



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Luís Carlos Ferreira Morim

dezembro | 2015





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

LUÍS CARLOS FERREIRA MORIM

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DA LICENCIATURA

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Dezembro de 2015

Ficha de Identificação

Discente: Luís Carlos Ferreira Morim

Número de Aluno: 5007501

Instituição de ensino: Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda

Curso: Licenciatura em Comunicação Multimédia

Orientador na Escola: Prof. Doutor Carlos Francisco Lopes Canelas

Entidade de acolhimento: FilmesDaMente - production studio

Morada: Rua Infanta D.Maria 53

4050-350 Porto, Portugal

Telefone: (+351) 224 959 686

E-mail: info@filmesdamente.com

Duração do Estágio: Três meses, de 1 de julho a 1 de outubro de 2015

Supervisor na Organização: Victor Santos

AGRADECIMENTOS

Irei aqui referir todos aqueles que de uma forma ou de outra contribuíram durante este percurso académico. Queria agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda, mais concretamente à minha escola, Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto e a todo o corpo de docentes com um especial agradecimento aos do curso de Comunicação Multimédia e queria também agradecer à Direção do mesmo por sempre se mostrarem interessados em ouvir os interesses dos alunos.

Ao meu orientador Prof. Doutor Carlos Canelas, pela partilha de todos os conhecimentos, apoio dado ao longo destes anos e a disponibilidade e orientação que demonstrou ao longo desta unidade curricular que é o estágio.

À FilmesDaMente, entidade acolhedora do estágio, pela forma como me recebeu e por tudo o que me ensinou. Ao meu supervisor na instituição Victor Santos, pela paciência que teve em me corrigirem em todos os meus erros. A todas as pessoas com quem partilhei aqueles três meses, Nuno Rocha, Marco Freire, Jorge Carvalho, Pedro Cruz, António Monteiro, Duarte Ferreira, Luís Nogueira e Catarina Santos com quem aprendi um pouco de tudo na área e onde partilhámos bons momentos. ,

Queria agradecer aqui também à minha família, mãe, pai e irmã a quem isto não seria possível sem eles. Tendo sidos eles a grande fonte para me conseguir manter deslocado estes anos no ensino superior.

Aos amigos que não me abandonaram mesmo depois da grande distância que mantive ao longo destes anos.

Aos amigos que ganhei ao longo destes quatro anos em que estive na Guarda. Foram sempre um grande apoio para que tudo tivesse corrido bem.

Não esquecendo de todas as pessoas que me ajudaram na minha aventura pela Turquia, no ano em que participei no programa ERASMUS.

Um muito obrigado a todos!



RESUMO

Este relatório, que pode ser considerado um dos passos finais para a conclusão do meu percurso académico, pretende descrever as atividades que participei no âmbito do estágio curricular na FilmesDaMente – *production studio*.

O relatório de estágio apresenta-se dividido em dois capítulos. O primeiro que caracteriza minuciosamente a empresa e apresenta todos os seus serviços, onde exerci funções de videografo.

No segundo capítulo, apresentarei todas as atividades desenvolvidas nesta produtora, sempre apresentando o enquadramento teórico e avaliações críticas às mesmas.

Irei concluir este relatório com uma reflexão final em primeira pessoa sobre a minha experiência durante todos estes três meses neste estágio.

PALAVRAS-CHAVE:

Videos Promocionais; Vídeos Institucionais, Vídeos Documentais; Vídeos Motivacionais; Web Design;

INDÍCE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE TABELAS	vii
LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS.....	vii
GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS.....	viii
CAPÍTULO I – FILMESDAMENTE	3
1.1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA ACOLHEDORA DO ESTÁGIO	4
1.2. LOCALIZAÇÃO E ESPAÇO FÍSICO	4
1.3. HISTÓRIA	4
1.4. MISSÃO, VISÃO E VALORES.....	5
1.4.1.1. MISSÃO.....	5
1.4.1.2. VISÃO.....	5
1.4.1.3. VALORES.....	6
1.5. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	6
1.5.1. EMPRESAS ASSOCIADAS	7
1.6. SERVIÇOS.....	7
1.7. CLIENTES.....	7
1.8. A MARCA FilmesDaMente.....	7
1.8.1.1. O NOME	8
1.8.1.2. O LOGÓTIPO	8
1.8.1.3. A TIPOGRAFIA DO LOGOTIPO.....	8
1.8.1.4. A APLICAÇÃO DO LOGO.....	9
1.8.1.5. SLOGAN.....	11
1.9. COMUNICAÇÃO	11
1.9.1.1. A COMUNICAÇÃO INTERNA.....	11
1.9.1.2. A COMUNICAÇÃO EXTERNA	11
1.10. ANÁLISE SWOT	12
CAPITULO II.....	15
2.1. PLANO DE ESTÁGIO	16
2.1.1. OBJETIVOS.....	16
2.2. SOFTWARE UTILIZADO	16
2.3. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	17
2.6. CAPTAÇÃO DE VÍDEO.....	19
2.7. EDIÇÃO DE VÍDEO.....	21



2.8. PROJETOS	22
DOCUMENTÁRIO “MILHÕES DE FESTA”	22
REEL FilmesDaMente	23
VIDEO PROMOCIONAL CineWorkshops	24
MAKING OF “Impossible”	24
CARLTON LIFE.....	25
SANDEMAN	26
FRUUT - #PodesMudar	28
PRODUÇÃO ZIPPY	32
HANNAH VASKO.....	36
CLASH.....	37
SITE “cineworkshops.pt”	38
REEL INDUSTRIAL	38
OFICINA INGLESA.....	38
SIEMENS.....	39
2.8. REFLEXÃO FINAL	42
2.9. BIBLIOGRAFIA	44
ANEXO	45
ÍNDICE DE FIGURAS	

Figura 1 - A FilmesDaMente encontra-se exatamente ao lado da estação de metro de Carolina Michäelis.....	4
Figura 2 - Alguns dos trabalhos feitos pela FilmesDaMente	4
Figura 3- Logo com fundo branco	8
Figura 4 - Logo em fundo escuro	8
Figura 5- Como é a fonte original Roboto.....	8
Figura 6- Como é a fonte original Montserrat	9
Figura 7 - Sequência do logo animado.....	10
Figura 8 - Camera Black Magic	22
Figura 9 - Camera Sony Fs7	220
Figura 10 – Layout do programa Adobe Premiere Pro CC2015	213
Figura 11 – Layout do Software Adobe After Effects CC 2015	224
Figura 12 -No monitor que se encontra ao centro estava a decorrer a edição da Carlton Life.....	257

Figura 13 -Filmagens durante a manhã	268
Figura 14 - George Sandeman a reler o guião	279
Figura 15 - As seis garrafas que celebram os 225 anos da Sandeman.....	30
Figura 16 - Plano aproximado da atriz Ana Rita Clara	31
Figura 17 - Imagem recolhida para dar ritmo ao discurso da atriz	330
Figura 18- Exemplo de um plano de stock footage.....	33
Figura 19 - Hashtag utilizado pela marca	33
Figura 20 - Produção a decorrer	34
Figura 21 -Preparação de toda a iluminação	35
Figura 22 - Reunião no Hotel VIP em Lisboa	36
Figura 23 - O cuidado de usarmos um fato chroma para na pós produção podermos retirar o braço com facilidade	36
Figura 24 - Momento de descontração enquanto os atores faziam uma pausa	37
Figura 25 - A fazer experiências com as mascaras a ver como ficava	38

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Análise SWOT aplicada à FilmesDaMente	13
Tabela 2- Cronograma das atividades desenvolvidas na FilmesDaMente ao longo do estágio	19

LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS



HTML – *Hypertext Markup Language*

LED – *Light-Emitting Diode*

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

TV – *Television*

WEB – *World Wide Web*

DSLR – *Digital Single-Lens Reflex*

FPS – *Frames Per Second*

FEUP – Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto

DVD – *Digital Versatile Disc*

BLUE RAY - é um formato de disco ótico para vídeo e áudio de alta definição e armazenamento de dados de alta densidade.

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

Slow motion – Os movimentos e ações são vistos numa duração maior do que a normal dando a sensação que o tempo passa mais devagar.

Reel – Um pequeno vídeo onde se resume os trabalhos feitos por um indivíduo ou empresa.

Workshops – É uma espécie de palestra onde se trocam ideias, aplicam as técnicas aprendidas nas mesmas palestras.

Making Of – É como um documentário sobre os bastidores de uma produção.

Jump Cut – É na edição quando se corta a mesma filmagem e cria uma quebra na p do objeto personagem e a imagem fica com o aspeto de ter dado um salto no temp

Stock Footage – São sites de armazenamento de imagens onde as empresas se podem recorrer para encontrar aquela imagem que precisam sem gastar grandes valores.

Teaser – É uma técnica usada em *marketing* para chamar a atenção para uma campanha publicitária. É um pequeno vídeo para promover o interesse sobre a campanha real.

Videografo – Profissional que trabalha na área do vídeo.



