir entre três tamanhos principais de tiro: Longo, Médio e Fechado.

- Os planos gerais mostram as instalações à distância, destacando o sítio e a localização,
- As fotografias médias colocam a ênfase no motivo enquanto mostram algum do ambiente circundante.
- Os grandes planos revelam pormenores do tema, realçando assim os estados emocionais das figuras

Para ser mais exato:



PLANO TOTAL

O foco está completamente no cenário e as personagens são pequenas ou mesmo inexistentes. Este tipo de plano é particularmente útil para estabelecer uma cena (ver Plano de estabelecimento abaixo). As personagens não são necessariamente visíveis neste plano.



PLANO GERAL

A figura é enquadrada da cabeça aos pés. A figura fica mais centrada do que num grande plano extremo, mas o enquadramento continua a ser dominado pelo cenário.



PLANO COMPLETO (também conhecido por FULL BODY SHOT)

As personagens estão da cabeça aos pés e o objeto preenche o enquadramento. A ênfase é colocada na ação e no movimento, mais do que na expressão das emoções das personagens



PLANO DOS EUA A moldura cobre três quartos do corpo e mostra o motivo dos joelhos para cima.



PLANO MÉDIO Mostra parte do objeto com mais pormenor. No caso de uma pessoa, um plano médio enquadra-a normalmente da anca à cabeça.



HALF-LIKE Normalmente, enquadra o motivo a partir do peito dos ombros para cima.



IMAGEM Preenche o ecrã com parte do objeto, normalmente a cabeça/rosto da pessoa. Ao enquadrar desta forma, as emoções e reacções da personagem são o tema da cena



PEDRA GRANDE
(também conhecida como **CHOKER**) A moldura cobre apenas os principais traços do rosto, normalmente desde acima das sobrancelhas até abaixo da boca.



DETALHE

Realça uma pequena área ou pormenor do motivo, como os olhos ou a boca.



MAKRODETAL

O enquadramento foca um pormenor de um objeto que é de particular importância para a compreensão de uma cena ou de um filme.

B) Disparos que indicam os ângulos da câmara

Para além do tamanho do objeto no enquadramento, os tipos de planos podem também indicar a posição da câmara em relação ao objeto, definindo assim diferentes **perspectivas**. No que diz respeito à posição da câmara, podemos identificar vários planos:



PROJEÇÃO AO NÍVEL DOS OLHOS

Filmado com uma câmara mais ou menos ao nível dos olhos humanos, proporcionando um efeito neutro para o público.



PERSPECTIVA ELEVADA (também conhecido como PLONGÉE)

O motivo é enquadrado de cima para baixo. Isto pode fazer com que o motivo pareça vulnerável, fraco ou assustado.



**BAIXO
PROSPECTO
(também
conhecido por
CONTRE-
PLONGÉE)**

O motivo é enquadrado abaixo do nível dos olhos. Isto pode fazer com que o motivo pareça dominante, heroico ou ameaçador.



**A
PERSPECTIVA
NEERLANDESA**

Um plano em que a câmara está posicionada num ângulo tal em relação ao eixo de rotação que a linha do horizonte não é plana. É frequentemente utilizado para exprimir um estado mental confuso ou ansioso.



**FOTOGRAFIA
POR CIMA DO
OMBRO**

O motivo é enquadrado (em grande plano médio) por cima do ombro de outra personagem. O ombro, o pescoço e/ou a parte de trás da cabeça da pessoa afastada da câmara permanecem no enquadramento. As entrevistas e as cenas de diálogo parecem mais naturais com este enquadramento.



**ESTABELEECER
UMA
ABORDAGEM**

Um ou mais planos gerais que informam o espectador do local onde decorre a ação. As expressões faciais da personagem (se presentes) são ilegíveis; a relação da personagem com o ambiente é importante.



**PONTO DE
VISTA**

Filmagem para simular o que uma determinada personagem vê numa cena. Isto coloca o público diretamente na cabeça da personagem.

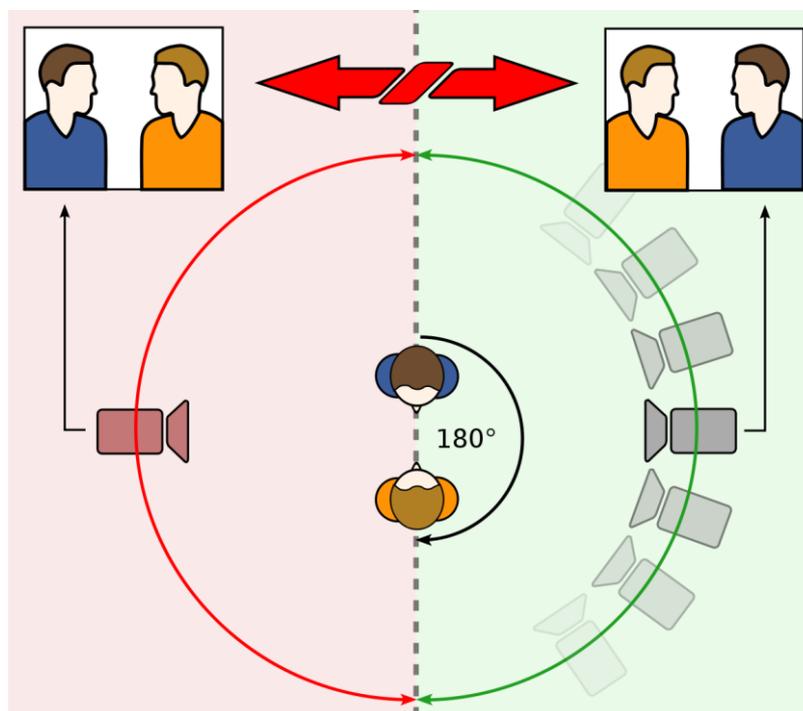
O realizador decide não só o corte dos planos e os movimentos de câmara, mas também onde colocar a câmara. Ao contrário do que muitas vezes se pensa, o talento do realizador não está em criar os planos "mais estranhos" (memoráveis??), mas em encontrar as posições "certas" em relação ao desenvolvimento da narrativa e às relações entre as personagens.

Para se orientar entre duas imagens consecutivas, o espectador deve ter pontos de referência: por isso, a *continuidade deve ser* assegurada! Para obter uma montagem com planos que possam ser ligados entre si, é necessário seguir o **PRINCÍPIO dos 180°**:

Trata-se de um princípio básico relativo à relação espacial no ecrã entre duas personagens ou à interação entre personagens e objectos numa cena. Segundo Bordwell e Thompson, "presume-se que a ação de uma cena, uma pessoa a andar, duas pessoas a falar, um carro a correr numa estrada, se desenrola ao longo de uma linha discernível e previsível" (1990, 221).

A regra dos 180° estabelece que a câmara deve ser posicionada de um lado desta linha, que é suposto ser o eixo ficcional entre as duas personagens, de modo a que a primeira personagem seja sempre enquadrada à direita da segunda personagem. Assim, durante a filmagem, as suas posições mantêm-se consistentes uma em relação à outra. A transição de uma personagem para a personagem oposta chama-se **SHOT/PRINT**. O contra-disparo não atravessa este eixo, mas mostra o espaço correspondente ao espaço do entrevistado (permanecendo assim desse lado da linha).