Wordpress – Aplicativo de gerenciamento de conteúdo para web.

Template – É um modelo que já contém o *layout* em que o podemos alterar o seu conteúdo.

Motion Design – Tipo de multimídia que cria animações audiovisuais.

Link – é uma referência de um documento ou *website* que disponibiliza o dito *website* ou documento.

Morph Cut – Efeito disponibilizado no Adobe Premiere que quando existem *jump cut* em uma entrevista e não se quer notar o corte este efeito cria uma imagem de como a pessoa se estivesse mesmo a mexer da posição do vídeo anterior para o novo vídeo.

Facebook – A maior rede social do mundo e que as empresas utilizam para promover os seus produtos e serviços.

Instagram – Rede social onde maioritariamente se partilham fotos e vídeos.

LinkedIn – É uma rede social diferente, mais ligada ao mercado de trabalho e contato direto com empresas.

4K – É o formato de Ultra HD. As suas definições são de 3840 x 2160 *pixels*.

Promo – Nome atribuído a um vídeo que promove algo, como um programa ou uma reportagem que irá ser transmitido(a).

Website - Nome atribuído a um sítio da *internet*, a um determinado endereço que é composto por página ou páginas.

Ruff Cut – É uma edição mais em bruto, como que um esboço.

Chroma – É uma técnica utilizada para em pós produção se poder anular, normalmente utilizado a cor verde



INTRODUÇÃO

Este relatório de estágio é redigido à posteriori da realização do estágio curricular incluído na Licenciatura em Comunicação Multimédia, a Escola Superior de Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda. Iniciei a licenciatura a outubro de 2011.

Escolhi o estágio curricular por achar ser a melhor oportunidade de entrada no mercado de trabalho ao dar-me experiência na área em que sempre quis trabalhar. Para concluir o curso, tive a oportunidade de ingressar numa empresa onde iria aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo destes três anos da licenciatura. Com este estágio acabamos por aperfeiçoar estes conhecimentos com pessoas que já estão no mercado de trabalho há alguns anos e são conhecedores dos problemas que este mundo nos vai trazer.

Este relatório de estágio é o resultado de três meses, em regime de tempo inteiro, na empresa FilmesDaMente, sediado no Porto. Trata-se de uma produtora audiovisual que se propõe a criar conteúdo criativo audiovisual que proporciona experiências emocionais e envolventes. Com mais de sessenta prémios de festivais em todo o mundo, é uma empresa onde fazer filmes é bem mais do que um mero negócio mas sim uma paixão.

Comunicação Multimédia é uma área que abrange muitos temas desde o jornalismo e *marketing* ao *design* e vídeo, o que foi muito importante ao poder aplicar todos os conhecimentos na FilmesDaMente.

Este relatório está estruturado em dois capítulos.

O primeiro contém toda a informação sobre a instituição que me acolheu durante este estágio, a FilmesDaMente, contendo a história, a missão, visão e valores, as empresas que lhes estão associadas, a equipa e como funciona diariamente uma empresa de sucesso neste mercado tão competitivo.

O segundo capítulo é ligado às atividades desenvolvidas no decorrer deste estágio que iniciei a 1 de julho e terminei a 1 de outubro de 2015. Elaborei trabalhos na área da produção publicitária, *motion graphics*, *web design* e edição de vídeo.



Terei sempre em atenção aplicar um enquadramento teórico sobre as áreas em que trabalhei, como os objetivos e conceitos da pré-produção à conclusão do mesmo.

Irei apresentar também todas as atividades através de um cronograma diário, onde se poderá ver que é um mercado sem horários certos e trabalhos contínuos.

No final, irei apresentar a reflexão final sobre as experiências que tive durante o estágio, como também todas as dificuldades e como superei as mesmas.



CAPITULO I



FILMES/DAMENTÉ
PRODUCTION
STUDIO



1.1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA ACOLHEDORA DO ESTÁGIO

A FilmesDaMente é uma produtora no Porto especializada em cinema e publicidade. Tem para oferecer ao cliente um número enorme de serviços no ramo audiovisual. Propõe-se a encontrar soluções criativas com rapidez e eficácia na entrega dentro dos prazos. Estão presentes tanto no Porto como em Lisboa para oferecer uma grande cobertura a nível nacional.

1.2. LOCALIZAÇÃO E ESPAÇO FÍSICO

A sede da FilmesDaMente encontra-se localizada no Porto, na Rua Infanta D. Maria, junto à Escola Carolina Michäelis. A sua localização no centro do Porto é uma vantagem na rápida comunicação com as empresas (pessoalmente, reuniões, visionamento, etc.). A FilmesDaMente tem também um escritório em Lisboa, para poder



Figura 1 - A FilmesDaMente encontra-se exatamente ao lado da estação de metro de Carolina Michäelis

fazer o mesmo tipo de contacto rápido com as empresas da zona da Capital.

1.3. HISTÓRIA

Em Maio do ano de 2010, nasceu a FilmesDaMente, fundada por três realizadores, Nuno Rocha, Victor Santos e Carlos Amaral. Até agora, já colecionaram mais de 70 prémios em festivais todo o mundo.

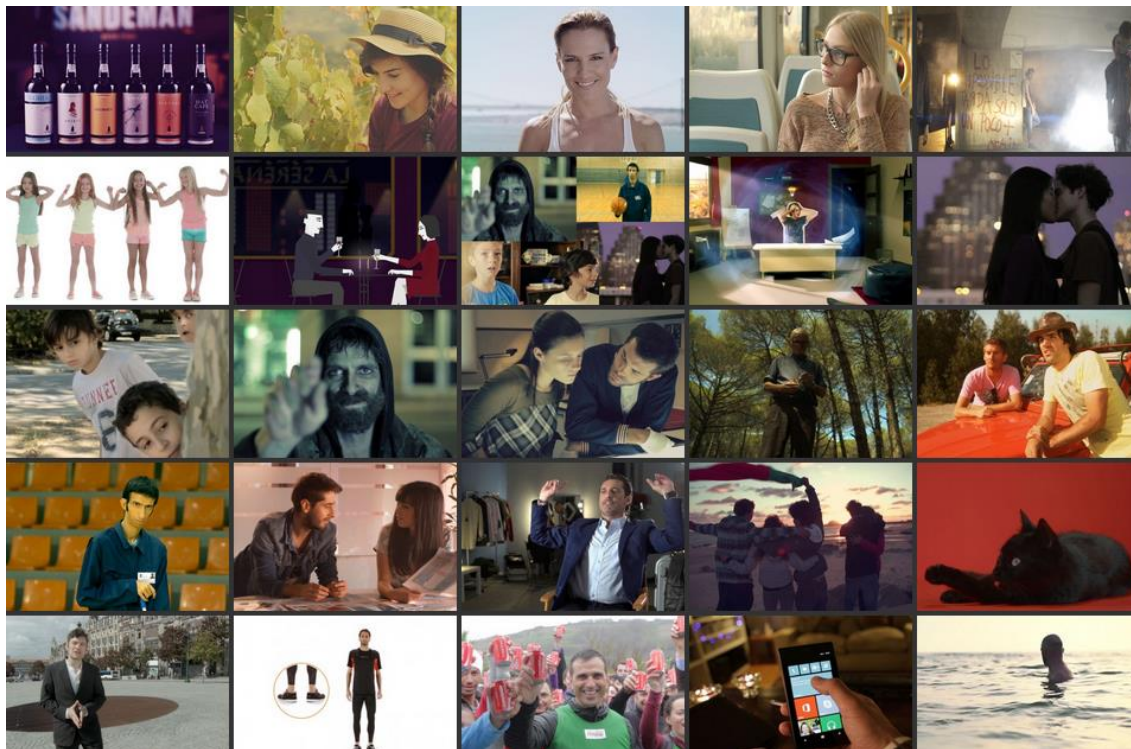


Figura 2 - Alguns dos trabalhos feitos pela FilmesDaMente

1.4. MISSÃO, VISÃO E VALORES

A Missão, visão e valores são os fatores principais responsáveis pela determinação da imagem favorável ou desfavorável de uma empresa. Esta é avaliada segundo a opinião dos diferentes públicos (Magdalena | 2012).

1.4.1.1. MISSÃO

Segundo Valeriano (2000), “A missão é em essência, o propósito da organização”.

A missão que a FilmesDaMente se propõe é a de encontrar soluções criativas para os problemas ou ideias, para promover os produtos ou serviços dos seus clientes.

1.4.1.2. VISÃO

A visão é a orientação que a empresa tem para o futuro, não fugindo à sua realidade.

A FilmesDaMente sempre tentou inovar para ajudar os seus clientes, com vídeos chamados virais fazem publicidade para serem vistos e vender o produto ou serviço dos clientes.



1.4.1.3. VALORES

“Em uma organização os valores ‘dizem’ e os comportamentos ‘fazem’. Portanto, os valores organizacionais podem ser definidos como princípios que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender aos objetivos organizacionais quanto de atender às necessidades dos indivíduos.” (Barret, 2000).

Os valores são as ideologias que uma empresa segue na prática dos seus serviços, de forma a promover um bom trabalho.

A FilmesDaMente tem os valores bem definidos e são a base do compromisso com os clientes.

Os valores da FilmesDaMente são:

- **Confiança:** na FilmesDaMente a confiança é um dos valores chave onde todos os membros confiam no trabalho uns dos outros e os clientes confiança em nós campanhas e outros assuntos muito importantes;
- **Criatividade:** quase tudo nesta área se resume a criar algo novo e inovar constantemente;
- **Profissionalismo:** nunca falhar neste valor é uma das regras máximas em qualquer emprego;

1.5. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura organizacional da FilmesDaMente encontra-se dividida em dois níveis. No primeiro, podemos encontrar os fundadores da empresa que tratam do contato direto com as empresas, a parte da comunicação social, na organização de todas as produções tanto da FilmesDaMente e da LikeFilm produzem.

Realizadores/Produtores: Nuno Rocha, Victor Santos e Carlos Amaral, estes são os fundadores da empresa.

Colaboradores: São estes todos os *freelancers*, bem como estagiários que constantemente vão se alternando, consoante as necessidades dos projetos como as necessidades da empresa.



1.5.1. EMPRESAS ASSOCIADAS

Para além da FilmesDaMente, a LikeFilm é composta pelos mesmos membros, desde a direção à organização.

A LikeFilms tem os mesmos serviços mas para clientes com orçamentos mais baixos e vídeos mais institucionais.

1.6. SERVIÇOS

Os serviços de que a FilmesDaMente oferece são: criação do conceito/ideia; escrita de argumento/guião; Produção (publicidade *tv/web*, Institucional, corporativo, longas metragens /curtas metragens, documentários); Filmagens aéreas; *Making Of*; Edição de Imagens; Efeitos especiais, Grafismo 2D/3D; Tratamento de cor; Edição de Som; Sonoplastia; Locução/Dobragem; Banda Sonora Original; Criação de DVD/Blu Ray.

1.7. CLIENTES

A FilmesDaMente tem uma longa lista de clientes, entre elas grandes marcas internacionais, desde a LG, Toyota, Coca Cola, SportZone, Rádio Popular, Continente, Optimus e ZON (atualmente denominadas de NOS), Fruut, Siemens, Sandeman, ViniPortugal, entre tantos outros.

1.8. A MARCA FilmesDaMente

A marca FilmesDaMente é já uma referência internacional na área da publicidade e das curtas-metragens e para isto muito contribuiu os mais de 70 prémios ao longo destes anos em festivais por todo o mundo. As curtas-metragens sem diálogo e muito emotivas são já uma das maiores marcas da FilmesDaMente.

1.8.1.1. O NOME

O nome FilmesDaMente tem a ver com as ideias de criarem filmes da mente para mexer com a mente do público. É uma das mais difíceis tarefas ao realizar um vídeo, mexer com quem está a ver, e a FilmesDaMente consegue isso a cada vídeo que faz.

1.8.1.2. O LOGÓTIPO

Ao longo destes vários anos, o logótipo já sofreu várias alterações, pequenas mas que foi mantendo a empresa atualizada no que diz respeito às tendências, nunca alterando o seu estilo inicial. Apresento nas seguintes figuras os dois logos utilizados atualmente pela empresa.



Figura 3- Logo com fundo branco



Figura 4 - Logo em fundo escuro

1.8.1.3. A TIPOGRAFIA DO LOGOTIPO

O tipo de letra utilizada é a Roboto e Montserrat, acabaram por estas serem alterados posteriormente nas tais pequenas alterações que foram ocorrendo ao longo dos tempos. Está presente no logo a veia futurista da empresa, ao construir algo ligado ao futuro aos filmes de ficção científica.



ROBOTO

2 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú. 1234567890
3 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú. 1234567890
4 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú. 1234567890
5 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
6 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
7 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
8 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
9 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
0 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.

Figura 5- Como é a fonte original Roboto

MONTESERRAT

1 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú. 1234567890
2 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú. 1234567890
3 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú. 1234567890
4 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
5 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
6 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
7 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
8 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
9 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.
0 Amostra: abcdefg hijkl mnopqr stuvw xyz áàãä ç éê íóôú.

Figura 6- Como é a fonte original Montserrat

1.8.1.4. A APLICAÇÃO DO LOGO

A FilmesDaMente como empresa do ramo audiovisual mais concretamente vídeo, por vezes aplica o seu logo nos projetos e que desenvolveu como o *motion design* é um dos serviços que oferece aos clientes, decidiram animar o seu logo para aplicarem nos seus vídeos.



Figura 7 - Sequência do logo animado



1.8.1.5. SLOGAN

O seu slogan inicial era “*Be Small, Be Great and think BIG*”, com o tempo a empresa cresceu e o seu slogan também, agora é “*making movies is more than a business for us; it’s a passion.*”. A razão pela qual os slogans são em inglês e grande parte da comunicação é porque tem clientes internacionais, nomeadamente na Índia e na Algéria, e pelo seu renome em muitos festivais de cinema pelo mundo.

1.9. COMUNICAÇÃO

A comunicação é muito importante para a FilmesDaMente. Desde cedo perceberam que as redes sociais iriam mover bem mais que as televisões no futuro e então a grande aposta da empresa nestes meios e ao oferecerem ideias atuais que causam grande impacto nestes meios. Em “Momentos” (LG) uma curta metragem com mais de 1 500 000 visualizações, ou “Uma Cidade chamada Porto” (Sony) com cerca de 600 000 visualizações e mais recentemente “Podes Mudar” (Fruut) na qual fui responsável pela edição que atingiu 400 000 visualizações.

1.9.1.1. A COMUNICAÇÃO INTERNA

Este tipo de comunicação é feito maioritariamente pessoalmente, só quando é impossibilitado pela distância é utilizado o correio eletrónico ou chamadas telefónicas.

1.9.1.2. A COMUNICAÇÃO EXTERNA

A comunicação externa é essencialmente dirigida aos clientes e os seguidores de trabalhos feitos pela FilmesDaMente.

Para Chiavenato (2000), uma comunicação ocorre quando uma informação é transmitida a alguém, e é então compartilhada também por esse alguém. Para que haja comunicação, é necessário que o destinatário da informação a receba e compreenda.

Cada vez mais é importante manter uma comunicação constante entre a organização e o seu público para que este público se sintam parte da “família”.



A FilmesDaMente utiliza vários meios para distribuir a mensagem externamente que irei agora referir:

- **CORREIO ELETRÓNICO**

O contato feito através deste serviço, é um meio de comunicação mais direto que os realizadores e diretores efetuam com os clientes. Todos os orçamentos, alterações a fazer nos projetos são as principais razões de utilização deste serviço.

- **WEBSITE**

O *website* é onde partilhamos com todos o que somos capazes de fazer através do portfólio *online* contigo no mesmo e onde falamos um pouco de nós, este acaba por ser a grande mostra da empresa que é lá que publicamos tudo.

- **REDES SOCIAIS**

As redes sociais são o método que existe onde mais pessoas são “atingidas”. Todas as publicações feitas nas redes sociais desde Linked In, Facebook e Instagram acabam por estarem ligados ao *website* por conterem sempre o *link* do mesmo.

- **CONTATO PESSOAL**

Este meio é utilizado para contatar o cliente, sendo o meio preferido da FilmesDaMente. Quanto melhor conhece o cliente melhor pode perceber o que o cliente quer. Utilizado quase diariamente em reuniões ou em presenças em festivais a FilmesDaMente aposta fortemente neste contato.

1.10. ANÁLISE SWOT

De acordo com Rodrigues *et al.* (2005) a Análise Swot foi criada por Kenneth Andrewse Roland Christensen, professores da Harvard Bussines School. A análise SWOT tem como objetivo analisar os pontos fortes (*Strenghts*), os pontos fracos (*Weaknesses*), as oportunidades (*Opportunities*) e as ameaças (*Threats*).



Pontos Fortes	Pontos Fracos
Bom ambiente	Falta de veículo próprio
Equipa polivalente	
Excelente equipamento	
Sempre prontos a ajudar mutuamente	
Discussão de ideias constantemente	
Muito espaço à criatividade	
Grande reconhecimento nacional e internacional dos realizadores	
Localização	
Organização	

Oportunidades	Ameaças
Rampa de lançamento para estagiários	Grande concorrência
Poder se conhecer grandes nomes da área e ter um contato pessoal e informal	

Tabela 1 - Análise SWOT aplicada à FilmesDaMente

Os pontos fortes da FilmesDaMente baseiam-se na sua maneira de ser. A criação de um bom ambiente, uma equipa polivalente que faz desde filmagens, som, edição ou até mesmo assistente de imagem tornam uma equipa muito unida capaz de nos ajudar nos mutuamente. O equipamento de topo utilizado é derivado às produções de qualidade que trouxeram sempre mais produções e clientes e assim um grande investimento para poder fazer trabalhos melhores ainda.