Esta regra assegura a continuidade do filme, porque se a quebrarmos, deslocando a câmara para fora da linha, podemos acabar com as duas personagens do mesmo lado do ecrã, o que é espacialmente confuso para o público.



Ao combinar planos principais com planos/contra planos durante a edição, o resultado será uma cena vista de diferentes ângulos.

Uma alternativa à utilização de diferentes ângulos de planos de ação é a utilização de um único ponto de vista, utilizando uma câmara colocada num estabilizador (Steadicam). Este método é normalmente

designado por **LONG SHOT**. É um plano particularmente longo, sem cortes ou pausas, que capta a cena como um todo. É um plano que se destina a aparecer como um único plano contínuo na edição final do filme.

Os planos longos são particularmente apreciados pelos realizadores que procuram o realismo (porque o tempo real e o tempo do filme são correspondentes) e um elevado nível de qualidade em termos de técnica cinematográfica. De facto, os planos longos implicam um trabalho particularmente difícil, uma vez que não se pode contar com a montagem e com os planos de recuo para corrigir os erros (um objeto fora do lugar, acontecimentos inesperados, uma frase mal dita ou mal pronunciada, etc.).

3.3.3 Movimentos da câmara

Os movimentos de câmara são um código específico de linguagem audiovisual próprio das práticas da imagem em movimento. A natureza estática ou dinâmica da câmara é, portanto, também um parâmetro básico de enquadramento. Entre os movimentos de câmara, distinguimos três tipos principais:

PANORAMA (PANNING): Geralmente utilizado para descrever um ambiente, externo ou interno, de modo a que o observador possa ter uma visão geral do conjunto. Como tal, a panorâmica é normalmente lenta. Caso contrário, pode desempenhar uma função relacional, combinando dois fotogramas sem recorte.

TRACKING SHOT: ocorre sempre que a câmara se desloca no espaço (em cada uma das três dimensões espaciais, lateral, frontal e superior). A câmara é colocada num suporte em movimento, como um carrinho ou um carro. O tracking shot é uma forma expressiva e muito evocativa de comunicar o ponto de vista do realizador, uma vez que aumenta ou diminui a importância dos elementos enquadrados. É também muito importante definir a relação entre o movimento da câmara e os elementos da cena (por exemplo, a condução pode ser utilizada para seguir uma personagem ou um elemento principal).

ZOOM: Esta é uma forma de simular o seguimento (de facto, o zoom é muitas vezes referido como seguimento ótico), utilizando uma lente de focagem variável para aproximar ou afastar (zoom in/out) o objeto enquadrado. Em comparação com o tracking shot, que é implementado fisicamente através do movimento da câmara, o zoom proporciona uma deformação da ótica e, por conseguinte, uma perspetiva de renderização e uma nitidez da imagem diferentes.

A menos que o seu orçamento lhe permita investir em equipamento avançado, como dollys, drones, estabilizadores (Steadicam), etc., é provável que utilize a câmara sozinho e à mão. Pode utilizar um suporte (cavalete) para estabilizar a imagem, mas também pode mover a câmara sem a ajuda de tripés ou outros dispositivos. Esta técnica chama-se **HAND HELD CAMERA** e é particularmente apreciada pelos realizadores que valorizam noções estéticas como a ideia de instabilidade visual e a emulação de formatos não profissionais.

3.3.4 Filmar com telefones

Hoje em dia, os telemóveis permitem gravar qualquer tipo de vídeo com resultados profissionais e de alta qualidade. No entanto, a utilização de um telemóvel tem as suas vantagens e desvantagens:

MAIS

- Provavelmente já tem um telemóvel e não precisa de comprar câmaras e equipamento profissional dispendioso.
- As pessoas já estão habituadas a utilizá-lo para gravar vídeos e provavelmente já conhece/utiliza muitas das funções e capacidades de filmagem do seu aparelho.
- É fácil transportar o telemóvel consigo, mesmo que planeie fotografar em locais pouco habituais.
- Também pode contar com equipamento barato que o pode ajudar a tirar fotografias de melhor qualidade, como estabilizadores, tripés, kits de lentes, etc. Além disso, pode utilizar o seu telemóvel para filmar imagens de seguimento suaves.

FALHAS

- A câmara é pequena e não permite todos os efeitos que uma câmara profissional proporciona, especialmente em termos de tipos de fotografias.
- O telemóvel não tem um bom desempenho com pouca luz, por isso, se planeia fotografar à noite ou em condições de iluminação especiais (nascer ou pôr do sol), os telemóveis podem não ser adequados às suas necessidades.
- O som é limitado, pelo que terá de se aproximar muito dos actores para os gravar com boa qualidade ou utilizar um microfone separado. Além disso, pode não conseguir monitorizar o que está a gravar, arriscando-se a sair do cenário, regressar a casa e descobrir que perdeu o seu tempo porque o som é mau.
- Pode ser difícil manter uma posição estável quando se está a fotografar, por isso considere comprar estabilizadores, estojos ou grampos.
- Mesmo com aplicações de câmaras profissionais, os ajustes e o controlo manual são limitados.

3.3.5 Som (*mesmo o silêncio*)

O som é uma parte extremamente importante de um filme. Ajuda a criar um ambiente, direccionando a atenção do público para um elemento específico da imagem. Deve ser tido em conta, em particular, nas mensagens ambientais, nas filmagens de temas relacionados com questões de conservação, habitats, etc. O som no cinema assume muitas formas, que podem ser resumidas em três categorias: discurso, música e ruído (efeitos sonoros).

No entanto, para ser mais exato, pode ser feita uma distinção:

DIÁLOGO: Conversas e comunicação verbal entre duas ou mais personagens. Esta é uma das partes mais importantes do filme, uma vez que conduz o enredo e os temas.

SOM AMBIENTAL ou DE FUNDO: Este é o som característico do local ou da área exterior em que está a gravar. Este som é extremamente importante para a consistência.

EFEITOS SONOROS: Sons que normalmente não são fáceis de reproduzir (por exemplo, ruídos militares numa cena de guerra, uma multidão a aplaudir num estádio). Pode recorrer a bibliotecas de sons

pré-gravados para obter este tipo de sons, muitas vezes gratuitamente, e depois adicioná-los à imagem na pós-produção.

FOLEY: Algumas pessoas nunca ouviram falar dele, mas é um tipo de som bastante interessante. Com o nome de Jack Foley, que foi pioneiro na prática da pré-gravação de sons do cotidiano, o termo refere-se a todos os sons que ouvimos habitualmente no dia a dia (passos, sons de tecidos, objectos e adereços) e que são fundamentais para dar consistência a um filme. Estes são gravados separadamente (existem bibliotecas online que podem ser utilizadas) e adicionados às imagens em sincronia quando o filme já está gravado.

MÚSICA: é um dos elementos mais importantes de um filme, uma vez que desempenha um papel fundamental na definição do tom de uma cena ou sequência. Através da escolha correcta da música, o realizador pode enfatizar a carga emocional, o tom e a atmosfera geral de uma cena ou sequência, e até descrever melhor uma personagem e o seu papel narrativo.