O local onde trabalhávamos diariamente ao não ser muito grande ajudava na rápida comunicação, resoluções de problemas e discussão de ideias. Nunca uma ideia foi julgada por vir de um estagiário ou por ser irrealista, porque na nossa área não existem impossíveis.

O contato diário com realizadores premiados pelo mundo todo tornava a experiência deste estágio curricular ainda mais excitante. A localização nas duas maiores



ciudades do país é sem dúvida um dos grandes pontos fortes ao poderem dar uma resposta rápida ao cliente.

Quanto aos pontos fracos, considero que não existam grandes fraquezas, sendo que o aluguer constante de veículo para transportar o material, constitui, a meu ver, o ponto mais fraco.

A principal ameaça que a FilmesDaMente enfrenta diariamente é, sem dúvida, a grande concorrência que existe nesta área, principalmente duas grandes cidades, como são Porto e Lisboa.



CAPITULO II - Estágio



FILMES/DAMENTÉ
PRODUCTION
STUDIO





2.1. PLANO DE ESTÁGIO

A FilmesDaMente é uma produtora de conteúdos audiovisuais. Enquanto estagiário fiquei inserido no departamento de pós-produção mas também fui incluído na produção quando necessário.

O plano de estágio foi definido pelo orientador da entidade de acolhimento, com a aprovação do orientador de estágio, Prof. Doutor Carlos Canelas, pode ser consultado no Anexo I.

2.1.1. OBJETIVOS

Os objetivos que ficaram delineados no início do processo de realização do estágio foram os seguintes:

- Aplicar os conhecimentos adquiridos durante o meu percurso académico
- Interagir, discutir e partilhar ideias, opiniões e possíveis melhorias à empresa
- Passar por todos os postos na produção

2.1.2. ATIVIDADES A DESENVOLVER

As atividades propostas a desenvolver ao longo do estágio foram:

- Captação de vídeo;
- Captação de áudio;
- Edição de vídeo;
- Assistente de imagem;
- *Motion*;

2.2. SOFTWARE UTILIZADO

Ao longo do estágio, trabalhei com vários *softwares*. A maior parte deles já me era familiar. Alguns que desenvolvi o domínio ao longo da minha formação académica, como outros que fui trabalhando por minha vontade, visando manter-me atualizado e estar mais preparado para o mundo de trabalho em que me queria inserir.



São eles:

- **Adobe After Effects CC2015** – Programa de pós produção de vídeo ao poder se manipular o vídeo na sua totalidade ou a produção de *motion graphics*.
- **Adobe Audition CC2015** – É um *software* de manipulação e tratamento de áudio.
- **Adobe Photoshop CC2015** - *Software* utilizado para tratamento de fotografia ou imagens.
- **Adobe Illustrator CC2015** – Programa da Adobe para elaboração de grafismo vectorial, muitas vezes utilizado para elaborar os grafismos ou são mais tarde animados em After Effects.
- **Adobe Premiere CC2015** – Software profissional de edição de vídeo. Onde se fazem as correções de cor, efeitos e transições.

2.3. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Ao Longo do estágio desenvolvi várias atividades. Enquadradas num conjunto de projetos, no ponto seguinte apresento um cronograma com a distribuição temporal dos projetos em que participei e o tempo que necessitei.



Julho 2015	Semana 1 a 3	Semana 6 a 10	Semana 13 a 17	Semana 20 a 24	Semana 27 a 31
Documentário “Milhões de Festa”					
Reel FilmesDaMente					
Workshops Video Promo					
Making Of “Impossible”					
Grafismo para Workshops Video Promo					
Carlton Video					
Animação Workshop Vídeo Promo					
Sandeman					
Edição Fruut “#PodesMudar”					
Agosto 2015	Semana 3 a 7	Semana 10 a 14	Semana 17 a 21	Semana 24 a 28	
Edição Fruut “#PodesMudar”					
Produção Zippy					
Making Of FilmesDaMente					
Hannah Vasko “Clash”					
Site “CineWorkshops.pt”					



Agosto/Setembro 2015	Semana 31 a 4	Semana 7 a 11	Semana 14 a 18	Semana 21 a 25	Semana 28 a 1
Site “CineWorkshops.pt”					
Reel Industrial					
Oficina Inglesa					
Siemens					

Tabela 2- Cronograma das atividades desenvolvidas na FilmesDaMente ao longo do estágio

2.6. CAPTAÇÃO DE VÍDEO

A captação é um dos momentos na produção de um vídeo. Sendo necessário captar algo convém saber já bem o que queremos e o que necessitamos para poupar tempo em pós produção.

Foram várias as vezes em que tive a oportunidade de captar vídeo, como em #PodesMudar (Fruut), Oficina Inglesa, Siemens e em vários testes que fazíamos na produtora ou até fora.

A FilmesDaMente grava quase na totalidade em 4K. Trabalhávamos com uma BlackMagic e uma Sony FS7, quando não recorriamos a outras camaras externas.

A BlackMagic que usávamos era idêntica à apresentada na imagem seguinte. Foi uma experiência completamente nova filmar com este tipo de camaras, tanto a BlackMagic como a Sony FS7. Dada a qualidade de imagem e as várias funções que tem a mais que uma camera DSLR, com que estava habituado a trabalhar.



Figura 8 - Camera Black Magic

A Sony FS7, no entanto, era bem superior em termos de funcionalidades, com uma cor bastante *flat*, o que ajudava muito no tratamento de cor na pós-produção. A FS7 filmava até 4K, com a possibilidade de fazer *slowmotion* até 280 fps.



Figura 9 - Camera Sony Fs7



2.7. EDIÇÃO DE VÍDEO

Pode se dizer que a edição de vídeo foi a minha atividade principal, a que durou mais tempo durante o meu estágio na FilmesDaMente, sendo também a que mais gosto de fazer. A edição de vídeo é cada vez mais capaz de alterar na totalidade toda a captação de vídeo feita anteriormente, através da correção de erros, fazer tratamentos de cor ou áudio e muitas outras funções.

Na FilmesDaMente já tínhamos mais ou menos delineado o resultado final das filmagens, ou seja, já sabíamos de antemão como iria ser toda a edição. Maioritariamente as decisões eram feitas pelo editor, mas quando este necessitava de ajuda ou de tomar decisões sobre como o vídeo envolvia também os realizadores. Muitas vezes, há muitas alterações que o cliente impõe ou sugere por ter uma visão diferente. Na fase da edição, os editores deparam-se muitas vezes com o problema de os clientes maioritariamente terem uma visão diferente do que querem e cabe aos editores encontrar um meio-termo para que o vídeo seja o que os clientes querem, sem perder a sua parte criativa.

O *software* utilizado na empresa para edição de vídeo é o Adobe Premiere Pro CC2015. Este é o mais utilizado neste mercado uma das suas grandes vantagens é ter grande interatividade com os outros softwares da Adobe.

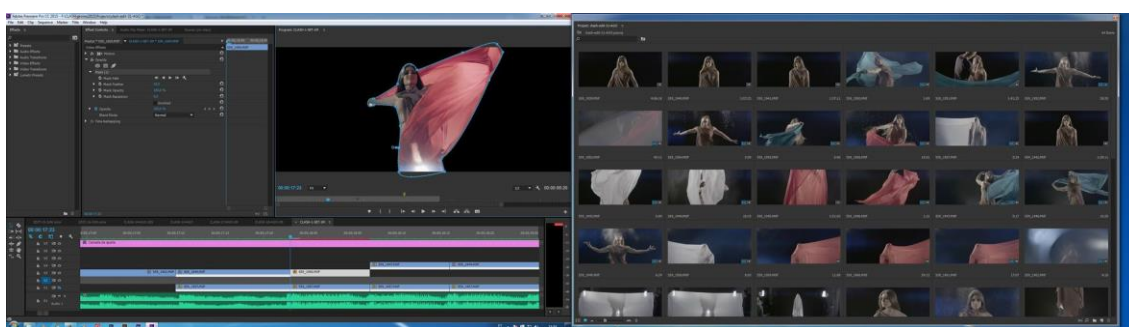


Figura 10 – Layout do programa Adobe Premiere Pro CC2015

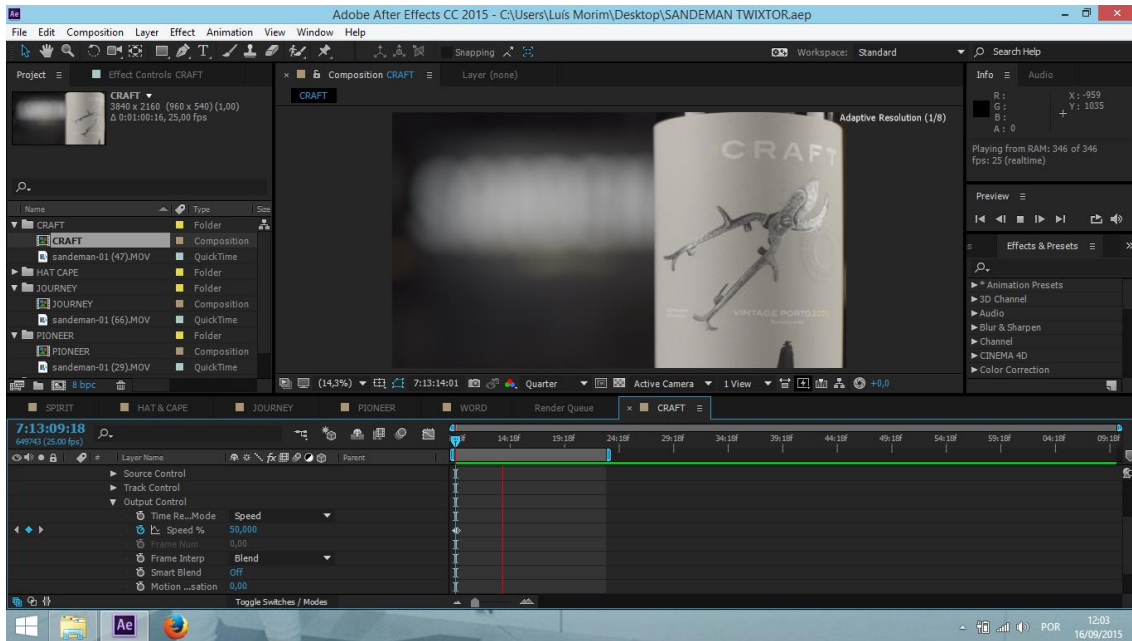


Figura 11 – Layout do Software Adobe After Effects CC 2015

2.8. PROJETOS

DOCUMENTÁRIO “MILHÕES DE FESTA”

No primeiro dia fui logo desafiado a ficar responsável pelo documentário sobre um festival de música, que seria dividido em seis episódios. Até à data da minha entrada, já se encontrava filmado o primeiro episódio e, por isso, coube-me começar a edição do mesmo. As gravações tinham sido feitas nas cidades de Porto, Braga e Barcelos.

Assim, no primeiro dia, foi-me entregue o guião onde constava toda a informação, tanto sobre o primeiro episódio como o que ia abranger todo o documentário, episódio a episódio. Tive de ver as filmagens já feitas e começar a fazer uma edição *Ruff Cut* para apresentar à Lovers & Lollypops, produtora musical que organiza o Festival e, neste caso, cliente da FilmesDaMente. As músicas utilizadas pertenciam todas a bandas representadas por esta editora. O documentário tinha um “apresentador”, que guiava as pessoas pela viagem inicial do que foi o Milhões de Festa, por este ter começado no Porto e ter passado por Braga, até finalmente se estabelecer em Barcelos, tendo também acabado por ser o entrevistador tratou-se de José Roberto Gomes que pertence a uma das bandas da Lovers que são os Killimanjaro.



Foram entrevistadas oito pessoas entre elas os fundadores Joaquim Durães e Catarina Lopes, o novo sócio Márcio Laranjeira e músicos que acturam na altura dos primeiros Milhões de Festa em que o nome do seu primeiro festival que se realizou no Porto era “Lovers and Lollypops oferecem Milhões de Festa”.

Durante a edição, notei que seria impossível fazer o que estava delineado para aquele episódio, uma vez que tínhamos demasiado bom material para ser cortado e deitado “fora”, dado que o tempo que tínhamos imaginado que o primeiro episódio teria: quatro minutos no máximo, que deveria ser ampliados para aproximadamente dez minutos.

Depois do cliente ver e tomar conhecimento desta minha opinião, deslocaram-se à empresa e estiveram a ver todas as entrevistas de novo (visto que os diretores da Lovers & Lollypops estiveram presentes nas filmagens), para tentarem perceber e ajudar na recolha da informação mais importante que eles queriam transmitir naquele episódio. Passadas 9h sem paragem, voltámos a confrontar-nos com o mesmo problema: era demasiada informação para um episódio com poucos minutos.

Os diretores da Lovers decidiram adiar o documentário para o ano seguinte, por o festival estar já demasiado perto e eles não terem tempo para participar na elaboração do documentário, como pretendiam.

REEL FilmesDaMente

Com o adiamento do documentário sobre o Festival para o próximo ano, foi-me proposto fazer o novo *reel* da FilmesDaMente. Já tinham feito um no mesmo ano mas não estavam satisfeitos por ser bastante longo, não o tendo por isso publicado em nenhuma rede social ou *site*. Não tive muito tempo para trabalhar nele, visto que pouco depois me foi proposto fazer um vídeo promocional dos *workshops* que a produtora iria fazer nos meses seguintes. Com alguns defeitos por não ser nenhum vídeo finalizado mas com uma ordem de construção já bastante trabalhada, tentei mostrar um pouco de todos os trabalhos feitos pela FilmesDaMente ao longo dos cinco anos. O primeiro vídeo era de três minutos, para depois se seleccionar o que iria interessar para um vídeo de um minuto apenas.



VIDEO PROMOCIONAL CineWorkshops

Como disse anteriormente, foi-me pedido para fazer um vídeo que servisse para promover os *workshops* que eram dados pela FilmesDaMente, sendo estes de som, edição, realização e cinematografia digital.

Comecei por fazer uma pequena edição com filmagens de *making of's* de trabalhos já feitos pela empresa. A minha ideia de usar imagens de *making of* dado que os alunos iriam aprender nesses *workshops* era exatamente o que se passava nos vídeos de *making of*, ou seja tudo o que se passa por trás das camaras. Com estas filmagens também mostrava o material com que se ia trabalhar e alguns dos projetos em que a empresa esteve envolvida. No vídeo de 30 segundos, surgiu a ideia de aplicar algum grafismo, que trabalhei, com os nomes dos *workshops*. Este grafismo foi feito em Adobe Illustrator, depois animado em Adobe After Effects e mais tarde aplicado no Adobe Premiere. A escolha de música foi da minha responsabilidade, mas, obviamente com autorização do supervisor.

MAKING OF “Impossible”

Fiquei responsável por fazer o *making of* de um curta motivacional, realizado pelo meu supervisor Victor Santos. Esta já tinha sido filmado à data da minha entrada no estágio, ou seja, tive de ver o vídeo que ainda não estava pronto para ter uma ideia sobre o que tratava. Depois, tive de organizar todos os vídeos que tinha para fazer os cortes necessários e começar a montagem do mesmo em que o objetivo seria ter à volta de um minuto. Ao realizador se ter lembrado que houve um problema com a camara que estava a gravar e faltarem muitas partes das filmagens, decidi não publicar este vídeo.



CARLTON LIFE

Carlton Life são residenciais de habitação sénior, onde cuida de pessoas com necessidades especiais e oferecendo apoio de saúde e cuidado pessoal.

Os responsáveis da Carlton Life pretendiam que mostrasse a mudança das instalações antigas para as novas e atuais instalações. O vídeo deveria para ser enviado para as famílias dos clientes desta mesma unidade, para lhes mostrar as condições em que iriam ficar e como tinha sido feito o transporte dos mesmos.

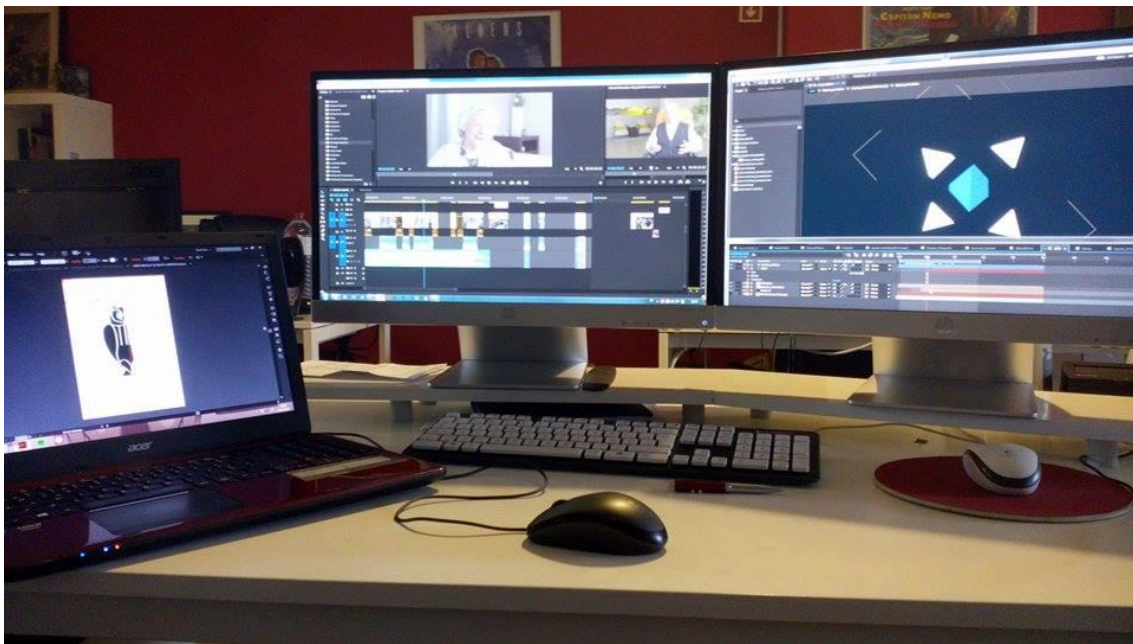


Figura 12 - Monitor durante a edição da Carlton Life

O que me foi pedido para fazer consistia num vídeo onde mostrasse desde como era o antigo Carlton Life, a arrumação dos bens dos utentes, os transportes dos mesmos, as novas instalações e algumas opiniões dos clientes através de entrevistas que tinham feito depois de já estarem instalados na nova Carlton Life.