A configuração desses sons (em termos de volume, ritmo, etc.) ultrapassa as questões diretamente relacionadas com o cinema. Mas quando se trata da utilização de sons em filmes, há que ter em conta várias outras questões técnicas. Qualquer som pode estar relacionado com a **diegese** e pode estar completamente desligado do nível da narrativa. Podemos ter:

- SOUND IN: som diegético; a fonte é enquadrada - uma canção tocada na rádio é ouvida tanto pelas personagens como pelo público.
- SOM OFF: som diegético, cuja fonte permanece fora de quadro - os protagonistas e o público ouvem o som do mar e os gritos das gaivotas, mas nenhum deles aparece no quadro.
- SOUND OVER: som não-diegético ou diegético interno (a personagem ouve-o na sua mente).

3.3.6 Dirigir os actores

Outra tarefa fundamental do realizador é trabalhar com os actores para determinar como as suas personagens devem ser interpretadas e como deve ser uma determinada cena. Os actores contribuem, claro, mas o realizador é a pessoa mais responsável pelo resultado final, mesmo pelas decisões finais de representação.

Dirigir um ator significa dar-lhe pistas para descobrir a intenção do que ele deve fazer. O problema para o ator de cinema é que não pode atuar em continuidade, em frente a um público, como no teatro. Há o risco de a atuação se dividir em inúmeros episódios e movimentos sem qualquer unidade global. Cabe ao realizador orientar o ator para que este mantenha a coerência da personagem, dando-lhe pistas psicológicas e emocionais. O essencial é fazer com que o ator desempenhe o seu papel como se fosse a personagem, não se limitando a imitar as atitudes da personagem, mas vivendo-as como se fossem suas. Tratar um ator como uma marioneta que replica gestos e reflexos é o maior erro de um realizador. Não se pode ensinar a um ator como se comportar no cenário, mas podem-se criar as condições que lhe permitam sentir essa personagem dentro de si. Para o conseguir, o realizador deve ajudar o ator a encontrar a chave para a representação da personagem. Talvez seja útil envolvê-lo, fazê-lo reagir e trabalhar a forma como **ele se sente emocionalmente em relação às personagens que está a representar.**

Um elemento-chave na relação entre o realizador e os actores é o número de duplas da mesma tomada. Há realizadores que ensaiam muito e depois limitam o número de duplos para manter o desempenho do ator "fresco". Por outro lado, há realizadores que preferem acumular duplos para obter uma determinada intensidade do ator através da tensão e do cansaço. A escolha é sua, mas lembre-se que qualquer que seja o seu estilo de direção, os actores devem ser conduzidos!

GLOSSÁRIO

Diegeza Em termos gerais, uma diegese é um mundo inteiro de narrativas. Cada narrativa contém uma diegese, mas cada tipo de história capta este espaço-tempo de formas diferentes. Na teoria cinematográfica, este termo refere-se ao mundo espaço-temporal representado num filme. Tudo o que se encontra neste mundo (como o diálogo ou os sons utilizados para estabelecer a localização) é designado por **diegético**, enquanto tudo o que se encontra fora dele (como a locução, a música que só o público ouve ou as legendas sobrepostas) é **extra-diegético**.

Bibliografia:

Barrance, T. (2021), *Start Making Movies*, Penarth (Reino Unido), Learnaboutfilm Ltd.

Bordwell, D., Thompson, K. (1990), *Film Art (An Introduction) Third Edition*, Nova Iorque, McGrawHill, Inc.

Burstyn L., et. al. (2004), *Making Movies: A Guide for Young Filmmakers*, Los Angeles, The Film Foundation.

4.

Edição e pós-produção

A pós-produção é a fase que se segue à produção de um filme e na qual se inicia a edição do material audiovisual.

4.1 Combinar o material e cortá-lo!

Depois de todas as cenas terem sido filmadas e de ter as imagens em bruto, é altura de começar a editar. Nesta fase, o filme é finalmente editado: tem a oportunidade de olhar para todas as imagens disponíveis e decidir quais os planos a inserir, quais os que devem ser cortados ou eliminados e em que ordem colocar os fotogramas uns ao lado dos outros para criar o filme que tem em mente. Durante a edição, é possível ver realmente como o filme é feito. Como tal, o editor, trabalhando em estreita colaboração com o realizador, decide quais os planos a utilizar, como combiná-los e quanto tempo manter cada plano antes de passar ao seguinte. Por conseguinte, uma boa montagem consiste em escolher os planos e combiná-los para transmitir a visão do realizador.

4.1.1 Gostas de puzzles? Montagem de sentido

Um filme na sua forma bruta assemelha-se a um puzzle: tem planos individuais, música, efeitos sonoros e talvez alguns efeitos visuais, e depois tem de combinar todos estes elementos para criar um filme completo e coerente. A montagem, no entanto, é mais do que a simples combinação de planos em cenas e seqüências. A edição não é apenas um processo mecânico, é também uma arte; a arte de selecionar os melhores/mais importantes planos das filmagens gravadas no local e de os recolher, combinando-os num filme coeso.

Segundo alguns teóricos, a montagem representa a verdadeira especificidade da linguagem cinematográfica. Mesmo aqueles que não vão tão longe afirmam que a montagem é uma das partes mais importantes da realização de um filme: podemos não nos aperceber de uma boa montagem (a montagem cinematográfica é muitas vezes referida como a "arte invisível") porque estamos imersos na história, mas aperceber-nos-emos definitivamente de uma má montagem porque o filme será confuso, aborrecido e desinteressante.

Isto porque, através da montagem, é possível transmitir significado, passar mensagens e influenciar emocionalmente o público! Os realizadores de cinema descobriram o poder da montagem desde o início do meio. Perceberam que uma imagem no ecrã não tinha de mostrar uma pessoa da cabeça aos pés e que os planos podiam ser tirados em locais diferentes e em alturas diferentes e depois combinados para formar um todo narrativo. Além disso, descobriram que a combinação de dois planos cria um efeito emocional e cognitivo na mente do espetador.

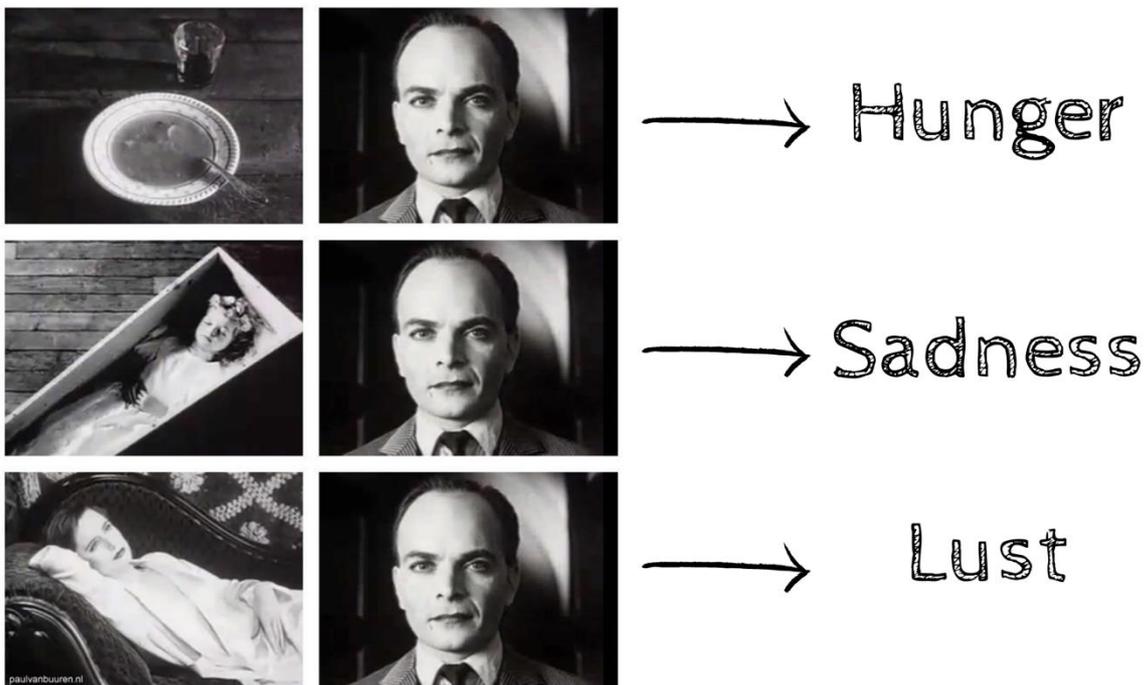
Particularmente no que respeita ao envolvimento emocional do público, uma das teorias mais importantes é o "**efeito Kuleshov**".

O Efeito Kuleshov foi uma experiência cinematográfica realizada pelo cineasta soviético Lev Kuleshov na década de 1920, que estava interessado em ultrapassar os limites e experimentar técnicas de edição criativas. Kuleshov demonstrou que os espectadores retiram mais significado da interação de dois planos sequenciais (que é a base do processo de montagem) do que de um único plano isolado. A experiência mostrou também que a montagem tem um forte impacto nos espectadores em termos de envolvimento emocional e intelectual.

Como é que Kuleshov conseguiu exatamente este resultado?

Enquanto ensinava na Escola de Cinema de Moscovo, realizou uma experiência para demonstrar como a interpretação do espetador da expressão facial de uma personagem podia ser influenciada pela justaposição com uma segunda imagem. Editou um grande plano de um homem sem expressão (para o qual utilizou um fotograma do ator de cinema mudo czarista Ivan Mozzhukhin) juntamente com três planos finais alternativos: uma criança morta num caixão, uma tigela de sopa e uma mulher deitada num sofá. Kuleshov mostrou então os três filmes editados a três audiências distintas e pediu-lhes que interpretassem o que pensavam que Ivan Mozzhukhin estava a pensar.

As pessoas que viram a imagem da criança morta afirmaram que a expressão facial do homem indicava tristeza. Os espectadores que viram o homem e depois um quadro com um prato de sopa interpretaram a expressão facial do homem como fome. E combinada com a imagem da mulher no sofá, os telespectadores assumiram que o homem estava a sentir luxúria. De facto, a expressão facial do homem era idêntica nos três filmes, mas a forma como os espectadores interpretavam a expressão - fome, tristeza ou luxúria - dependia inteiramente da imagem que se seguia.



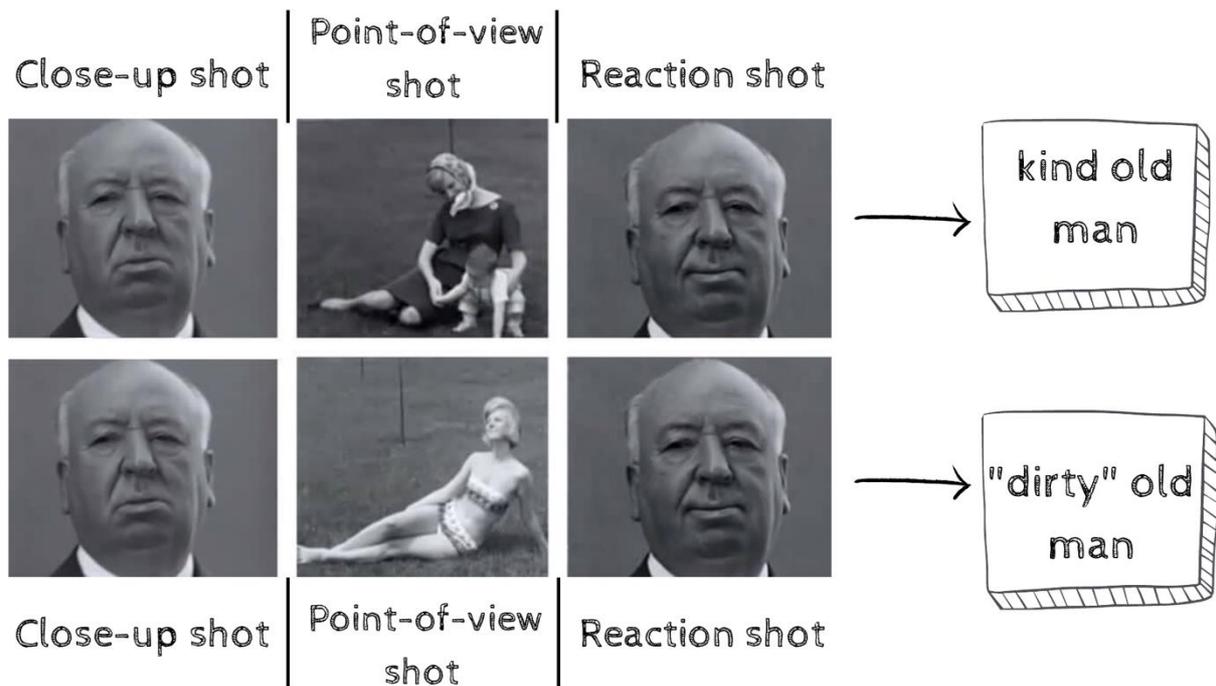
A experiência mostrou aos realizadores e editores que a duração dos planos, o movimento, os cortes e as justaposições são técnicas cinematográficas que podem ser utilizadas como meios linguísticos para comunicar algo, uma mensagem ou um sentimento ao público.

Kuleshov acabou por chegar à conclusão de que uma história cinematográfica é melhor contada cortando e justapondo fragmentos individuais de um filme.

Muitos anos após a primeira experiência de Kuleshov, o realizador **Alfred Hitchcock** utilizou-a e adaptou-a à sua própria teoria da montagem. Na visão de Hitchcock, o núcleo do processo de edição baseia-se em três planos:

1. Fotografia em grande plano
2. Colocar as coisas em perspectiva
3. Plano de reação (um plano que se afasta da cena principal para mostrar a reação de uma personagem).

Hitchcock acrescentou um plano de reação à sua "unidade de montagem" básica para explicar melhor ao público o que a personagem está a pensar ou a sentir sobre o que acabou de ver.