Assim, o que fiz foi uma *Ruff Cut* para os diretores da Carlton Life verem o que seria de maior interesse para eles, mostrarem e o que queria das entrevistas, com as opiniões dos clientes.

SANDEMAN

Este trabalho foi feito nas caves da empresa Sandeman em Gaia, onde estivemos em filmagens desde as 9 horas até às 24 horas do mesmo dia. Tínhamos de filmar as várias garrafas de vinho *vintage*¹ que iam sair no aniversário de 225 anos da mesma empresa. Começámos por ir filmar cada garrafa individual numa zona das caves onde não passava muita gente, por termos um problema em que as visitas às caves estavam abertas e por isso não termos muitos sítios onde não houvesse pessoas a perturbar as filmagens.



Figura 13 -Filmagens durante a manhã

Acabámos por passar a manhã toda e a hora de almoço sem parar por, não estarmos a conseguir exatamente o que o realizador queria. Neste projeto, o realizador era o Nuno Rocha, o diretor de fotografia era António Morais e os dois estagiários desempenhavam funções de assistente de imagem e iluminação.

¹ *Vintage* – Vinho produzido com uvas colhidas em determinado ano em que as condições climáticas e outros fatores colaboram para que esse vinho seja de uma qualidade excepcional.



Figura 14 - George Sandeman numa pausa para reler o guião

Durante a tarde, fomos filmar a parte que ocupa uma grande tempo do vídeo que era onde o dono da Sandeman, George Sandeman ao mesmo tempo que contava a história, ia apresentado as várias garrafas que iam sair naquele aniversário. Foi filmado em vários locais restritos a visitantes, por isso, com especial interesse para quem fosse ver o vídeo, onde foi também gravado o som, mas pelo Duarte Ferreira. Uma grande parte deste vídeo é com animação de umas pinturas feitas por Pedro Otelcana que retratam o porquê de George Sandeman ter dado estes nomes a estas garrafas. Este vídeo conta já com 27 mil visualizações, o que é bastante para um público-alvo muito restrito, já que o preço do pack deste produto passava o milhar de euros.



Figura 15 - As seis garrafas que celebram os 225 anos da Sandeman

Foi das melhores experiências que tive durante o período em que estive na FilmesDaMente. Mesmo estando só como assistente, foi a primeira vez que tive contato com uma grande produção em que tive de trabalhar com iluminação, fumos e como resolver problemas que iam surgindo, para além de ter conhecido pessoas com quem voltei a trabalhar mais tarde, mas que foram excelentes por estarem sempre dispostos a ajudar, mesmo não sendo das suas áreas. Ter o reconhecimento no final das filmagens, tanto do realizador e do diretor de fotografia foi bastante bom, por ter estado a trabalhar com algo que nunca tinha feito, e por ter sido feito por pessoas com bastantes prémios, a nível mundial.

FRUIT - #PodesMudar

Este foi o projeto que mais me ocupou o tempo enquanto estive na Produtora. Não estive presente nas primeiras filmagens, por estar em reunião para o documentário sobre os “Milhões de Festa”, mas fiquei incumbido da edição do vídeo com tratamento de áudio da voz da atriz. No início, optámos por fazer dois vídeos com os dois textos que a atriz acabou por fazer, sendo o mesmo texto mas com algumas variações para o cliente ver qual era o preferido, sem grande tratamento só usando *jump cut* e um pouco de tratamento de áudio para no discurso não se notar em grandes quebras. Um dos vídeos tinha



problemas com o áudio e, por não ter muita experiência em tratamento de áudio tive de pedir ajuda ao realizador Victor Santos, que prontamente me ensinou e ajudou no tratamento do mesmo. O cliente deslocou-se à empresa para ver os dois vídeos, eles optado pela minha versão que não era a preferida do realizador por achar que as imagens não encaixavam bem. No fim da reunião, ficou decidido que teríamos de aplicar vídeos de arquivo ou irmos filmar, para ajudar ao discurso da atriz e trazer algum ritmo visual ao público.



Figura 16 - Plano aproximado da atriz Ana Rita Clara

O passo seguinte, antes de aplicar essas imagens, foi escolher a música. Seleccionei quatro músicas, todas aplicadas ao vídeo e enviadas para o cliente que teve de escolher a que queria. A decisão do cliente, para nós, não foi a melhor, por acharmos que tinha uma outra música que se apropriava mais a este tipo de vídeos e discursos. Depois da música escolhida, foi necessário ir para a rua filmar, onde fui o responsável por recolher imagens. Foi a primeira vez que estive a filmar algo para eles, senti a responsabilidade de filmar



com um camara completamente nova, com que não estava nada habituado a trabalhar (a Sony FS7).



Figura 17 - Imagem recolhida para dar ritmo ao discurso da atriz.

Antes de entrarmos no carro estive a configurá-la e tive a ajuda do outro estagiário que já tinha alguma experiência em trabalhar com aquela camera. Depois de saber mais ou menos o que o realizador tinha em mente para filmar, fomos para a rua. No trajeto, fomos filmando do carro o exterior, porque queríamos ter imagens do tempo, *stress* e o dia-a-dia das pessoas. Fomos para a Foz do Porto capturar planos do mar a bater em rochas para significarem o oposto do que tínhamos estado a filmar no caminho até lá. Depois filmamos na zona da Boavista onde tiramos planos de pessoas a andar e do trânsito que naquela zona é caótico. Nos dias seguintes por não serem suficientes as imagens por também o orçamento não ser suficiente para contratar mais atores nem para mais



deslocações foi me pedido para procurar imagens em *sites de stock footage* para preencher o que faltava.

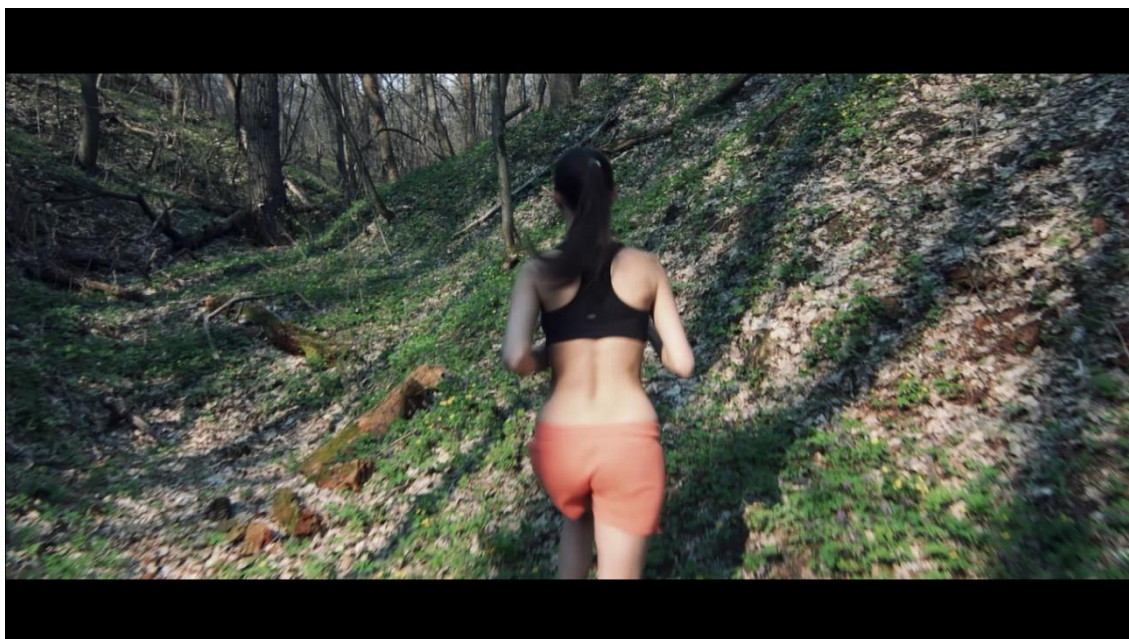


Figura 18- Exemplo de um plano de stock footage

Após uma pesquisa de vários dias, em que durante esse tempo ia fazendo várias montagens com todas as imagens coletadas, fora apresentadas ao cliente as várias versões que fui fazendo. Até conseguir a versão final, foram feitas cerca de 27 versões. O vídeo final só iria sair passado um mês, por isso pediram um *teaser*, que fiz no dia seguinte, mais três versões para o *teaser*, também decidimos que seria melhor mostrar o produto que a empresa quer vender visto não ser uma marca muito conhecida e o produto não

estar no mercado assim há tanto tempo. Por isso, fizemos uma animação com os pacotes dos produtos com a marca e a *hashtag*² #PodesMudar.