Como utilizar na prática o "efeito Kuleshov" num filme? Bem, este princípio deve ser tido em conta em todas as fases da produção. Por exemplo, no guião, deve dar às personagens a oportunidade de reagir a cada diálogo e ação importantes. Estas reacções serão preciosas na fase de edição! Além disso, durante as filmagens, deve ter-se o cuidado de utilizar grandes planos para focar o rosto de uma única personagem e realçar as suas reacções emocionais, o que ajudará o público a sentir e a compreender a ação no ecrã. Todos estes elementos culminam na edição: ter suficientes grandes planos e planos de reação dá aos editores a oportunidade de ligar as cenas de forma a conduzir o público a sentimentos/estados emocionais específicos.

O que dissemos sobre a capacidade da montagem para despertar e canalizar certos estados emocionais no público é também importante de um ponto de vista intelectual: a montagem pode influenciar significativamente o público e a sua compreensão de um filme e da sua mensagem. De facto, a montagem pode ser vista como uma forma de comunicar eficazmente informações, temas, pensamentos e ideias sobre um assunto SEM PALAVRAS.

Durante o mesmo período em que Kuleshov estava a trabalhar na sua experiência, o seu aluno, **Sergei Eisenstein**, desenvolveu a descoberta do seu professor e aprofundou a sua teoria, argumentando que a essência e o poder comunicativo da linguagem cinematográfica se baseia na montagem, com o objetivo de justapor o plano A ("tese") com o plano B ("antítese") para criar uma ideia inteiramente nova ("síntese") na mente do espetador.

Com as suas ferramentas, a montagem desempenha um papel fundamental na construção narrativa, cognitiva e dramática de todo o filme:

- A montagem define o papel das personagens e dos objectos: as hierarquias das personagens, a dinâmica das relações entre elas, mas também a importância de certos objectos podem ser realçados através de técnicas de montagem.

- A montagem melhora a representação: permite ao realizador inserir grandes planos, planos de reacção, relações visuais entre dois ou mais actores e pausas entre linhas de diálogo para maximizar a representação.
- A montagem cria o clímax da cena: a utilização de uma montagem de suspense de imagens, música e efeitos sonoros reforça a tensão da cena.
- A montagem reforça as escolhas estilísticas do realizador, bem como a mensagem que ele quer transmitir através do filme

4.1.2 Criar uma montagem: Cortes e transições

Há muitos elementos diferentes a considerar quando se edita uma filmagem:

- a) **Ritmo**: a duração dos planos e das cenas confere ao filme um ritmo - uma sensação de movimento rápido ou lento.
- b) **Duração da fase**
- c) **Ordem dos planos e das cenas**: ao dispor os planos numa ordem específica, o significado de uma cena pode ser influenciado. Podemos distinguir duas formas principais de ordenar as cenas:
 - *Edição linear*: trata-se de editar os planos filmados pela ordem em que se sucedem.
 - *Montagem não linear*: cada plano e cena pode ser deslocado em qualquer ordem no filme. (Por exemplo, a cena de abertura pode ser facilmente deslocada para o fim). A edição não-linear é mais fácil, mais rápida e permite mais imaginação do que a edição linear.
- d) **Corte em ação**: a maioria dos planos é melhor cortada (ou editada) em ação.
- e) **Combinação de planos**: combine planos estáticos com outros planos estáticos e planos em movimento com outros planos em movimento. Caso contrário, o resultado pode ser chocante e perturbador (o que, no entanto, pode ter sido sempre a sua intenção!).
- f) **Mostrar ação simultânea**: as cenas que decorrem ao mesmo tempo podem ser intercaladas.
- g) **Seleção do melhor disparo** (ou combinação de vários melhores disparos): Quanto mais planos, maior é a escolha na sala de edição. Também pode combinar fragmentos de diferentes fotografias para obter o efeito pretendido.

A técnica de edição mais comum para atingir todos os objectivos acima mencionados é o **CORTE DE MONTAGEM**. Os cortes são transições instantâneas utilizadas para mover o público de uma imagem para outra ou de uma cena para outra. Um corte pode mudar uma cena, comprimir o tempo, mudar o ponto de vista ou mesmo criar uma imagem ou um conceito.

Existem muitos tipos diferentes de cortes no cinema. Enquanto alguns são mais conceptuais e outros mais narrativos, todos são definidos pela ligação direta de imagens.

CORTE NA ACÇÃO



A transição de um plano para outro enquanto o motivo ainda está em movimento. É uma mudança abrupta de plano de um ponto de vista ou local para outro. A utilização de cutaways na ação permite uma edição suave e fluida.

CORTAR



É a interrupção de uma ação filmada contínua através da inserção do ponto de vista de outra coisa. Quebra a continuidade de uma cena, dando ao público um novo ponto de vista.

CORTE DE COMBINAÇÃO



Qualquer transição, áudio ou visual, que utilize elementos da cena anterior para levar o espectador sem problemas para a cena seguinte. Distingue-se dos cortes normais porque proporciona uma ligação temática (subtexto) entre dois eventos ou conceitos separados.

CORTE TRANSVERSAL



Transição de uma linha de ação para outra. Os planos justapostos entrelaçam duas ações que decorrem ao mesmo tempo, mas em cenários diferentes.

CORTE DE SALTO



Isto acontece quando é feito um corte dentro do mesmo plano, normalmente estático. As personagens são mostradas em posições diferentes, pelo que pode ser uma técnica de edição cinematográfica eficaz para representar um salto no tempo.

A versão final editada de um filme é designada por **versão final**. Partes de cenas, ou mesmo cenas inteiras, podem ser cortadas se o realizador e/ou o editor considerarem que não são necessárias para contar a história - ou se o filme for mais longo do que o previsto.

Para além dos cortes, os editores podem utilizar efeitos visuais chamados **TRANSIÇÕES** para passar de uma cena para outra (não são frequentemente utilizados para passar de um fotograma para o seguinte).

FADE IN / FADE OUT



A cena emerge gradualmente do silêncio ou da escuridão e vice-versa.

CROSS DISSOLVE



Quando se mistura gradualmente um plano com outro. Isto pode representar a passagem do tempo ou a transição de duas situações/lugares diferentes.

LIMPEZA / IRIS



Um plano substitui outro, movendo-se ou "atravessando" de um lado do quadro para o outro. A transição pode ser feita a partir de qualquer direção e de várias formas. Uma delas chama-se "Íris" e é conseguida através da ampliação ou redução da transição circular.

J-CUT / L-CUT

X

Estas são transições em que o som precede ou continua a partir da cena seguinte. Um corte em L contém o som do primeiro clip sobre o segundo clip, enquanto um corte em J contém o som do segundo clip sobre o primeiro clip.

ECRÃ DIVIDIDO



Divisão do ecrã em secções que permitem mostrar ao espetador várias imagens ao mesmo tempo (por vezes, a mesma ação de diferentes perspectivas).

4.2 Editar música e sons

Até agora, vimos a fase de pós-produção do material visual, mas é claro que também temos de tratar do material áudio. A pós-produção áudio envolve principalmente a introdução de bandas sonoras separadas - contendo diálogos, efeitos sonoros, canções e música - num computador e a sua mistura utilizando um software especial de mistura áudio. Mais especificamente, trata-se de sincronizar estes sons com as imagens em movimento, de os editar e de ajustar os níveis. Mais de 80% do som de um filme é adicionado após a rodagem e durante a pós-produção: o diálogo, os efeitos sonoros, a música, etc. são frequentemente gravados separadamente e depois misturados para criar uma banda sonora a ser adicionada à pista visual. Mesmo que tenha optado por gravar o som em sincronia, terá sempre de acrescentar algo (talvez música, **um tema** ou efeitos sonoros) ou, pelo menos, ajustar algo, como os níveis de som. Ao editar os sons, não se esqueça de que pode inserir vários níveis de som ao mesmo tempo: pode adicionar diálogo, música e sons de fundo à mesma cena, manipulando os efeitos de modulação do som.

O primeiro conceito que precisa de saber para editar áudio é a **dinâmica de áudio**. Este termo descreve a diferença entre o volume máximo e mínimo de uma faixa. Se um fragmento de áudio vai de baixo para alto, diz-se que tem uma gama dinâmica alta, e quando um fragmento alto se torna baixo, diz-se que tem uma gama dinâmica baixa. A gama dinâmica é utilizada para garantir que os fragmentos de áudio de diferentes faixas têm a gama dinâmica correcta, misturando-se bem e contribuindo para a impressão geral da cena.

As camadas de som são compostas por vários elementos: diálogo, efeitos sonoros, foley, música, narração em off (se presente), sons ambiente e canções/música dentro da cena. É necessário garantir que todos estes elementos não competem entre si. Para tal, é necessário concentrar-se nas imagens, reforçando o sentido da cena e a mensagem cognitiva e emocional. Desta forma, pode ajudar o público a concentrar-se na história. **Um compressor** pode ser utilizado para misturar, equilibrar e ajustar os diferentes níveis de todas estas faixas. A compressão é normalmente utilizada para manter um nível constante, baixando o nível quando está alto e aumentando-o quando está baixo. É uma ferramenta muito comum que pode ser encontrada em qualquer software de edição. É particularmente útil quando se mistura música e diálogo.

Como já referimos, encontrar a **faixa de música** certa é um passo importante na criação de um filme, realçando a cena, dramatizando a situação e ajudando o público a sentir uma certa atmosfera. Qualquer música pode ser acrescentada na pós-produção. Se tiver um orçamento limitado, procure música de domínio público, música isenta de direitos de autor e/ou música Creative Commons para utilizar nos seus vídeos. Certifique-se de que escolhe a música mais apropriada para o seu objetivo e coloque-a (ou partes dela) no local certo e no momento certo. Ajustar o nível de volume da música é crucial quando se combina música e diálogo. Para o fazer melhor, pode "jogar" com ferramentas de edição como as

transições: a música pode *desaparecer* ou *desaparecer*, o que significa que o som se torna progressivamente mais baixo ou mais alto num determinado ponto da cena, dependendo da presença de diálogo. Essencialmente, quando há diálogos, a música serve como uma espécie de "acompanhamento" emocional do que os actores estão a dizer. Isto significa que o volume da música não deve exceder o volume dos diálogos.

O **diálogo** também pode ser editado. Embora o diálogo seja o único som da gravação real que foi mantido ao longo do filme, também precisa de ser melhorado. A palavra-chave da edição do diálogo é "fluidez". Um diálogo corretamente editado não soa de todo editado. Soa como se uma pessoa real estivesse a falar. Por isso, quando a edição do diálogo não é fluida, quando se ouve um clique, um estranho salto de tom ou um ritmo estranho, isso lembra-nos que o que estamos a ver não é "real".

Além disso, **os efeitos sonoros**, ou sons que acumulam camadas de som, também podem ser adicionados na pós-produção para criar uma paisagem sonora envolvente, tal como sugerido pelo realizador. Quase todos os efeitos sonoros que acompanham um filme são adicionados ou reconstruídos na pós-produção. Quase todos os efeitos sonoros possíveis podem ser encontrados em bibliotecas online (muitas das quais são gratuitas).

4.3 *Uma vida colorida! Correção de cor e gradação*

Uma vez concluída a edição (tanto visual como da banda sonora), seguem-se todos os processos adicionais para finalizar e aperfeiçoar o vídeo.

Uma delas é a **CORRECÇÃO DE CORES**.

É um processo técnico (implementado por software) que envolve o ajuste da cor, do contraste e da exposição das filmagens para que estas pareçam naturais e não processadas (tal como o olho humano as experimenta na vida real). A correção de cor é utilizada para harmonizar e otimizar as filmagens, mas também pode corrigir erros técnicos de cor e pode ajudar a salvar uma cena fantástica que tenha sido penalizada por uma iluminação deficiente.

Outra ferramenta interessante é a **GRADAÇÃO DE CORES** (também conhecida como **lavagem de cores**).

Trata-se de dar a um filme um aspeto geral específico através de um processo de mudança de cor para fins estéticos, informativos e artísticos. Trata-se de um processo de "estilização" do esquema de cores (*paleta*) das filmagens, que realça o tom visual e a atmosfera do filme e o caracteriza como mais "cinematográfico".



Uma diferença importante entre a correção de cor e a gradação de cor é que, enquanto a primeira é realizada plano a plano, a segunda abrange toda a filmagem ou, pelo menos, uma grande parte dela, dependendo do local e dos vários momentos em que a história se desenrola.

Vocabulário

Leitmotiv: Um motivo musical, uma frase melódica recorrente na música que permite ao realizador transmitir uma característica clara da história de uma forma cativante. Pode assinalar uma personagem, um cenário, uma emoção, uma repetição de acontecimentos ou um tema. Pense no tubarão que aparece em *Jaws*, em todas as cenas da entrada de Darth Vader, no tema de James Bond e assim por diante.

Bibliografia

Browne S.E. (2007), *High Definition Postproduction: Editing and Delivering HD Video*, Burlington (EUA), Elsevier.

Orpen V. (2019), *Film Editing. The Art of the Expressive*, Nova Iorque, Columbia University Press.

Poletti S. (2021), *Il manual del videomaker*, Milano, Hoepli.

Stoller B.M. (2009), *Filmmaking For Dummies*, 2ª edição, Hoboken (EUA), Wiley Publishing, Inc.

5.

Organização do trabalho

As páginas seguintes contêm conselhos sobre como concretizar o projeto e trabalhar com todos os intervenientes na fase de produção e pós-produção do filme.

Fazer um filme requer trabalho de equipa e uma divisão clara de papéis: todos os filmes precisam de uma equipa, porque uma pessoa não pode fazer tudo.

5.1 Funções

A criação de um filme é uma operação colectiva e requer a cooperação de muitas pessoas. Cada pessoa envolvida na criação do filme tem um papel específico para garantir que todas as operações (pré-produção, produção e pós-produção) decorram da melhor forma possível e que não se perca tempo.

DIRECTION

Director - Assistant Director - Scriptwriter

PHOTOGRAPHY

Director of Photography - Camera Operator - Gaffer

AUDIO

Sound Engineer

PRODUCTION

Producer -Script Supervisor

EDITING

editor

COSTUME DEPARTMENT and SET DECORATION

Set Decorator - Prop Master - Costume Designer

Para além destes cargos principais, há, naturalmente, muitas outras pessoas e muitos outros departamentos envolvidos na produção cinematográfica. Só para citar alguns: o **explorador de locais de filmagem** (que procura todos os locais indicados no guião e encontra os locais exteriores onde o filme é rodado), o **diretor de casting** (que sugere os actores adequados para cada papel de acordo com o guião), o **coordenador de pós-produção** (que coordena a rodagem do filme e planeia a edição dos elementos cinematográficos e sonoros), o maquilhador (que sabe trabalhar com diferentes tons de pele e dar-lhes o aspeto desejado, mesmo em condições de iluminação difíceis).