Figura 19 - Hashtag utilizado pela marca

O vídeo final ficou um bocado diferente e aquém da nossa ideia inicial, por acharmos que tinha um potencial enorme e a falta de orçamento ter levado a tantas restrições, mas, mesmo assim, é o trabalho que mais me orgulho me deu ao ter chegado ao fim da primeira semana aos 500 mil visualizações e que já vai com mais de 1000 partilhas no facebook, plataforma escolhida pelo cliente para partilhar o vídeo. Ao ser finalmente o meu primeiro vídeo a ser publicado e ter esta visibilidade, fiquei bastante contente com o trabalho que fiz. O #PodesMudar da Fruut é o terceiro vídeo da FilmesDaMente com mais visualizações.

PRODUÇÃO ZIPPY

A Zippy é uma empresa do grupo Sonae que comercializam, por mais de 27 países pelo mundo fora, roupa e acessórios de criança.

² *Hashtag* - são compostos pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo #. As *hashtags* viram *links* dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca.



Figura 20 - Produção a decorrer

Nesta produção, que seria realizada em Lisboa era em conjunto com a Hummlum, empresa que era constituída apenas pelo animador Jorge Carvalho, que partilha o espaço connosco. O intuito desta produção era produzir vídeos com animação para os *led's* que estão presentes nas montras e por todas as lojas da Zippy. Tivemos de ir no dia anterior às filmagens, para podermos preparar tudo, para as filmagens no dia seguinte começarem



logo cedo. As filmagens foram feitas nos estúdios de Contra Campo, mais propriamente em Frielas.



Figura 21 -Preparação de toda a iluminação

À chegada estivemos a ver como eram as instalações e tivemos de ir comprar material para o *catering*³ e outras coisas necessárias às filmagens como toalhas por estar bastante calor, em pleno verão e mais a iluminação que iria chegar aos 55 mil watts e por isso ia aumentar bastante a temperatura no interior dos estúdios.

³ **Catering** – por termos de filmar durante muitas horas seguidas tínhamos um local onde tínhamos comida para tanto os atores e todas as pessoas que estavam a trabalhar na produção poder mos fazer uma pequena pausa.



Figura 22 - Reunião no Hotel VIP em Lisboa

Tivemos uma reunião à noite no hotel onde pernoitámos, onde estivemos a rever todos os guiões e esclarecer o papel de cada um para evitar falhas no dia seguinte. Fiquei responsável por ser assistente de imagem ao dar apoio ao meu supervisor de estágio a orientar as crianças (atores).



Figura 23 - O cuidado de usarmos um fato chroma para na pós produção podermos retirar o braço com facilidade



Teria portanto de estar atento a tudo que pudesse estar mal no plano da filmagem que era completamente branco e nada podia estar sujo, estar atento às suas roupas e manter los limpos para evitar haver marcas de estarem a suar na cara por estarem a vestir roupas da estação outono e inverno.



Figura 24 - Momento de descontração enquanto os atores faziam uma pausa

As filmagens duraram desde as 8 horas até às 19 horas com um intervalo para almoço na cantina dos estúdios. Ao fim do dia regressamos ao Porto.

HANNAH VASKO

Este trabalho foi feito para a likefilms que tem como cliente uma empresa de televidas. A Hannah Vasko é uma loja de *Nail Art* ⁴ que tem como alvo, o público feminino. Pela sua distância foi contratado um videografo da área de Lisboa para fazer as filmagens e depois enviar-nos para nós editarmos. Quando tive acesso às filmagens sabia que iria ter de fazer um vídeo de mais ou menos 30 segundos onde apresenta se todos os tipos de trabalhos realizados na loja. Mas ainda antes disso tive de arranjar uma música que facilmente encontrei e achei adequada ao que imaginávamos com o que vídeo iria ser no final. O cliente depois de ter aceitado a proposta fiz uma edição e 20 segundos onde apliquei pouco tratamento de imagem, foi mais para não se notar muito a cor de uma sala

⁴ *Nail Art* - é um conceito de estética no ramo da *manicure* que visa o *design* de unhas.



da loja para a outra. Em termos de som não foi necessário por ter só usado uma música de fundo, pouco foi o tratamento que levou.

CLASH

Este vídeo tinha sido uma ideia do realizador Victor Santos em fazer mais um vídeo, ainda sem saber muito bem com que intuito em quê o utilizar, um bocado como o vídeo que anteriormente falei o “*Impossible*” este também poderia ser um motivacional mas ainda sem qualquer ideia estruturada. O realizador já tinha feito uma edição do vídeo à qual assisti com ele para ver como seria a ideia do vídeo dele. Depois achei e propus ao realizador fazer uma versão bastante mais pequeno que iria reduzir mais de dois minutos e meio ao vídeo dele, ele aceitou e disse para fazer o que achasse melhor sem qualquer restrição, apenas a música teria de ser a mesma por já ter la comprado para aquele vídeo.



Figura 25 - A fazer experiências com as mascaras a ver como ficava

Foi sem dúvida o vídeo que mais gostei de fazer pela liberdade criativa que me deu. Utilizei desde camadas, a tratamentos de cor bem mais complicados, na música tive de adaptar por ser bastante longa e ter de a reduzir bastante. Em termos de edição tentei dar lhe muito mais ritmo com efeitos visuais não tão normais para tentar colar o público ao ecrã. Ao apresentar ao realizador ele disse ter gostado bastante mas que certos planos não estavam a bater certo com as transições. Tive bastante problema em conseguir entender o que ele queria por literalmente não ouvir o mesmo que ele ouvia. Ainda tentei fazer algumas alterações para ver se era aquilo que ele podia querer mas sem efeito. O vídeo nunca foi publicado pela FilmesDaMente, mas mesmo assim é para mim o meu melhor trabalho durante o estágio.



SITE “cineworkshops.pt”

Por vir da área de multimédia e ter aprendido a construir *websites* na disciplina de Atelier de Internet foi-me proposto fazer um novo site (www.cineworkshops.com), onde os formandos pudessem obter mais informações sobre os *workshops*, formadores e materiais que iriam utilizar. Através do WordPress com um *template* já comprado pela empresa anteriormente foi-me dado sete dias para o desenvolver até mesmo o *design* do *site* foi feito por mim. Por haver várias coisas que os diretores quiserem ser diferentes tanto na página inicial do *website* como nas restantes páginas do mesmo tive de recorrer ao código Html lecionado na disciplina de Atelier de Internet. Este foi concluído em cinco dias os dias seguintes foram só para corrigir pequenos erros em que algumas hiperligações estavam com problemas.

REEL INDUSTRIAL

A FilmesDaMente queria entrar no mercado dos vídeos para empresas Industriais e como tinha andado a filmar umas empresas dentro do campus da FEUP se não me engano, queriam utilizar essas imagens para fazer um *reel* para apresentar às empresas desta área, para assim ser mais fácil as atrair a fazerem o vídeo. Não tive muito tempo para desenvolver este vídeo por ter sido mesmo na semana final do estágio. Mesmo assim fiz o corte de todas as filmagens e ainda fiz uma sequência, íamos adicionar *motion design* que iria ser feito pelo outro estagiário.

OFICINA INGLESA

A oficina Inglesa é uma empresa com sede em Londres, Inglaterra e com fabrico em Paços de Ferreira. São uma empresa de mobílias de luxo que são feitas à mão. O objetivo deles com este vídeo era mostrar que as mobílias não tinham sido danificadas no trajeto quando as compravam mas eram sim marcas feitas de propósito para parecerem mobílias mesmo antigas.



Fui com o meu supervisor de estágio um dia para Paços de Ferreira filmar todo o processo que uma peça passava. Filmamos com a camera Sony FS7, tivemos de ter vários cuidados ao filmar por haver muito pó e partículas de tinta no ar que podiam sujar a lente. Tentamos levar o maior número de vídeos com planos diferentes para não tornar o vídeo maçador aos clientes. Fizemos filmagens na parte de fora da fábrica maioritariamente de árvores que estavam ligadas aos materiais utilizados pela empresa na construção dos móveis. O resto das filmagens foram todas feitas no interior, os enquadramentos eram o mais fechado possível para não se notar que a peça estava só a ser tratada aquela parte para o vídeo. Este vídeo foi editado pelo realizador por eu estar a editar já um outro vídeo da Siemens que irei falar a seguir.