5.1.1 Funções criativas e técnicas

Para sermos mais precisos, podemos identificar duas categorias de papéis no cinema, os papéis criativos e os papéis técnicos. Esta distinção é útil, mas é preciso ter cuidado para não a levar demasiado a sério: o cinema é simultaneamente uma arte e uma técnica, pelo que os técnicos são também um pouco artistas, e os artistas têm de ser um pouco técnicos!

Funções criativas:

DIRECTOR

Como afirmou Bryan M. Stoller (2009), "um realizador tem de ser um multitalentoso e multitarefa. O realizador é o capitão do navio, o líder do grupo e é responsável por reunir todos os elementos criativos". O realizador é responsável por tudo o que acontece no cenário e é o autor e supervisor artístico do filme. O realizador tem uma multiplicidade de tarefas que desempenha, trabalhando em conjunto com muitas outras funções de produção:

- Juntamente com o(s) argumentista(s), os realizadores contribuem para a realização do guião e para a sua transformação num storyboard.
- Selecionam e dirigem os actores.
- Juntamente com o desenhador de produção e o figurinista, decidem a configuração visual do filme.
- Juntamente com o diretor de fotografia, decidem os planos.
- Juntamente com o instalador, decidem sobre a instalação.

O realizador é responsável pela coerência do filme e pela sua identidade visual e estilística. Por conseguinte, deve ter um conhecimento técnico aprofundado das técnicas de filmagem e uma boa compreensão dos papéis dos indivíduos.

CENARISTA

Trata-se de escritores que praticam o ofício de argumentista. Não é necessária qualquer formação específica para se tornar um argumentista, apenas uma boa capacidade de contar histórias e um bom domínio da linguagem e da imaginação.

diretor de fotografia, também conhecido como **diretor de fotografia**

São responsáveis pela iluminação do filme e ajudam o realizador a montar as câmaras e a imaginar o filme do guião ao ecrã. O diretor de fotografia é um dos membros mais importantes da equipa: durante a preparação, efectua inspecções e elabora uma lista dos materiais técnicos necessários; durante a rodagem, ilumina a cena, define o conjunto de luzes e indica ao diretor de fotografia as aberturas a utilizar; após a montagem, efectua a correção da cor.

O diretor de fotografia é corresponsável com o realizador pelo aspeto e estilo finais do filme, pelo que deve possuir competências técnicas e estéticas.

MONTAGISTA

O filme encontra a sua forma, ritmo, estilo e, muitas vezes, estrutura na montagem. Os editores são responsáveis por assegurar que cada plano flui sem problemas para o seguinte, bem como o tempo e o ritmo do filme. O trabalho de um editor de filmes é simultaneamente criativo, técnico e colaborativo.

O editor ajuda o realizador a contar a sua história, reunindo as imagens num todo coerente, acrescentando transições, efeitos sonoros e música.

As suas tarefas incluem:

- Combinação de fotografias em sequências.
- Ler os guiões para planear as filmagens antes do início das mesmas.
- Se necessário, filmar material adicional no cenário. O editor deve consultar o realizador, mas também pode interferir nas escolhas feitas, experimentando soluções alternativas.
- Ver as filmagens do dia de filmagem (*dailies*) (filmagens feitas no dia anterior) para garantir que o realizador obteve tudo o que precisava.

E, claro, **o(s) ator(es)** deve(m) ser tido(s) **em conta!**

Funções técnicas

PRODUTOR

O produtor é responsável pelo desenvolvimento do projeto (e, por vezes, pela obtenção de financiamento). O produtor é responsável por "atribuir papéis", contratar a equipa e trabalhar com o realizador para contratar actores. O produtor ajuda a "produzir" todos os elementos necessários para a produção.

Entre as suas tarefas:

- Pesquisa de locais e organização de inspecções aos locais.
- Executar o plano de trabalho e o calendário de produção (juntamente com o assistente de direcção).
- São como o "Sr. Lobo" do filme *Pulp Fiction*: resolvem os problemas no cenário!

DIRECTOR ADJUNTO

Servem de intermediários entre o realizador e a produção e os diferentes departamentos como o cenário, o figurino e a maquilhagem. Têm um papel de coordenação e de organização. Entre as suas tarefas podemos incluir:

- Audição de actores.
- Criação de um plano de trabalho.
- Analisar o plano de filmagem com o realizador.
- Verificar se os actores sabem as suas falas e praticar com eles antes de filmar as cenas.
- Esta é a pessoa de contacto para todos os esclarecimentos e informações.

SUPERVISOR DE GUIÃO

A sua função é servir de guia durante a montagem. Supervisionam a continuidade do filme, incluindo figurinos, adereços, cenários e acções dos actores durante uma cena. Essencialmente, tomam notas sobre todos os aspectos do filme. As notas escritas pelo supervisor do guião durante a filmagem de uma cena são utilizadas para ajudar os editores a editar a cena. Entre as suas tarefas contam-se:

- Guardar o conteúdo de cada fotografia.
- Registe os comentários e as avaliações do realizador, do diretor de fotografia e do engenheiro de som sobre cada plano.
- Assegurar a continuidade e a coerência do filme.

OPERADOR DE CÂMARA (ou de SMARTPHONE)

O diretor de fotografia é responsável pelo enquadramento dos planos sob a supervisão do diretor de fotografia e do realizador. Como o diretor de fotografia é responsável pela execução prática dos planos no set, deve possuir competências técnicas e artísticas na composição da imagem. Deve ter a capacidade de compreender o tipo de movimento da câmara em relação à ação, controlando a imagem em tempo real (o que exige bons reflexos).

GAFFER

O mestre da iluminação organiza a iluminação no cenário de acordo com as instruções do diretor de fotografia para garantir que o ambiente e a iluminação de cada cena funcionam eficazmente. Muitas vezes, o mestre da iluminação é também um electricista ou tem experiência e conhecimentos de trabalho com electricidade e tensão.

ENGENHEIRO DE SOM

São responsáveis pela gravação do som do diálogo e de todos os sons ambientes. Normalmente, acompanham a ação através de auscultadores e verificam a clareza da gravação, ou seja, se os sons são claros e compreensíveis. Se utilizar microfones direccionais, certifique-se de que estão perto dos actores, sem entrar no enquadramento ou causar sombras.

CENÓGRAFO (e GRAVADOR)

O cenógrafo tem a tarefa de "enquadrar" a história escrita no guião, ou seja, construir o ambiente certo e providenciar o mobiliário adequado à volta das personagens. O designer de produção pode também ser um criador de adereços. São muito poucos os filmes que não necessitam de adereços e é o designer de adereços que tem de garantir que todos eles estão disponíveis para utilização no cenário, funcionam como devem e cumprem a visão do realizador (ou diretor de fotografia).

FIGURINISTA

O figurinista cuida da imagem dos actores, criando ou encontrando os seus trajes de acordo com o guião e as instruções do realizador. O figurinista deve efetuar pesquisas (cuja quantidade depende do género do filme, bem como do conceito e da criação dos figurinos) para garantir que os figurinos são adequados ao filme e não põem em causa a coerência do mesmo.

5.1.2 Algo agradável para todos

Para decidir qual o papel que vai assumir ou dividir (talvez dentro de uma turma), considere o que você e os seus colegas gostam mais de fazer. Se alguém gosta de organizar as coisas e tem jeito para resolver problemas, é provável que seja um ótimo produtor. Se alguém consegue imaginar as coisas como devem ser e adora trabalhar com pessoas, pode ser um bom realizador. Se alguém gosta de contar histórias, é inspirado e obtém ideias de todo o lado, pode ser capaz de escrever guiões.

5.2 Como criar um laboratório de cinema.

Para otimizar o seu trabalho, defina um calendário e etapas para a criação do filme e elabore um cronograma. Certifique-se de que dispõe de tempo suficiente para realizar o filme, desde a preparação até à versão final. Por este motivo, considere planear um calendário de pelo menos dois meses (mais ou

menos).

Semana 1: Preparação

- *Início da redação e elaboração do guião* → Argumentista(s), Produtor.

Discuta a ideia com a turma, faça um brainstorming e, quando tiver decidido sobre o que quer escrever, comece a escrever a sua história e transforme-a num guião (ver Capítulo 2).

Para reunir todos os enredos, deve ser escrito um esboço do guião. Este deve incluir os principais factos que vão acontecer, as situações e a forma como cada personagem vai evoluir em cada cena. Além disso, crie esboços de cada personagem para que tenha um perfil claro de cada um deles e dos seus identificadores. Isto ajudá-lo-á a manter a coerência ao longo do filme.

- *Verificar e melhorar o guião* → Diretor

Discutir a conceção das cenas com o(s) argumentista(s) e certificar-se de que a história será contada "visualmente". Começar a informar os membros da equipa sobre as suas tarefas e planear a rodagem

Segunda semana: Pré-produção I

- *Repensar e reescrever o guião* → Argumentista, realizador e diretor de fotografia.

Quando tiver um rascunho do guião, faça-o circular por todas as pessoas envolvidas na realização do filme e recolha comentários, ponderando quais as sugestões que deve considerar e incorporar na versão final do guião.

- *Comece por envolver a equipa e posicione-a em* → Diretor, assistente de realização, actores, equipa técnica, produtor.

O realizador faz audições e selecciona os actores para os papéis. Pouco tempo depois, os actores seleccionados participam numa "leitura de mesa", durante a qual os actores assumem os papéis de cada personagem e lêem o guião e as suas falas em voz alta. Isto ajuda o realizador, os argumentistas e os actores a imaginarem o resultado final, a conhecerem as personagens e a criarem tensão emocional entre os actores.



Tabela de leitura de *Game of Thrones*, 1ª temporada.

- *Começar a pensar na fotografia* → Diretor de fotografia e editor

O diretor de fotografia começa a pensar em possíveis locais e na colocação de luz, enquanto o editor e

o realizador começam a considerar possíveis planos e movimentos de câmara que serão úteis na fase de edição.

Semanas três e quatro: Pré-Produção II

- *Preparações concretas* → Realizador, assistente de realização, diretor de fotografia, editor, produtor, actores, equipa técnica.

O realizador trabalha no storyboard com o diretor de fotografia e o editor para conceber as cenas e visualizá-las. Além disso, procede a uma leitura do guião com os actores, que continuam a trabalhar as suas personagens e a memorizar os temas. Uma vez o guião finalizado e divulgado, devem ser realizados vários ensaios com os actores antes do início das filmagens, discutindo a "história" de cada cena e revelando as motivações de cada personagem.

Os cenógrafos, figurinistas, maquilhadores e outros operadores técnicos começam a organizar e a preparar o seu material.

Faça uma reunião final com todo o elenco e equipa antes do início da produção para discutir todos os pormenores. Estão todos nos seus lugares e informados sobre as suas tarefas?

Semanas cinco e seis: Produção

- *Preparação de um cenário de filmagem, organização e execução de filmagens* → Realizador, assistente de realização, diretor de fotografia

Equipa técnica, supervisor de continuidade de filmagem, produtor, actores.

O realizador trabalha em estreita colaboração com o diretor de fotografia, verificando os planos para cada cena de acordo com o storyboard. O realizador e o diretor de fotografia colocam os adereços necessários e começam a filmar.

Quando os actores estão nos seus lugares e a câmara está pronta, o realizador grita "Câmara!" e avisa o operador de câmara que está na altura de começar a filmar.

O realizador diz então "Ação!", que é o sinal para os actores começarem.

Durante a filmagem, observe cuidadosamente o que está a acontecer e tente imaginar o resultado final. Pergunte a si próprio: a cena funciona? Está como foi planeada? Os actores estão bem, ou deviam/poderiam ter feito melhor? Se não tiver a certeza sobre uma cena, faça uma nova filmagem: pode escolher a que prefere na fase de edição. Faça tantas filmagens quantas forem necessárias, mas lembre-se que o tempo é limitado (e não abuse da tolerância dos actores e da equipa!).

Quando uma cena está terminada e é satisfatória, espera-se alguns segundos e deixa-se a câmara continuar e depois o realizador grita "Corta!". Só nesta altura é que as pessoas se sentem livres para falar umas com as outras e circular pelo cenário.

Semanas sete e oito: edição e pós-produção

- *Edição de imagens* → Diretor de fotografia, diretor de fotografia, editor

Será necessário muito tempo e esforço para editar o filme e combinar todas as cenas. Quando tiveres recolhido todos os planos, tens de os organizar, criando uma lista de todos os planos em bruto com o número do local correspondente onde aparecem. Não te esqueças de etiquetar a lista com toda a informação e comentários que precisas de reconhecer. Isto ajudar-te-á a decidir se deves ou não utilizar o plano.

Durante estas semanas, o realizador e o editor completam a montagem do filme, seleccionam e

acrescentam música e outros efeitos sonoros e corrigem a cinematografia (correção de cor). Depois, quando o filme está pronto, realiza-se uma projeção.

When	What	Who
week 1	Preparation	Director, Screenwriter(s), Producer
week 2	Pre-production I	Screenwriter(s), Director, Assistant Director, Producer, Cinematographer, Editor, Actors, Technical Crew
week 3-4	Pre-production II	Director, Assistant Director, Producer, Cinematographer, Editor, Actors, Technical Crew
week 5-6	Production	Director, Assistant Director, Producer, Cinematographer, Script Supervisor, Technical Crew, Actors
week 7-8	Editing and Post- production	Director, Cinematographer, Editor

Bibliografia

Burstyn L., Cunningham P., Jordan H. (2004), *Making Movies: A Guide for Young Filmmakers*, The Film Foundation.

Stoller, B. M. (2009), *Filmmaking For Dummies 2nd Edition*, Hoboken, EUA, Wiley Publishing, Inc.



O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita da informação nela contida.