SIEMENS

A Siemens, como uma das maiores empresas mundiais no ramo da tecnologia, tem uma maneira muito peculiar de comunicar internamente. Essa maneira é através de vídeos, os diretores comunicam com os seus funcionários através de vídeos para a comunicação não ser aborrecida com textos longos e também o objetivo era dos seus funcionários conhecerem os diretores visualmente, o que para mim foi algo que nunca tinha visto. O vídeo final como tem informações confidenciais da empresa não o tenho disponível em anexo neste relatório. Filmamos durante três dias dois vídeos diferentes, um em que eram os dois diretores responsáveis por representação de uma área do planeta a fazer um comunicado e apresentação aos seus quatro mil funcionários ligados a eles diretamente. Para isto deslocamo-nos o realizador Victor Santos, o responsável do som Duarte Ferreira e o maquilhador Luís, nesse dia tive de operar camera e tratar da luz. Fiquei com a Black Magic que estava a fazer um plano geral e a outra camera Sony operada pelo realizador fazia planos de pormenor ou aproximados para o vídeo não se tornar cansativo. Por ter ficado na camera geral tinha de ter especial atenção aos pormenores dos diretores não se mexerem muito da posição marcada por nós. As duas camera foram configuradas mais ou menos com os mesmos perfis de cor para não termos de perder muito tempo no tratamento de cor nos pós produção. O vídeo teria de estar pronto no dia seguinte. Quando cheguei à empresa fui logo editar o vídeo para enviarmos de novo para o cliente para o departamento de comunicação decidir que parte ficaria e o que não iria ficar até porque a ideia deles era ter um vídeo de quatro minutos e com toda



a edição passava claramente os nove minutos, tive também de procurar por uma música para fundo para também não ser só o discurso que iria tornar bastante “chato”.

Depois de termos uma resposta, fizemos uma nova edição onde cortamos bastante para o que o cliente queria, onde o vídeo passou a ter seis minutos para poder passar todas as suas informações que eles queriam transmitir aos seus funcionários. Por ter bastantes cortes e para não se notarem os *jump cuts* utilizamos as imagens da camera que estava a fazer os pormenores e o efeito *morph cut*.

O segundo vídeo seria para a Siemens oferecer ao Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia que iria fazer uma gala do hospital para todos os funcionários e ex funcionários da Cardiologia - Unidade Coronária do mesmo e depois iriam utilizar para mais uma vez mostrarem aos seus funcionários (da Siemens) o que os seus trabalhos fazem de bem pelo mundo. A oferta da Siemens é pela cooperação ao longo de mais de 20 anos ao este Centro Hospitalar se disponibilizar a testar os seus novos equipamentos e por isto se ter tornado um dos melhores hospitais da Europa a nível do tratamento desta especialidade. Neste vídeo entrevistamos desde a pessoa responsável pela criação desta unidade de cardiologia até aos enfermeiros e auxiliares. As perguntas eram feitas pela responsável pela comunicação da Siemens em Portugal. Da minha parte nesses dois dias de filmagens foi fazer maior parte do tempo luz com dois *led's* para tentar compensar as luzes que os hospitais tem e a forte luz que vinha das grandes janelas do hospital. Por aquela ala dos hospital não ser muito grande tivemos algumas dificuldades em encontrar sítios diferentes para entrevistar todas as pessoas que o hospital achavam ser necessárias para o vídeo por isso tivemos de improvisar na mesma sala e gravar várias entrevistas mas sempre com planos diferentes. O entrevistador nunca aparecia nem as suas perguntas para podermos criar uma sequência de como se os próprios entrevistados estivessem a dialogar uns com os outros. No fim das entrevistas tivemos de filmar planos de corte pela unidade coronária, capturamos desde as máquinas siemens que eram utilizadas pelos funcionários como uma operação, tudo o que se passa por trás da sala de operações onde estão a analisar todos os sinais que as máquinas iam detetando ao longo da operação como o convívio dos funcionários por o vídeo ter algo de festivo por passar na gala do hospital em que as pessoas acabam por gostar de se ver e ser uma maneira de demonstrar que tem um papel importante nos tratamento dos mesmos.



Na edição deste vídeo fiquei responsável por cortar todos os planos de corte para quando fossem fazer a edição ser só escolherem a mais adequada e saberem que não iriam ter de andar a ver os vídeos todos na totalidade. Este trabalho foi feito nas minhas últimas duas horas de estágio na empresa.



2.8. REFLEXÃO FINAL

Após três meses de experiência no mercado de trabalho, com a colaboração de grandes profissionais da área onde pretendo trabalhar, sinto-me bastante satisfeito por ter evoluído tanto em termos profissionais como pessoais.

Comecei com grandes expectativas, dado o primeiro projeto ser um documentário, mas a sequência de vários trabalhos a não saírem daqueles discos e computadores foram-me deixando um pouco frustrado. Comecei a pensar que, afinal, não estava assim tão preparado para este mercado, mas com o fluxo de trabalhos a aumentar, a serem publicados e a terem bastante sucesso, voltei a ver perceber vale apenas continuar a lutar, a aprender novas técnicas, a errar e a errar novamente.

Era “impossível” ter um ambiente mais motivador, ao partilhar a mesma sala com Pedro Cruz, um dos maiores *motion designers* do mundo; Jorge Carvalho, outro *motion designer* com um portfolio enorme, que estava sempre disposto a ajudar e a ensinar, ou não fosse professor universitário; Nuno Rocha, um dos maiores realizadores portugueses na área das curtas-metragens e publicidade; e Victor Santos outro grande realizador.

Sinto que evoluí bastante relativamente à maneira como trabalhava, a rapidez com que efetuava os trabalhos, a facilidade com que já trabalhava com luz e som, a forma como resolvia problemas que me iam surgindo sem a ajuda do supervisor. Mas a maior evolução foi em termos criativos. Para a FilmesDaMente, todos os trabalhos são encarados da mesma forma, nenhum é mais importante que os outros. O que me deixou muito empolgado foi a confiança que depositaram em mim desde o primeiro minuto, sendo que o facto de me terem responsabilizado por um documentário ao começar o estágio.

A posição da FilmesDaMente, de tratar os estagiários como se fossem funcionários desde sempre, faz com que haja um ambiente de grande conforto para todos. A partilha de ideias, conhecimento, discussão de opiniões sobre como estão a correr os projetos foram das melhores experiências que trouxe da FilmesDaMente.

O estágio é a etapa em que somos postos à prova, em temos de provar o quanto somos bons, para estarmos preparados para o nosso futuro profissional. É essencial para



aprofundarmos conhecimentos e adquirirmos os saberes práticos que não podemos obter em contexto académico.

Ter escolhido a FilmesDaMente foi, sem dúvida, uma boa escolha. Para além do nome que tem, toda a vivência ao longo daqueles três meses fez-me perceber que nós temos muito para aprender com as pessoas mais experientes, mas também temos muito para os ensinar. Foi bom saber que, por vezes, consegui dar o meu contributo, opinião e crítica e o facto de terem sido aceites de bom grado.

Fiquei surpreendido por só ter levado uma semana até me adaptar. Todos fizeram com que me sentisse bem, tornaram a minha permanência um prazer, ao invés de uma obrigação a prova é muitas vezes ser altura de ir embora e ainda sentir que ainda faltavam horas. Fazer o que se gosta e num bom ambiente tornam sempre tudo mais fácil.

Em suma, o estágio constituiu uma grande experiência, que agora dou por terminada ao elaborar este relatório. Uma etapa da aprendizagem que não se fecha agora nem nunca, porque a cada dia que passa nesta área que está em constante mudança, inovação, não podemos deixar de nos mantermos informados. O risco será acabarmos por ficar ultrapassados, o maior erro.



2.9. BIBLIOGRAFIA

Barret, R. (2000). *Libertando a Alma da Empresa: como transformar a organização numa entidade viva*. São Paulo: CULTRIX

Valeriano, Dalton L. (2000). *Gerenciamento Estratégico e Administração por Projetos*. São Paulo: MAKRON Books.

Chiavenato, Idalberto (2000). *Introdução à Teoria Geral da Administração*. Rio de Janeiro: Ed. Campus.

Magdalena, V. (2012). Avaliar o atendimento ao cliente do instituto beleza natural através da pesquisa de satisfação. *Monografia para obtenção do grau de especialista em Gestão Empresarial*. Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, Brasil.

Rodrigues, Jorge Nascimento *et al.* (2005). *50 Gurus da Gestão para o séc. XXI*. Vila Nova Famalicão: Centro Atlântico.



ANEXOS

DVD

ANEXO I - PLANO DE ESTÁGIO

ANEXO II - PROJETO 1 - MILHÕES DE FESTA

ANEXO III - PROJETO 2 - REEL FILMESDAMENTE

ANEXO IV - PROJETO 3 - VIDEO PROMOCIONAL CINEWORKSHOPS

ANEXO V - PROJETO 4 - CARLTON LIFE

ANEXO VI - PROJETO 5 - FRUUT #PODESMUDAR

ANEXO VII - PROJETO 6 - PRODUÇÃO ZIPPY

ANEXO VIII - PROJETO 7 - CLASH

ANEXO IX - PROJETO 8 - SANDEMAN

ANEXO X - PROJETO 9 - OFICINA INGLESA

